

К. І. АНТОНЮК

**УБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВАННЯ
НА НАЦІОНАЛЬНОМУ
І МЕГАРЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ**

Монографія



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

УДК 330.556:330.567(477)

A72

Рецензенти:

Варналій Захарій Степанович – заслужений діяч науки і техніки України, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Собкевич Оксана Володимирівна – доктор економічних наук, професор, завідувач відділу секторальної економіки центру економічних і соціальних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень;

Мокій Анатолій Іванович – академік Академії наук вищої школи України, доктор економічних наук, професор, провідний науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету «Запорізька політехніка»
(протокол № 4 від 20 грудня 2021 року)*

Антонюк К. І.

A72 Убезпечення споживання на національному і мегарегіональному рівнях : монографія / К. І. Антонюк. — Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. — 628 с.

ISBN 978-966-992-695-1

Монографічне дослідження присвячено формуванню теоретико-методологічних засад і розробленню практичних рекомендацій із зміцнення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції. Висвітлено теоретичні та прикладні аспекти забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) у системі економічної безпеки держави з використанням розробленого методологічного апарату дослідження. Визначено сутність категорії «безпека споживання»; встановлено її взаємозв'язки з Цілями сталого розвитку; проаналізовано інституціональний базис забезпечення безпеки споживання; розроблено модель поведінки споживача як інституту забезпечення споживання. Ідентифіковано загрози безпеці споживання, виявлено тенденцію зміни її рівня, розроблено системно-динамічну модель. Обґрунтовано напрями впровадження організаційно-інституціональних засад забезпечення споживання в підприємницьку діяльність. Здійснено стратегічне програмування зміцнення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції.

Робота буде цікава науковцям, управлінцям, підприємцям, студентам, викладачам, а також усім, хто турбується про власну та національну безпеку, насамперед в контексті безпеки споживання.

УДК 330.556:330.567(477)

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	6
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ	
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	
1.1. Еволюція теоретичних положень споживання позицій безпекознавства в умовах глобалізації	15
1.2. Системно-процесні характеристики безпеки споживання в глобальному середовищі	42
1.3. Концептуалізація методології дослідження безпеки споживання в Україні	66
1.4. Теоретико-методичні підходи до формування множини індикаторів безпеки споживання в контексті якості життя населення	84
<i>Висновки до розділу 1</i>	103
РОЗДІЛ 2	
МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО БАЗИСУ ЗМІЦНЕННЯ	
БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	
2.1. Взаємообумовленість безпеки споживання з ціллю сталого розвитку «Стале виробництво та споживання»: європейський досвід	109
2.2. Компаративний аналіз інституціонального базису безпеки споживання в ЄС та Україні	136
2.3. Об'єктно-суб'єктна характеристика інститутів забезпечення безпеки споживання в ЄС та Україні	160

2.4. Інституціональний функціонал споживача в забезпеченні споживання	180
<i>Висновки до розділу 2</i>	203

РОЗДІЛ 3

МЕТОДОЛОГІЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ЗМІЦНЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В УКРАЇНІ В ДИНАМІЧНОМУ ВИМІРІ

3.1. Структурно-компонентний аналіз споживання товарів (послуг)	207
3.2. Теоретико-методичні підходи до ідентифікації загроз та рівня безпеки споживання в Україні	237
3.3. Методологічний підхід до системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у процесі забезпечення споживання	255
3.4. Моделювання безпекових параметрів поведінки споживачів	266
<i>Висновки до розділу 3</i>	294

РОЗДІЛ 4

ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ЗАСАД УБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

4.1. Екзогенні чинники і передумови впровадження європейських практик технічного регулювання товарів (послуг)	297
4.2. Обґрунтування пріоритетів забезпечення безпеки споживання в підприємницькій діяльності	322
4.3. Модернізація ринкової інфраструктури підприємництва України з орієнтацією на безпеку споживання	348
4.4. Формування заходів забезпечення споживання товарів (послуг) в електронній торгівлі в умовах глобалізації	366
<i>Висновки до розділу 4</i>	387

РОЗДІЛ 5	
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ	
ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ	
СПОЖИВАННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	
5.1. Стратегічне програмування забезпечення безпеки споживання	392
5.2. Мультиагентська модель гармонізації економічних та культурно-освітніх інтересів у процесі убезпечення споживання	414
5.3. Використання міжнародної технічної допомоги для забезпечення безпеки споживання в Україні	434
5.4. Зміцнення безпеки споживання на основі інклюзивного розвитку та використання інноваційного потенціалу регіонів	447
<i>Висновки до розділу 5</i>	468
ВИСНОВКИ	472
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	482
ДОДАТКИ	545

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

- БС – безпека споживання
- ВНД – валовий національний дохід
- ВРД – валовий регіональний дохід
- ЕЦП – електронний цифровий підпис
- ЄБА – Європейська бізнес-асоціація
- ЄС – Європейський Союз
- ЗБС – забезпечення безпеки споживання
- КСВ – корпоративна соціальна відповідальність
- КУЕУ – Класифікатор товарів за укрупненими економічними групуваннями
- МІП – маркетингова інфраструктура підприємництва
- МТД – міжнародна технічна допомога
- МОП – Міжнародна організація праці
- 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 (WTO – World Trade Organization) – Світова організація торгівлі
- СРГ – соціальне ринкове господарство
- СУЯ – система управління якістю
- ТНК – транснаціональна корпорація
- УКТЗЕД – Український класифікатор товарів зовнішньоекономічної діяльності
- ЦСР – Цілі сталого розвитку

ACAA (Agreements on Conformity Assessment and Acceptance of industrial products) – Угода про оцінку відповідності та прийнятність промислової продукції

CE (Conformité Européenne) – європейська відповідність

CMU (Circular Material Use) – циркулярне використання матеріалів

DMC (Domestic Material Consumption) – внутрішнє споживання матеріалів

ESI (Export Similarity Index) – індекс подібності експорту

GIC (Gross Inland Energy Consumption) – валове внутрішнього споживання енергії

HDI (Human Development Index) – індекс людського розвитку

ICSMS (Information and Communication System of Market Surveillance) – інформаційно-комунікаційна система ринкового нагляду

IIT (Index of Intra-industry Trade) – індекс внутрігалузевої торгівлі

ITC (International Trade Center) – Міжнародний торговий центр

RAPEX (Rapid Exchange of Information System) – система оперативного обміну інформацією про продукцію, що становить серйозний ризик

RCA (Revealed Comparative Advantage) – індекс виявленої порівняльної переваги

SDI (Sustainable Development Index) – індекс сталого розвитку

TCI (Trade Complementarity Index) – індекс комплементарності зовнішньої торгівлі

TQM (Total Quality Management) – загальне управління якістю

TSI (Trade Specialization Index) – індекс торгової спеціалізації

UN (United Nations) – Організація Об'єднаних Націй

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку глобальної економіки набуває актуальності подолання негативного впливу економічного зростання на здоров'я людини і навколишнє природне середовище. На стан довкілля та обсяг супутніх споживчих витрат в Україні в даний час найбільше впливають виробництво та споживання товарів (послуг). В умовах євроінтеграції, посилення відкритості суспільства та залежності економіки від зовнішніх викликів, у тому числі впливу пандемії COVID-19, зміна концептуальних положень суспільства споживання на засади сталого розвитку стає важливою науково-прикладною проблемою, посиленою внутрішньосистемними загрозами економічній безпеці держави. Відносно низький рівень платоспроможного попиту та пропозиції високоякісних і безпечних для споживання товарів (послуг) призводить до поширення захворюваності населення, посилення загроз демографічній та екологічній безпеці. Для зміцнення безпеки споживання як обов'язкової передумови сталого розвитку необхідна перебудова стратегічних пріоритетів і механізмів їх досягнення відповідно до вимог Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, дотримання яких сприятиме імплементації високих стандартів споживання і якості життя, що передбачено оновленою Стратегією національної безпеки.

Актуальність зазначеної проблеми підтверджується інтересом до неї світової наукової спільноти. Так, члени Римського клубу наголошують на необхідності швидкої та фундаментальної трансформації систем виробництва і споживання для досягнення цілей Паризької угоди, світові лідери проголошують курс на будівництво «екологічної цивілізації», міжнародні й транснаціональні корпорації, наднаціональні, мегарегіональні, глобальні організації орієнтуються на забезпечення сталого споживання та виробництва, яке визначено ООН однією з цілей сталого розвитку.

Теоретико-методологічні засади безпекознавства на різних рівнях системної ієрархії управління розкриті в працях І. Бабець, В. Бегми, Т. Блудової, З. Варналія, Т. Васильціва, О. Власюка, В. Горбуліна, О. Денисова, Я. Жаліла, О. Іляш, А. Качинського, О. Ковалія, О. Ляшенко, В. Мартинюка, І. Мігус, А. Мокія, Д. Олійник, Є. Рудніченка, О. Собкевич, А. Сухорукова, М. Флейчук, Ю. Харазішвілі, О. Шарова, Л. Шемаєвої, В. Шемаєва, Н. Юрків. Дослідженню чинників соціально-економічного розвитку і загроз економічній безпеці держави присвятили роботи М. Балджи, О. Борзенко, Л. Бухаріна, С. Войтко, О. Гонта, Д. Горовий, О. Драган, К. Жадько, Т. Затонацька, Р. Зварич, О. Комеліна, П. Коренюк, Т. Логутова, Т. Орехова, Н. Павліха, Ю. Полякова, М. Реслер, Є. Хлобистов, С. Шульц. Вітчизняні та зарубіжні вчені Дж. Гонтелес, О. Грішнова, Е. Данн, Т. Джексон, Н. Домбровська, Ф. Капра, Н. Коваліско, А. Колот, А. Котенко, О. Мельниченко, Л. Мікаеліс, С. Любомірські, Дж. Олсон, Л. Погоріла, О. Прокопенко, Т. Сальтевська, Д. Федріго, П. Штерн приділяють увагу дослідженню відповідального, розумного і сталого споживання, ресурсоефективного і чистого виробництва, впливу соціальних і психоемоційних чинників на споживання товарів (послуг). Вагомий доробок науковців потребує доповнення і модифікації з погляду теоретико-методологічних положень безпекознавства. Переважно безпека споживання розглядається як товарознавча характеристика без єдиного визначення її сутності та проявів у різних сферах економіки та суспільства. Недостатньо чітко окреслені системно-процесні характеристики, приховані й безпосередні взаємозв'язки безпеки споживання в системі економічної безпеки держави, причинно-наслідкові аспекти та напрями розв'язання породжених системних проблем її зміцнення.

Викладене доводить актуальність і спонукає до розв'язання важливої **наукової проблеми** розроблення теоретико-методологічних засад зміцнення безпеки споживання (БС) в процесі євроінтеграції на основі обґрунтування категоріального апарату,

структурно-сутнісних характеристик, концептуальних положень методології та науково-практичних рекомендацій її забезпечення.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад, визначення пріоритетів і розроблення системних заходів зміцнення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції.

Дослідження присвячено теоретико-методологічним основам і механізмам забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції. Висвітлено теоретичні та прикладні аспекти зміцнення безпеки споживання товарів (послуг) у системі економічної безпеки держави з використанням розробленого методологічного апарату дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ, стратегічних пріоритетів і механізмів забезпечення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України.

Досліджено зміну сутності та значення безпеки споживання товарів (послуг) на різних етапах глобалізації, науково-технічного прогресу, розвитку ринкового попиту та пропозиції. Проаналізовано роль та місце безпеки споживання в національній безпеці та економічній безпеці держави, обґрунтовано її зв'язок із продовольчою, соціальною, екологічною, інформаційною безпекою. Виявлено дуалізм: взаємозалежності між безпекою споживання та компонентами економічної безпеки держави; впливу євроінтеграції на безпеку споживання; процесу забезпечення споживання, в якому об'єктами безпеки є як кінцевий споживач, так і зовнішнє середовище.

Розроблено типологізацію та визначено особливості безпеки індивідуального і колективного споживання на різних рівнях системної ієрархії управління. Встановлено взаємозв'язок категорій «розумне», «стале», «відповідальне», «екологічне», «безпечне» споживання.

Запропоновано концептуальні положення методології дослідження безпеки споживання, яка заснована на принципах систем-

ного підходу до встановлення її структури, ієрархії, взаємодії із зовнішнім середовищем; досліджено ступінь взаємообумовленості параметрів якості життя та безпеки споживання (добробут, культура споживання, споживчий кошик тощо) для обґрунтування вибору показників рівня безпеки споживання.

Досліджено взаємозв'язок безпеки споживання з цілями сталого розвитку, насамперед 12-ю ціллю – забезпечення стійкого споживання та виробництва, доведено стратегічність її характеру в ЄС на протигагу тактичному рівню планування та прив'язуванню до спеціалізації в Україні.

На основі аналізу програмних документів ЄС та України у сфері безпеки споживання досліджено інституціональний базис захисту прав споживачів та навколишнього природного середовища, технічного регулювання харчових і нехарчових товарів; встановлено перешкоди забезпечення споживання на сучасному етапі європейської інтеграції України. Проаналізовано найактивніші країни, товари, типи ризиків, причини, об'єкти та суб'єкти, а також чинники впливу на безпеку споживання в коротко- та довгостроковій перспективі в країнах-членах ЄС і в Україні. Для визначення споживчих мотивацій, чинників впливу на прийняття рішення про покупку, критеріїв вибору товару (послуги) та загроз безпеці споживання досліджено інституціональні особливості поведінки споживачів.

Визначено кількісні та якісні характеристики структури, обсягів споживання, масштабів і наслідків негативного впливу споживання товарів (послуг) на довкілля. Встановлено та проранговано ризики і загрози за окремими функціональними складниками безпеки споживання (соціальним, економічним, екологічним, продовольчим, зовнішньоекономічним та науково-технологічним), для кожного з яких ідентифіковано індикатори. Розроблено модифікований методичних підхід до розрахунку інтегрального індикатора рівня безпеки споживання в Україні, проаналізовано динаміку його зміни.

Гармонізацію інтересів суспільства, бізнесу та влади на основі зміцнення БС запропоновано представляти з позиції теорії систем у балансуючих і посилюючих контурах для дійсного та бажаного рівнів споживання, пов'язаних зі станом довкілля, виробництва, здоров'я споживача, його доходами та поведінкою. На основі побудованих контурів 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.

Запропонована модель поведінки індивідуального споживача в процесі забезпечення споживання дозволила ідентифікувати головні екзогенні та ендогенні чинники впливу на всіх етапах прийняття рішення про купівлю, до основних з яких належать рівень культури споживання, цінності, маркетинг та інституціональний базис, композиція яких визначає загальний рівень безпеки споживання.

Практичне значення результатів дослідження полягає в розробці науково-прикладних рекомендацій зміцнення безпеки споживання в процесі інтеграції України до ЄС.

Ідентифіковано суб'єктні (система оперативного обміну інформацією RAPEX, інформаційно-комунікаційна системи ринкового нагляду ICSMS) та об'єктні (географічна та товарна структура небезпечної непродовольчої продукції, структура ризиків для здоров'я та подальших дій з їх усунення) характеристики інститутів забезпечення споживання в ЄС у зіставленні з вітчизняною системою управління (державний ринковий нагляд, секторальні плани, статистичний ресурс «Увага» та повидова структура порушень прав споживачів та звернень щодо якості продукції).

Продемонстровано необхідність впровадження концепції безпеки споживання в підприємницьку діяльність шляхом засто-

сування ефективних механізмів забезпечення виробництва і споживання товарів відповідно до вимог сталого, ресурсоефективного і чистого виробництва, імплементації європейських практик технічного регулювання товарів, модернізації систем менеджменту якості підприємств (через удосконалення модулів шляхом маркетингового забезпечення етапів «петлі якості»), впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності в діяльність підприємств та ринкових посередників з доведенням домінуючої ролі маркетингу (соціально-етичного, екологічного, внутрішнього, партнерського та управлінського) як засобу забезпечення безпеки споживання. Досліджено інституціональне забезпечення функціонування і розвитку електронної торгівлі в Україні з позицій забезпечення безпеки споживання в турбулентному глобальному середовищі.

Важливими з практичної точки зору є розроблені рекомендації із запровадження механізму декларування відповідності продукції вимогам технічних регламентів в умовах впровадження в Україні європейської моделі технічного регулювання з використанням алгоритму одержання маркування СЕ для вітчизняної продукції з урахуванням забезпечення безпеки споживання як ключової умови послаблення впливу встановлених зовнішньоекономічних загроз.

Обґрунтовано стратегічні пріоритети, напрями, механізми і заходи зміцнення безпеки споживання. За результатами ідентифікації учасників процесу ЗБС, формалізації елементів, інституціональних норм, параметрів та обмежень їх взаємодії на основі мультиагентської моделі доведено необхідність застосування ринкового механізму узгодження цін в межах співвідношення попиту та пропозиції на безпечні товари (послуги) і з гармонізацією інтересів як передумови досягнення рівноважного стану системи. Показано позитивний вплив міжнародної технічної допомоги на соціально-економічний розвиток і безпеку споживання в Україні та встановлено, що проекти і програми, які опосередковано стосуються

забезпечення безпеки споживання не матимуть прямого ефекту, проте в умовах нестачі бюджетних коштів мають надзвичайно важливе значення для країни. Доведено роль інноваційного потенціалу регіонів в процесі зміцнення безпеки споживання, оскільки впровадження змін у технологічні процеси виробництва та забезпечення безпекових характеристик товарів (послуг) відбувається на основі інноваційного розвитку.

Рекомендації та пропозиції дослідження впроваджені в практику державного і регіонального управління, діяльність науково-дослідних установ та вищих навчальних закладів.

Ключові слова: економічна безпека держави, безпека споживання, забезпечення безпеки споживання, інституціональний базис, євроінтеграція.

Розділ 1

Теоретико-методологічні засади дослідження та забезпечення безпеки споживання в умовах глобальної економічної інтеграції

1.1. Еволюція теоретичних положень споживання позицій безпекознавства в умовах глобалізації

Для визначення специфіки та розроблення рекомендацій із забезпечення безпеки споживання доцільно дослідити еволюцію теоретичних положень споживання та генезу безпеки в цьому процесі. Проблему споживання досліджують економісти, філософи, політологи, соціологи, психологи, екологи, медики, товарознавці, які використовують специфічну наукову базу, понятійний апарат та методологічні підходи (рис. 1.1).

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 [1, с. 11; 2; 3]. У деяких вітчизняних та більшості англійських зарубіжних публікацій розкривається значення споживання без посилення на необхідність задоволення потреб [4; 5]. На наш погляд, це дещо звужує сутність поняття, розмежовуючи виробництво та споживання, а отже, сприяє виникненню нових або загостренню існуючих суперечностей.



Рис 1.1. Сутнісні характеристики категорії «споживання»

Розроблено автором

Т. Сальтевська вважає, що споживання «формує соціально-економічну основу створення людського потенціалу, творчої особистості» [1, с. 6], породжуючи мотивацію до праці, підвищуючи рівень та якість життя. У цілому, погоджуючись з важливістю взаємозв'язку «споживання – виробництво», зазначимо, що для безпеки споживання на сучасному етапі розвитку суспільства визначальну роль відіграє обмін, а саме можливість впливати на вибір через комунікації.

Дослідження споживання залежно від характеру задоволення потреб (виробничі і невиробничі) доводить, що найбільш незахищеним, а отже, й загрозованим є особисте споживання, оскільки процеси прийняття рішень у виробничому та суспільному споживанні

ванні 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 [6, с. 196; 7, с. 14; 8, с. 42; 9, с. 25]. Підтримаємо тезу С. Тютюннікової та Т. Сальтевської, що зміна особистого споживання відбувається як у загальносвітовому масштабі, так і в межах трансформаційної економіки [9, с. 26].

Розглядаючи безпеку споживання у контексті задоволення потреб людини відповідно до її культурного рівня, ми підтримуємо В. Марціна [2], який зараховує безпеку до базових чинників споживчого вибору. Втім, не можемо погодитися із твердженням М. Бутка, А. Неживенко, Т. Пепи, що безпека – це насамперед спокій, що приносить послуга або товар, на які можна покласти; міцність, надійність, гарантії часу експлуатації продукту [10]. 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 [11]. 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 [12, 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 [13, 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 товарами внаслідок широкого використання масового маркетингу [14, 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) [15].

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 [16]. Як слушно зазначила І. Єфимчук, 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» [17, с. 145]. 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 [9, с. 26].

Погодимось із Т. Салтевською, Н. Моїсеевим [18; 27, с. 131], що до посилення антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище (показовим у цьому аспекті є використання поняття «footprint» – екологічного сліду, яке демонструє масштаб і наслідки діяльності людини для довкілля) призвело марнотратство в західному суспільстві споживання, яке поширюється глобалізацією.

Проблема споживання посідає важливе місце в філософських пошуках. 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. Погодимось з Т. Салтевською, що 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. Серед позитивних моментів суспільства споживання, які стосуються безпеки споживання, автор виділяє зростання на базі високих соціальних стандартів вимог споживачів до екологічності продукції та розвинений законодавчий базис споживання через зрілість стадії розвитку ринкової економіки [20, с. 49–51]. Проте така логіка мислення є суперечливою, особливо в умовах нашої країни з її перманентно нестабільним політичним, економічним і соціальним становищем. Серед негативних характеристик суспільства споживання найбільше на безпеку споживання впливають такі: потрапляння споживача у залежність від реклами та норм суспільства споживання; посилення деградації навколишнього середовища; маніпулювання споживачами і формування штучних потреб (зокрема з боку ТНК); виникнення споживацтва, коли споживанню надається надмірне значення, воно стає кінцевою метою і сенсом існування, перетворюється на сферу самовираження людини [18; 21, с. 56].

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» [22, с. 11; 23, с. 2].

У праці Т. Сальтевська на протиположності суспільству споживання запропоновано нову модель – ціннісно-раціонального споживання, яке спрямоване на задоволення розумних потреб, характеризується обмеженням і раціональним споживанням з мотивом відповідальності перед майбутніми поколіннями, відображає цінності єдиного цілісного організму – людини і природи та може бути сформоване в умовах соціального ринкового господарства (СРГ) [9, с. 26]. Цей підхід варто визнати нереалістичним, адже ймовірнішим в умовах України, на наш погляд, є поетапне забезпечення зазначених у праці [9] 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. Схоже зустрічаємо у працях А. І. Мокія, М. І. Флейчук [24–26], де в межах моделі збалансованого соціально-економічного розвитку, обґрунтовано доцільність забезпечення пропорційності економічного зростання з урахуванням критеріальних обмежень економічної безпеки, вичерпання ресурсів, інтересів майбутнього, несприятливих внутрішніх та зовнішніх чинників впливу. Варто зазначити, що

поняття і «відповідальності», і «обмеження» передбачають наявність зовнішніх (встановлених, нав'язаних) рамок, що не завжди сприймається як стимул розвитку. Натомість, споживання заради сталого розвитку скоріше може сприйматися як бажання поліпшити умови існування для себе та майбутніх поколінь.

Варто погодитись з висновками Т. Сальтевської [1, с. 14], що 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. Ризики для людини збільшуються також 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 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 [20, с. 96; 35]; низької платоспроможності населення, для значної частини якого споживання є лише засобом задоволення базових потреб, при цьому недостатнє й неповноцінне харчування призводить до втрати здоров'я та зниження тривалості життя; надмірного нераціонального імпорту продукції, забороненої в розвинених країнах через негативний вплив на екологію та здоров'я. Проводячи паралель з результатами дослідження [27, 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».

Для дослідження впливу глобалізаційних процесів на зміну сутності та моделей споживання, зокрема еволюцію безпеки споживання. Важливо врахувати 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).

Підтримаємо думку О. Олефіренко, що до закономірностей процесу еволюції виробництва, споживання та ринкових відносин, 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 [28, с. 204].

Можна погодитися з оглядом ООН щодо світових проблем урбанізації [38], 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.

За Ю. Макогоном, Д. Лук'яненком та іншими [27], 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. Усвідомлюючи глобалізацію як об'єктивний і незворотний процес і використовуючи класифікацію глобалізації ОЕСР у контексті предмета дослідження, розглянемо запропоновані Л. Антонюк [39, с. 136] етапи інтернаціоналізації, які розкривають сутність розвитку виробництва. При цьому зміни концепцій маркетингу будемо вважати зв'язуючою ланкою між виробництвом та ринком. Можна стверджувати, що підходи до ЗБС, як і до маркетингової діяльності еволюціонують залежно від зміни ринкового середовища та потреб споживачів, актуальних для певного періоду економічного розвитку [28, с. 203].

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.

Еволюція безпеки споживання на

Технологічні уклади (цикли індустріального розвитку) основні характеристики	Етапи глобалізації	Етапи інтернаціоналізації виробництва
1	2	3
Перший (1785–1845). Головний чинник – енергія води. Пріоритетні галузі – текстильна, металургійна	–	Перший (кінець XVIII – кінець XIX ст.). Взаємодія нац. господарств завдяки простій кооперації. Канал 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
Третій (1901–1950) Головний чинник – електрична та хімічна енергія. Пріоритетні галузі – електротехнічна, хімічна, автотранспорт		
Четвертий (1951–1990). Головний чинник – атомна енергія, мікро-електронні компоненти. Пріоритетні галузі – авіаційно-космічна, атомно-енергетична, електронна, теле-комунікаційна; бурхливий розвиток інновацій	1950 ² –1973 (1980) відновлення рівня міжнар зв'язків до довоєнного 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

Таблиця 1.1

етапах глобалізації та розвитку ринку

Концепції марке- тингу	Основні характеристики	Сутність та мета споживання	Зміст поняття «безпека спожи- вання»
4	5	6	7
-	-	-	-
Виробнича (кінець XIX ст. – середина 20-х рр. XX ст.)	Основна увага – поліпшенню якості, «створює свої основні потреби» – товари продаватимуть себе самі	Ринок виробників – споживання заради задоволення потреб	Відсутнє за умов дефіциту товару
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 вимог 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 присутності товару на ринку
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

АНТОНЮК К. І.*Убезпечення споживання на національному і мегарегіональному рівнях*

1	2	3
П'ятий (1991–2020). Головний чинник – інформація. Пріоритетні галузі – інформаційна	1974 (1980) – 2000 (2007) З 70-х рр. ХХ ст. потужний розвиток сучасних інформаційних і транспортних технологій	–
Шостий (2010–2060). Головний чинник – нано- та біотехнології. Пріоритетні галузі – глобальні інформаційні мережі, альтернативна енергетика <i>Сьомий (з 2050 р.) Головний чинник – штучний інтелект та екзистенціальні ризики</i>	Глобалізація ототожнюється з процесом міжнародної інтеграції економічної діяльності	

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 1913 р. чи 1900 р.

Складено за [28–37]

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження та забезпечення безпеки споживання в умовах глобальної економічної інтеграції

Продовження таблиці 1.1

4	5	6	7
Соціально-етичного маркетингу (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-економічний складник розвитку суспільства	Кожен споживач має право на безпеку, повну інформацію й отримання цінностей, яким відповідає ціна
Сучасний маркетинг – (початок 90-х рр. XX ст.). Концепції: взаємодії (середина 90-х рр. XX ст.), холістична, латеральна, екологічна	Маркетинг відносин (партнерських стосунків) – вирощування і збереження свого клієнта, його позитивна цінність, маркетинг мережевої взаємодії; індивідуалізація маркетингу; маркетинг, заснований на принципах сталого споживання та виробництва.	Споживча 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 суспільства: не лише як безпека продукції, її виробництва

У період першого технологічного укладу та першого етапу інтернаціоналізації виробництва в умовах обмежених обсягів виробництва відбувалося споживання для задоволення потреб (для більшої частини населення – базових), що, відповідно, обумовило відсутність поняття «безпека споживання» і «маркетинг».

Другий та третій технологічний уклад формують умови для другого етапу інтернаціоналізації та першої хвилі глобалізації. Відбувається активний розвиток маркетингу в межах фрагментарних концепцій [28, с. 204] – головні зусилля спрямовані на задоволення існуючого попиту, що потребує збільшення обсягів виробництва та інтенсифікації розподілу товару. У період виробничої концепції маркетинг виконує допоміжну функцію, а увага приділяється виробництву, яке «створює свої основні потреби» [40]. В умовах ринкового дефіциту та ринку виробників відбувається споживання для задоволення потреб і вимоги щодо безпеки споживання майже не висувуються.

Товарна концепція маркетингу 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.

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. 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,

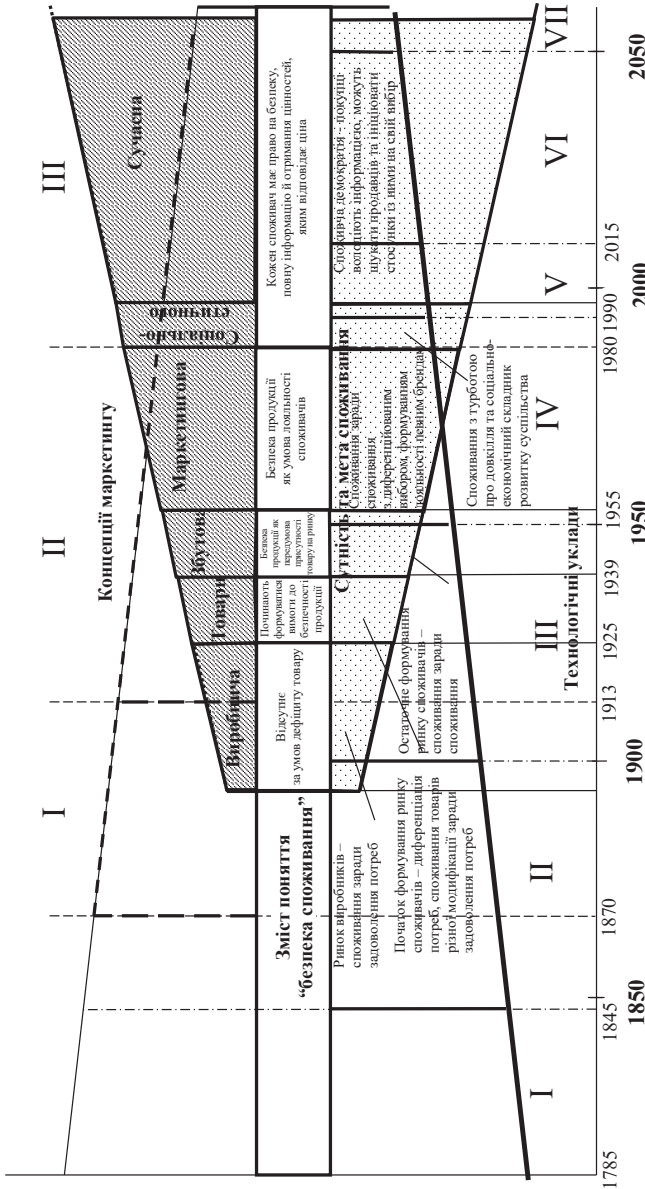


Рис. 1.2. Еволюція безпеки споживання в процесі глобалізації, інформаційно-технічного прогресу та розвитку маркетингових концепцій
Розроблено автором

використанні різних засобів введення споживачів в оману для продажу товарів (послуг).

Четвертий технологічний уклад створює умови для третього (сучасного) етапу інтернаціоналізації та другої хвилі глобалізації. Відбувається становлення постіндустріального суспільства, перехід до якого обумовлює зростання вимог до товару, важливості якісних характеристик життя людини, а отже, й якісних, екологічно чистих товарів [20]. 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.

Третя хвиля глобалізації, 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. [28, с. 204]. Невдовзі виникла концепція соціально-етичного (або соціально-відповідального) маркетингу, спрямованого 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 контекк-

стів маркетингових заходів і програм [41]. У межах цієї концепції повинен досягатися баланс інтересів бізнесу, споживача і суспільства, а сама концепція – сприяти розв’язанню глобальних проблем. Виходячи з цього, безпека споживання полягає у тому, що кожен споживач має право на безпеку, повну інформацію й отримання цінностей відповідно до ціни товару (послуги). Погоджуємося з думкою Ф. Котлера, 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, 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 [37]. Включення соціально-відповідального елемента до складу холістичного маркетингу, на наш погляд, підтверджує еволюцію маркетингових концепцій у руслі економіки сталого розвитку. Еволюція маркетингу припускає появу нових концепцій, які враховуватимуть не тільки потреби споживача, виробника і суспільства, а, можливо, й потреби всього людства [40]. Цьому може сприяти становлення шостого та сьомого 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 [42, 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 [34]. Вважаємо, що на сучасному етапі розвитку глобальної і вітчизняної економіки безпека споживання має розглядатися як передумова сталого розвитку суспільства в межах: безпечності продукції (безпека здоров'я, фізичного стану тощо); безпеки виробництва та розподілу (без або з мінімально шкідливим впливом на довкілля і, як наслідок, здоров'я населення); безпеки безпосереднього споживання (зберігання) й утилізації товарів.

Аналіз підходів (Дж. Гонтелес, О. Грішнова, Т. Джексон, Ф. Капра, А. Котенко, А. Колот, О. Мельниченко, Л. Мікаеліс, Д. Федріго, Л. Погоріла, Т. Салтевська) 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 стосовно споживання: «стале», «відповідальне (або соціально-відповідальне)», «зелене (органічне)», «розумне», «раціональне», «етичне». Ці терміни відображають різні аспекти категорії «споживання», зокрема щодо його забезпечення,

мають багато спільного, іноді дублюють один одного. Наприклад, через особливості перекладу з інших мов відбувається змішування окремих понять: в офіційному перекладі 17 Цілей сталого розвитку людства «відповідальне» (responsible) замінено на «стале» та «розумне» [43]). Таку ситуацію можна пояснити багатоаспектністю категорії «споживання» як ключової детермінанти сталого розвитку суспільства та її дослідження за допомогою методологічного апарату різних галузей знань (економіки, соціології, екології, філософії, психології, управління, права) та наукових напрямів. У своїй більшості (за підходами та за авторами) ці поняття спрямовані на вирішення спільних проблем розвитку людства: зменшення негативного впливу виробництва та споживання на здоров'я, довкілля, суспільство, формування свідомої поведінки (мотивації) споживача. Це є підставою 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 «безпека споживання», яка 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).

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. Таке споживання ініціює виникнення понять: екологічне виховання, поведінка, екологізація споживання тощо, які формуються шляхом одержання відповідних знань та навичок. 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 які поділяють всі учасники ринку, тобто суб'єкти торговельної діяльності, товаровиробники і споживачі для досягнення ідеального екологічно-відповідального, ощадливого щодо навколишнього середовища споживання [46, с. 314]. Щодо цього зазначимо про дещо утопічність такого підходу через складність досягнення «ідеальних показників», які принаймні можна замінити на «збалансоване» чи «гармонійне» споживання по відношенню до природи.

До економічного складника споживання в межах концепції сталої економіки зарахуємо раціональне, у тому числі обмежене споживання. 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 [45, с. 18], а отже, задовольняє раціональні потреби.

Натомість обмежене споживання, деконсумпція (деспоживання) розглядаються як свідоме, раціональне обмежене споживання до розмірів мінімального задоволення потреб. Перевагами такого

Таблиця 1.2

Видова структура понятійно-категоріального апарату споживання в межах концепції сталого розвитку

Вид споживання	Об'єкти впливу		суспільство	Споживча мотивація	Вимоги до виробника (продавця)
	здоров'я	довкілля			
1	2	3	4	5	6
Зелене / органічне (Green / organic)	Споживання продукції, виробництва якої не завдає (або завдає мінімальної) шкоди здоров'ю та довкіллю	Без негативного впливу на інші країни	Без негативного впливу на інші країни	Запобігання марнотратству, негативному впливу на довкілля та здоров'я людини	Без диспропорційної кількості ресурсів
Рациональне (Rational)	Обрунтований раціон – ознака здорового способу життя	Рациональне природоко-ристування	Поєднання потреб індивіду з потенційними можливостями суспільства	Рациональні потреби, науково-обрунтовані 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 особистих мотивацій, моральних переконань; зменшення індивідуального споживання; вибір без нав'язаної інформації, а за розумними (вплив споживання на суспільство), виваженими потребами	уникнення безвідп. підпр., які негег. впливають на суспільство; врахування впливу фірм на поведінку спож.; соц. маркетинг
Стале (Sustainable)	«Екологічно дружні» товари (послуги)	Максимізація в довгостроковій перспективі позитивного впливу на суспільство та довкілля; урахування наслідків	Економічно прийнятне	Рациональне 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 передумови 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

Продовження таблиці 1.2

1	2	3	4	5	6
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 [1; 44; 45]

споживання є те, що позбувшись надмірного споживання, людина одержує час на життя і кооперацію (серотонін) та комунікацію (окситоцин) як основні гормони щастя [47]. Щодо цього дискусійним вважаємо твердження про можливості саморозвитку за таких умов, оскільки мінімальний рівень не завжди є оптимальним.

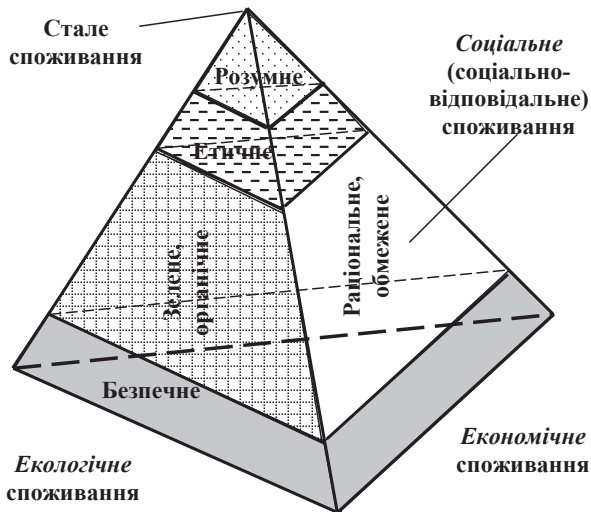


Рис. 1.3. Тетраедр зв'язків безпеки споживання з видами споживання з позицій сталого розвитку

Розроблено автором

Ціннісно-раціональне споживання Т. Сальтевська [1, 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. Як ми зазначали вище,

для України в реаліях сьогодення досягнення такого виду споживання є складним завданням, отже, вважаємо за доцільне починати з забезпечення безпеки споживання, яка є зрозумілішою та ближчою для різного роду споживачів. 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, яке найчастіше використовується, коли мова йде про забезпечення сталого розвитку. Найвищим орієнтиром соціальної відповідальності людини є ведення такого способу життя (зокрема, споживання), використання таких способів досягнення особистих цілей, які не завдають шкоди їй, іншим людям, природі, суспільству [45; 48; 49]. При цьому можливі різні профілі споживання на основі особистих мотивацій, переконань (етичних, релігійних, моральних, культурних [44, с. 15]), 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 відповідальності підприємств, врахуванні впливу компаній на поведінку споживачів, проведенні заходів соціального маркетингу, турбота про довкілля.

Соціальна відповідальність сприяє: ощадливому споживанню з боку держави, організацій, громадян через перегляд потреб та їх раціоналізацію, соціальний маркетинг, прогнозування впливу й урахування його наслідків; розвитку малого підприємництва; дотриманню соціальних цінностей (честі, гідності, совісті, репутації, обов'язку, дружби); культивуванню національних і родинних цінностей, здорового способу життя [50, с. 42]. В той же час погодимося з тим, що сучасне вітчизняне суспільство фактично привнесло у категорію «соціальна відповідальність» значний протестний потенціал через її здебільшого абстрактність, враховуючи, що на

сучасному етапі розвитку глобальної економіки лише закликів вже недостатньо. Йдеться саме про виживання людини, а отже, і про безпеку особи, нації, держави, у тому числі безпеку споживання, яка стосується кожного. Припускаємо, що безпечне споживання стане етапом переходу до соціально-відповідального споживання.

З відповідальним та сталим споживанням у зарубіжних публікаціях [51–53] достатньо часто ототожнюють розумне споживання. 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. 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 [45].

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» [53]. Як вважає Л. Погоріла, 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 сталого розвитку і дотримання прав людини [45]. 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») [54] 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. Використання поняття «стале споживання» 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). 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 [55]. 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 спожив-

вання у розумному обсязі) та має тісний взаємозв'язок із сталим виробництвом [45] .

Викладене доповнимо гіпотезою, що основу всіх розглянутих видів споживання з позицій сталого розвитку формує безпечне споживання: забезпечує рівень якості товарів і послуг, безпечний для здоров'я людини, довкілля (або з найменшою шкодою), 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). Погодимось із Т. Сальтевською [1], що в сучасному світі якісно ускладнюється проблема безпеки, зростає нестабільність, посилюються загрози, змінюється поняття безпеки, зміщуються акценти в її актуалізації. 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 перевантаженням, інституціональною недосконалістю, суперечністю інтересів тріумваріату «держава–бізнес–суспільство» і особливо, кінцевих 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 споживання» 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, підприємства 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. Системно-процесні характеристики безпеки споживання в глобальному середовищі

Розробленню та розкриттю методологічних засад безпекознавства щодо різних об'єктів і рівнів системної ієрархії безпеки присвячені праці вітчизняних авторів І. Бабець, В. Бегми, Т. Блудової, З. Варналія, Т. Васильціва, О. Власюка, В. Горбуліна, О. Денисова, Я. Жаліла, О. Іляш, А. Качинського, О. Коваля, О. Ляшенко, В. Мартинюка, І. Мігус, А. Мокія, Д. Олійник, Є. Рудніченка, О. Собкевич, А. Сухорукова, М. Флейчук, Ю. Харазішвілі, О. Шарова, Л. Шемаєвої, В. Шемаєва, 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, Дж. Олсон, П. Штерн). Вагомий внесок у цій сфері досліджень зроблений вітчизняними вченими (О. Грیشнова, Н. Домбровська, Н. Коваліско, А. Котенко, А. Колот, О. Мельниченко, Л. Погоріла, Т. Сальтевська). Проте у сучасних умовах існу-

ючий 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. Тобто узагальнено можна припустити, що безпеку споживання (БС) варто досліджувати з точки зору системного, а забезпечення безпеки споживання (ЗБС) – з точки зору процесного підходу. В той же час наголосимо, що причинно-наслідкові зв'язки та напрями взаємодії в межах предмету дослідження є набагато складнішими, що може викликати необхідність використання системно-процесного (система як процес, процес як система) підходу до дослідження. Для визначення сутності безпеки споживання розглядаємо її у вертикально-горизонтальній послідовності зв'язків (рис. 1.4).

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 [56, 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 [57] або «безпека – стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства, організації, підприємства від потенційно і реально існуючих загроз або відсутність таких загроз» [56, с. 35]. За А. Уолферсом [58, 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).

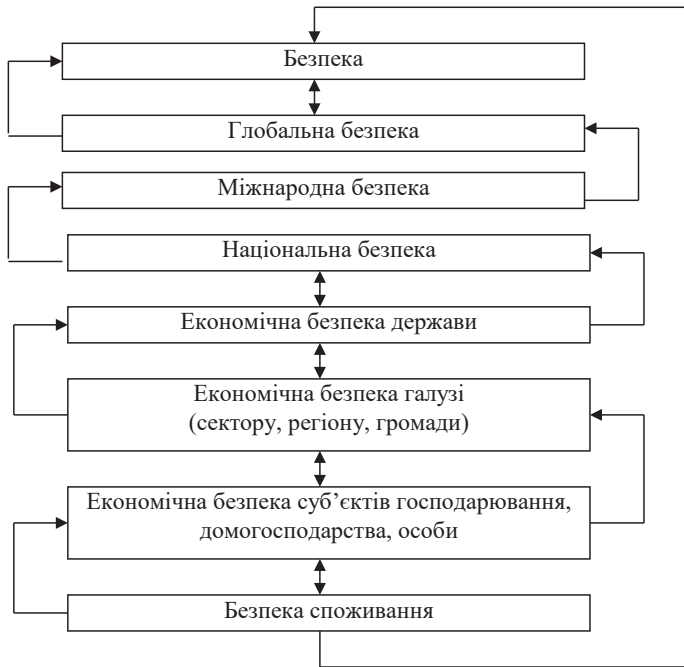


Рис. 1.4. Безпека споживання у вертикально-горизонтальній послідовності зв'язків об'єктів безпеки

Розроблено автором

Від множини інтересів залежить формування конфігурації взаємозв'язків і взаємозалежностей суб'єктів безпеки як

усередині досліджуваного об'єкта, так і у його взаємозв'язку із зовнішнім середовищем [59]. З точки зору епістемології, категорію «безпека» можна розглядати і як характеристику, і як властивість, і як результат [56, с. 19]. З позиції безпекознавства безпека розглядається як множина елементів, взаємозв'язок яких обумовлює властивості цілісності системи [59]. На думку А. Манойло [60, 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 [61].

За В. Ліпканом [62, 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 економічної безпеки за 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, галузей національної економіки); мікрорівень (економічна безпека юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців та їх об'єднань), нанорівень (економічна безпека людини, сім'ї) [63, 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, узгодженню інтересів яких сприятиме розв'язання цієї проблеми [64, с. 203].

Підтримуємо О. Семенюк, що сучасна архітектура безпеки характеризується її глобалізацією, яка передбачає нівелювання ролі кордонів міжлюдських, інформаційних, економічних обмінів. Поруч із позитивним впливом на розвиток світового господарства, це поширює ризики і загрози, стримування яких (або локалізацію їх джерел) не здатні забезпечити міжнародні системи безпеки за допомогою державних кордонів [65]. Подібний вплив на безпеку споживання можуть чинити міграційні процеси, які, на думку О. Малиновської [66, с. 54–57], за наявності ефективної міграційної політики створюють передумови для розвитку (зниження напруження на ринку праці, приплив капіталу завдяки переказам зароблених за кордоном коштів), проте в іншому випадку – становлять серйозні виклики національній, суспільній, особистій безпеці (приплив іноземців, вплив власних громадян; нелегальна міграція; наркоманія, злочинність; деградація навколишнього середовища; культурні загрози).

Погодимось з О. Ляшенко, що незважаючи на надвеликий масштаб глобальної безпеки, яка перебуває на найвищому рівні вертикальної послідовності зв'язків об'єктів безпеки, 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 [56, с. 28]. Зауважимо про відмінність 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) [56, с. 25]. Подібним чином можна пояснити відмінність між поняттями «безпека споживання» та «споживча безпека», де остання є вужчою, обмеженою певним місцем, часом, товаром чи послугою.

Поняття «безпека суспільства», «безпека колективу» можна розуміти досить широко від безпеки родини до безпеки соціальної групи, трудового колективу, і їх доцільно досліджувати в певних сферах (управління підприємством, соціологічні опитування тощо). В нашому дослідженні розглянемо їх у контексті базової категорії – безпеки людини, щодо якої науковці не мають єдиного термінологічного формулювання в межах економічної безпеки держави. В наукових публікаціях зустрічаються терміни «економічна безпека особи» (О. Власюк, Є. Олейніков, З. Живко, В. Комаровська, А. Сухо-руков та ін. [67–69]), «економічна безпека особистості» (Д. Зеркалов, І. Герасимова, Т. Запорожець [70–72]), «економічна безпека людини» (Л. Шевченко, Г. Вечканов, Т. Малярєнко, В. Мунтіян [69, 73–75]). Погодимось з О. Дацко [76, с. 29], що людина в економічній системі може виступати споживачем, службовцем, найманим працівником, власником, отримувачем допомоги, суб'єктом підприємницької діяльності як фізична особа-підприємець. Тому поняття «економічна безпека людини» найповніше відображає зміст захисту від ризиків, забезпечення належного рівня розвитку і збереження людини як окремої особи, члена суспільства, держави і, загалом, біологічного виду на планеті. Хоча в межах предмету цього дослідження мова, в першу чергу, буде йти про людину як кінцевого споживача товарів (послуг).

Процес еволюції безпекознавства підтверджує, що кожна людина та країна для свого існування і розвитку вирішує питання національної безпеки, яку Закон України «Про національну безпеку України» визначає як «...захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз» [77]. 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» [78].

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 [79, с. 163; 80, с. 111; 81, с. 3; 82, с. 12–13; 83], які О. Ляшенко пропонує розуміти як «сукупність потреб, задоволення яких забезпечує можливості перспективного розвитку особистості, суспільства, держави» [56, с. 21].

Узагальнення наукових праць з дослідження функціональної структури національної безпеки [79, с. 163; 81, с. 3; 82, с. 12–13; 84–89] у контексті предмета дослідження, дає підстави доповнити її безпекою споживання (рис. 1.5) як складника економічної безпеки держави. Тут варто погодитись із Г. А. Пастернак-Тарнушенко [85], що між елементами національної безпеки немає чіткої межі (наприклад, соціальна безпека може розглядатися як окремий складник національної безпеки [90] або як компонент економічної безпеки держави [91]). До того ж щільні зв'язки окремих компонентів національної безпеки (продовольчої, соціальної, екологічної, інформаційної безпеки тощо) обумовлюють можливість їх зарахування до різних складників національної безпеки залежно від предмету досліджень. Безпеку споживання розглянемо у взаємозв'язку із економічною (споживання як етап суспільного виробництва), соціальною (споживання як задоволення потреб), екологічною (вплив на екологію у процесі виробництва та споживання), продовольчою, інформаційною та іншими компонентами національної безпеки як всеохоплюючу, пронизуючу підсистему (проявляється в інших компонентах і взаємодіючи з ними, акумулює, підсилює або послаблює їхню дію [84, с. 28]), яка, на наше переконання, входить до складу економічної безпеки держави і взаємопов'язана з її склад-

никами, але також має тісний зв'язок із екологічною і інформаційною безпекою.

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» [92, с. 87–88].

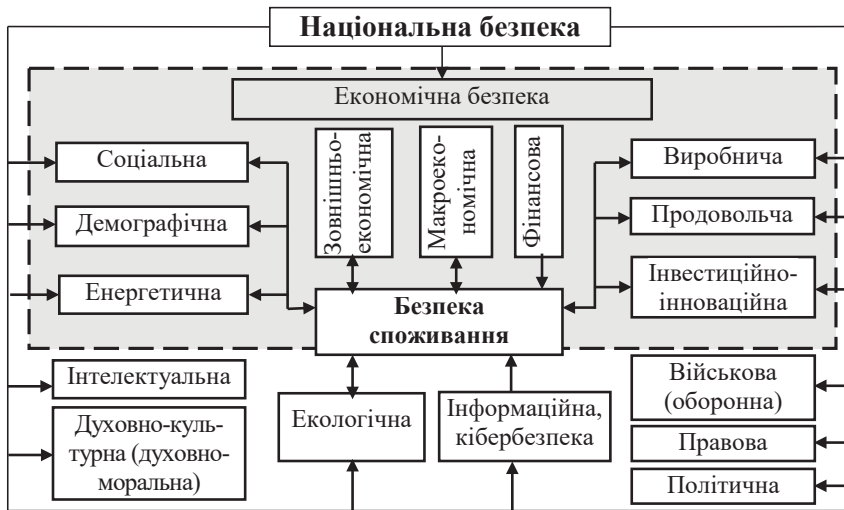


Рис. 1.5. Безпека споживання в структурно-функціональній побудові національної безпеки

Розроблено автором

Щодо економічної безпеки суб'єкта господарювання як об'єкта безпеки, то діяльність підприємства розглядаємо як таку, що впливає на безпеку споживання і водночас захищає інтереси суб'єкта господарювання як споживача (користувача) продукції (робіт, послуг). Як зазначає Т. Васильців, належний рівень економічної безпеки підприємства є запорукою соціального та економічного розвитку держави [93, с. 9]. О. Ляшенко економічну безпеку розглядає через призму цілей забезпечення конкурентоспроможності або цілі сталого розвитку [56, с. 42], причому рівень таких тотожностей притаманний усій вертикалі економічної безпеки, і на кожному з рівнів повинна забезпечуватися безпека споживання.

Не зовсім обґрунтованим може здатися включення до структурної побудови системи економічної безпеки, поряд із суто економічними, інших компонент національної безпеки [84]. С. Фролов та інші науковці до економічної безпеки зараховують тільки такі складники, які стосуються економічних відносин або базуються на них (фінансова, виробнича, сировинно-ресурсна, продовольча, енергетична) [64, с. 127]. В той же час О. Власюк і Ф. Вуд вказують на необ'єктивність дослідження економічної безпеки з урахуванням лише економічних процесів і явищ [76, с. 157]. Подібний підхід запропонований у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [91], якого і будемо дотримуватися, досліджуючи в складниках економічної безпеки, щільно пов'язаних з безпекою споживання, та в екологічній та інформаційній безпеках елементи, пов'язані з безпекою споживання прямим або оберненим зв'язком чи обома видами зв'язку одночасно (рис. 1.6).

Нагадаємо, що безпеку споживання розглядаємо як складник економічної безпеки держави, оскільки споживання є одним із етапів процесу відтворення і формує підґрунтя для забезпечення безпеки інших компонентів. Так, безпека споживання щільно пов'язана із соціальною безпекою (додаток А, рис. А1), важливі

аспекти якої розкриті у роботах В. Ганжиної [94], О. Іляш [95], М. Лескова [96], О. Ковалєва [97], В. Мартинюка [98]. О. Коваль розуміє соціальну безпеку як відсутність загроз здоров'ю та життю людини [97, с. 8–9] та пропонує розглядати її з позиції положень Концепції безпеки людини, розробленої експертами Програми розвитку ООН, 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) [99, с. 1513], то можна припустити, що в Україні існують істотні загрози для соціальної безпеки.

Існує тісний зв'язок безпеки споживання 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 [100–104]. Продовольча безпека є вихідною передумовою збереження здоров'я населення за рахунок внутрішніх ресурсів, а отже, і демографічного потенціалу країни [105, с. 12–13; 106, 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 [107, 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.

Важко погодитись із Л. Черевко та Н. Гурьяною [108, с. 67], які зараховують безпеку споживання лише до продовольчої безпеки. 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.

На цей час в Україні показники споживання продуктів харчування населенням і рівня продовольчої безпеки знизилися до критичної межі. Упродовж більше десяти років для більшої частини населення склалося одноманітне харчування з перевагою жирів та вуглеводів [56; 109; 110]. 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. А4). 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 [111]. Наукові розробки із безпекознавства в кризових ситуаціях містять кілька складників, а саме: тлумачення екологічних термінів, зрозумілих для науковців

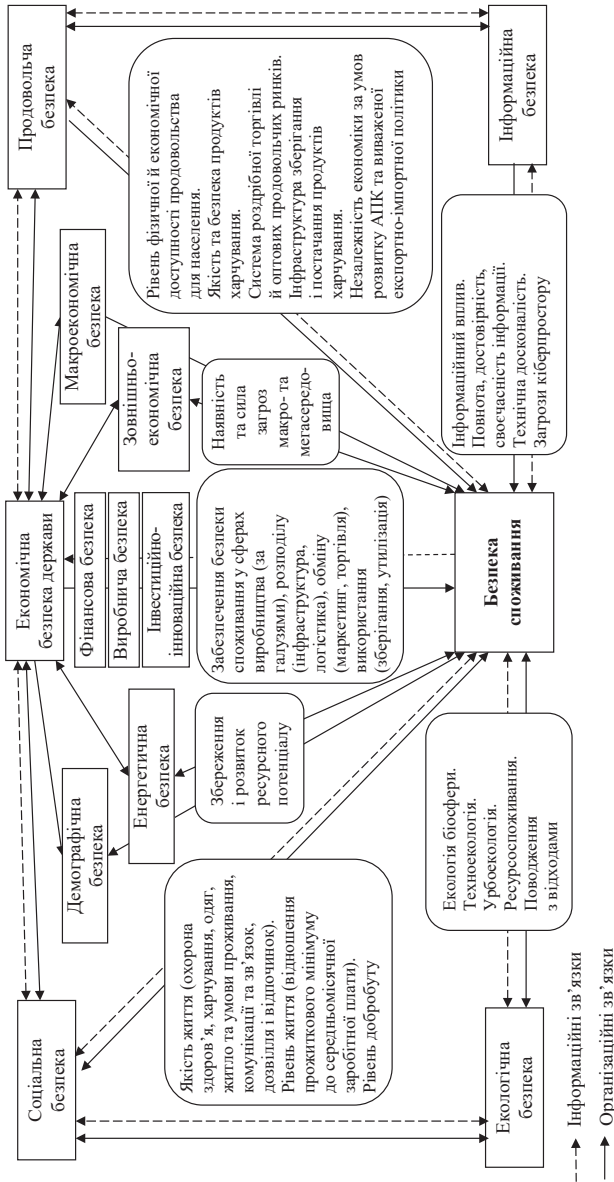


Рис. 1.6. Структурно-функціональні категоріальні зв'язки складників економічної та національної безпеки з безпекою споживання

Складено автором

та практиків; формалізацію на вербальному рівні явищ або процесів, пов'язаних з національною та екологічною безпекою й їхньою взаємодією [112, с. 144]. Істотне значення для безпеки споживання має екологія біосфери, техноекоекологія, урбоекологія тощо.

Важливою є також інформаційна безпека (додаток А, рис. А3) – стан захищеності інформаційного середовища, який забезпечує його формування, використання та розвиток в інтересах громадян, організацій, держави [113]. 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 [114, с. 90], є відсутність в Україні системи індикаторів розвитку інформаційного суспільства, оскільки існуючий комплекс статистичних показників унеможливорює здійснення моніторингу та оцінювання ситуації у сфері розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та інформаційного суспільства в цілому.

Для безпеки споживання в інформаційній сфері загрозливими є: негативний інформаційний вплив і наслідки застосування інформаційних технологій; неповнота, недостовірність і несвоечасність 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.

Підтримуємо думку Шемаєва В.В. про тісний зв'язок між інформаційною та зовнішньоторговельною безпекою держави [115, с. 441]. Підкреслимо, що зовнішньоекономічний та глобальний компоненти економічної безпеки впливають на безпеку спожив-

вання 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 розвиток у складі інвестиційно-інноваційного складника 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 більшістю складників економічної безпеки держави та екологічною і інформаційною компонентами національної 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). За результатами групування показники виробничого, енергетичного компонентів, які не мають тісного зв'язку з безпекою споживання, входять в одну групу з демографічним та інвестиційно-інноваційним складниками економічної безпеки. Взаємозв'язок із показниками безпеки споживання спостерігається для зовнішньоекономічного, інформаційного, макроекономічного та фінансового складників безпеки, які входять у другу групу. Істотний зв'язок з множиною показників безпеки споживання мають характеристики соціальної, продовольчої безпеки і найбільший – екологічної.

Підмножину показників безпеки споживання у формалізованому вигляді представимо кон'юнкцією підмножин складників національної безпеки (NS) та економічної безпеки держави, які чинять найбільший вплив на безпеку споживання (рис. 1.8), з використанням методологічного підходу, запропонованого О. Чернеги, С. Маловичко [116, с. 212–218] для дослідження електронної торгівлі: макроекономічної (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 ($ScS, ScS \subset NS$). Для подальшого дослідження інвестиційно-інноваційної компоненти економічної безпеки держави звуємо її до науково-технологічного складника, який, на нашу думку, більшою мірою впливає на безпеку споживання.

Взаємозалежність, наявність прямих і зворотних зв'язків зазначених складників 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) – показники експортно-імпоротної діяльності, торговельного балансу, імпортозаміщення; (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. Отже, архітектура «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.

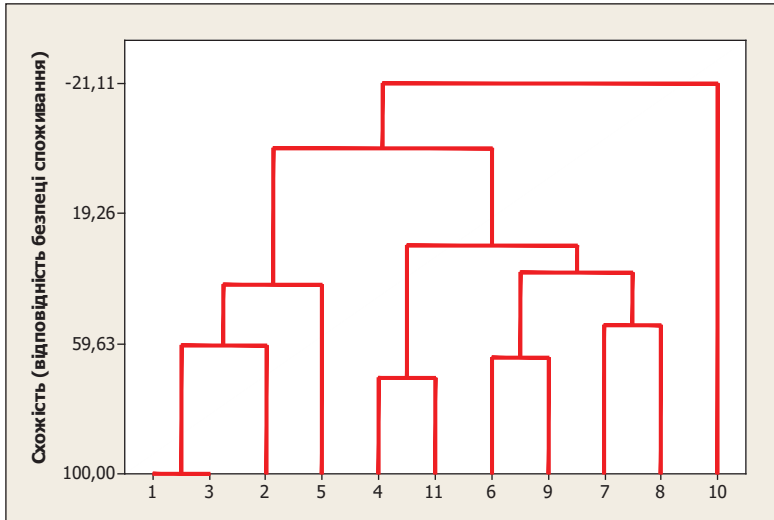


Рис. 1.7. Дендрограма взаємозв'язку із безпекою споживання множини показників складників економічної (1 – виробнича; 2 – демографічна; 3 – енергетична; 4 – макроекономічна; 5 – інвестиційно-інноваційна; 6 – зовнішньоекономічна; 7 – продовольча; 8 – соціальна; 11 – фінансова) та національної (9 – інформаційна; 10 – екологічна) безпеки

Розроблено автором

Зазначене підтверджує гіпотезу про складність, комплексність і багатогранність категорії «безпека споживання», яка не має 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» [117]. 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».

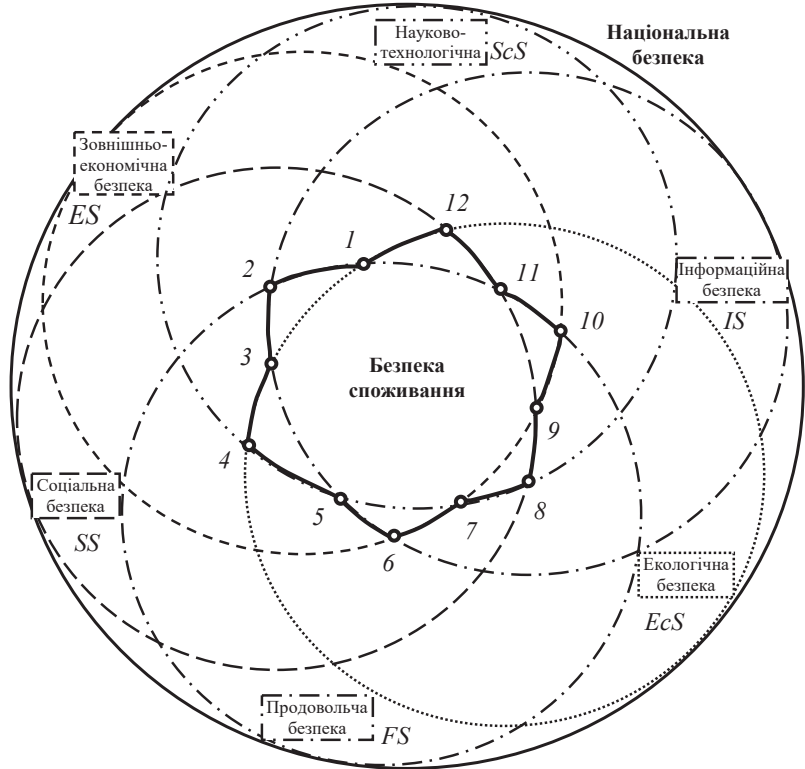


Рис. 1.8. Кон'юнкційна модель безпеки споживання у системі найвпливовіших складників економічної та національної безпеки

Складено автором з використанням [116]

Найчастіше поняття «безпека споживання» трактується в контексті якості продукції (товару) або сукупності характе-

ристик (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 [123, 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 [124]. Проте зазначимо, що у межах «безпеки товарів і послуг» йдеться, насамперед, про безпеку споживання продовольчих товарів, яку М. Піх розглядає як ознаку продовольчої безпеки [125, с. 75], через зростання ризиків, пов'язаних із дефіцитом продовольчих ресурсів, поширенням захворювань, спричинених харчовими отруєннями і неякісними продуктами. В той же час підкреслимо, що 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 [1, с. 15].

Таблиця 1.3

Основні характеристики категорії «безпека споживання»

№ п/п	Сутнісні характеристики	Автор [джерело]
1	2	3
1	Властивість товару, продукту не завдати шкоди людині при його споживанні	Словник бізнес-термінів [118]
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) [119]
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. Ходжкін, Н. Волошко, А. Снітко [120]

Продовження таблиці 1.3

1	2	3
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 [121]
5	Забезпечує захист людини від небезпечних і шкідливих дій, які виникають під час користування товаром	Д. Зеркалов [122]
6	«Відтворення» організаційних рівнів суспільного споживання й особистих свобод громадян	О. Добридень [123]
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. Сальтєвська [9]

Складено автором

Відмінність методологічних підходів трактування категорії «безпека споживання» для товарів або послуг пов'язана із специфікою її функціональних, раціональних, емоціональних характеристик, тобто вигід 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 здоров'я і довкілля на всіх етапах

суспільного відтворення. Отже, доцільно застосовувати методологічні положення поведінкового підходу в контексті трактування процесу споживання у системній послідовності етапів: усвідомлення потреби, пошук інформації, порівняння альтернатив, купівля (за необхідності – транспортування та зберігання), використання та утилізація. Причому необхідно обов'язково урахувати мотиви та критерії вибору товарів (послуг), що безпосередньо пов'язано із світоглядом, освітою, базовими цінностями, тобто соціологічною безпекою для різних об'єктів і рівнів системної ієрархії економічної безпеки.

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, стосовно підвищення вимог технічних умов, стандартів щодо різних об'єктів 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 [127]. Б. Гоулд пропонує розглядати поняття «споживання безпеки» як «споживання операцій», які супроводжують процес купівлі–продажу (окремі акти покупок, практики організаційної безпеки, соціальні та політичні заходи, які спонукають до споживання) [128]. 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, суспільства**

і підприємництва створювати передумови усвідомленого задоволення людиною потреб у самовідтворенні із захистом здоров'я нації та охорони довкілля як імперативів майбутнього розвитку.

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.

Зрозуміло, що підсистему безпеки споживання будемо розглядати як систему, 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. Індивідуальні 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), що обумовлює дуалістичний суб'єктно-об'єктний характер безпеки споживання.

У процесі забезпечення безпеки споживання (ЗБС) як системі (як вже зазначалося, через складність, багато-суб'єктно-об'єктність та мультизадачність ЗБС вважаємо за доцільне розглядати як процес) 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 ефек-

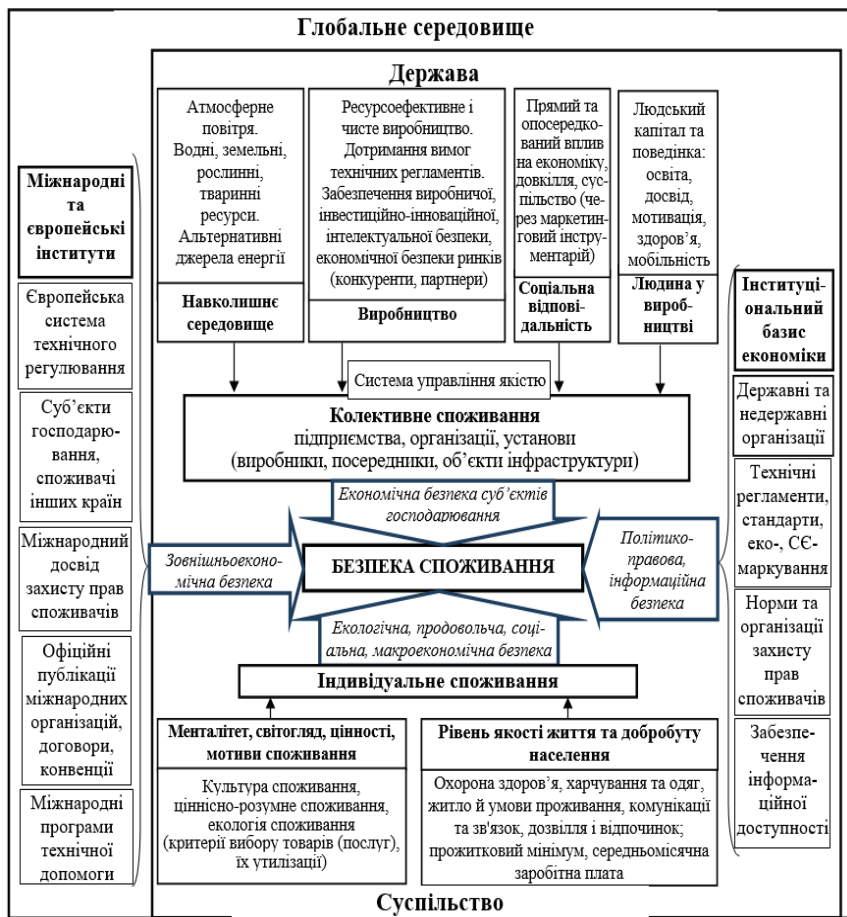


Рис. 1.9. Суб'єктно-об'єктна структура системи безпеки споживання

Розроблено автором

тивного 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.

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

Безпосередньо об'єктами споживання є товари та послуги, типологізація яких за Павленко А.Ф. та колективом авторів [129, с. 367–368] відображає особливості забезпечення безпеки споживання для різних їх видів. 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 СБС повинні визначати й аналізувати чинники впливу на безпеку споживання (ризиків і загроз) 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

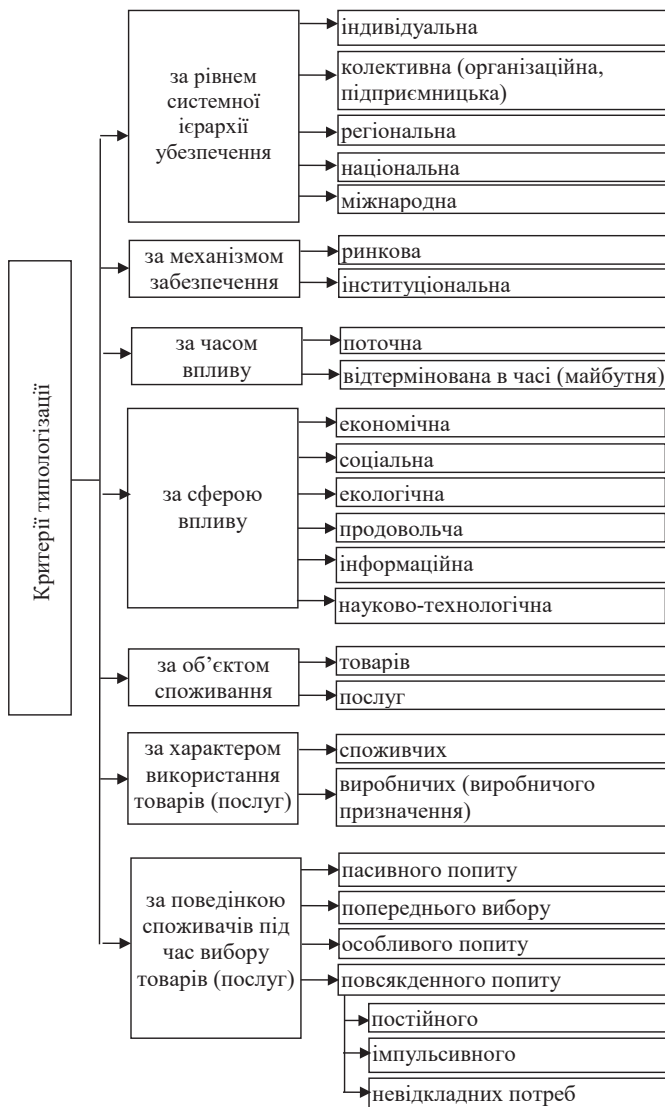


Рис. 1.10. Типологізація безпеки споживання

Розроблено автором

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 й подолання наслідків. Зміцнення безпеки споживання шляхом подолання загроз сприяє одержанню соціальних і економічних вигод, задоволенню та гармонізації 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 [130], або модель стратегії розвитку держави. Механізми забезпечення безпеки споживання охоплюють продуктові, технологічні, інформаційні, ринкові або інституціональні методи, застосування яких забезпечує гармонізацію інтересів суб'єктів та об'єктів системи ЗБС. Ці доповнення потребують насамперед окреслення концептуальних засад методології дослідження безпеки споживання.

1.3. Концептуалізація методології дослідження безпеки споживання в Україні

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 пере-

думов 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 [131, 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 [132, с. 57] дослідження безпеки розглядає за напрямками, у площині яких пропонуємо аналізувати безпеку споживання:

1) визначення процесів і явищ в економічному просторі, які можуть негативно вплинути на забезпечення 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 [133], 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 [134–136]. 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. Під інституціональним базисом розумітимемо сукупність формальних і неформальних правил

та норм, установ й організацій, які формують підґрунтя для зміцнення 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.

У процесі розроблення методологічної основи дослідження безпеки споживання необхідно обов'язково враховувати її загальні принципи. По-перше, це стосується детермінант динамічної змінності, щільності, якості, імпліцитності та поліфункціональності об'єктно-суб'єктних відносин в процесі ЗБС, що ускладнює завдання розроблення, імплементації, контролю ефективності та корегування відповідних заходів.

По-друге, мова йде про необхідність дотримання інтегрованості дій із ЗБС на різних рівнях системної ієрархії управління (мега, макро-, мезо-, мікро-, нано рівні), а також про врахування ієрархічності під час аналізу рівня безпеки споживання. Варто також пам'ятати про наявність зворотних зв'язків у процесі споживання, які можуть чинити негативний вплив на показники демографічної, соціальної безпеки, конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та пропонувані ними на ринку товарів та послуг, а отже як на економічну безпеку країни, так і на національну безпеку взагалі. В той же час сприяння формуванню запобіжних (превентивних) зворотних заходів створить умови для зменшення впливу загроз.

По-третє, необхідно враховувати принцип процесно-системного підходу до дослідження БС та засобів її забезпечення. 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. Як зазначалося у п. 1.2, система безпеки споживання має в своїй основі процес споживання, а процес ЗБС, враховуючи поліфункціональність його суб'єктно-об'єктних відносин, доцільно розглядати як пронизуючу підсистему системи економічної безпеки держави в межах національної безпеки.

По-четверте, враховуючи поведінкові особливості суб'єктів споживання, протиріччя їх інтересів, мотивів і критеріїв вибору товарів (послуг) виникає необхідність доповнення офіційної (кількісної статистичної) інформації результатами цільових соціологічних опитувань (анкетних, експертних), що дозволить якісно оцінити загрози БС та специфіку її забезпечення.

По-п'яте, для досліджуваної проблеми характерним є невідомість сфер і форм прояву, часового періоду впливу ризиків і загроз безпеці споживання на соціально-економічні та екологічні наслідки. Це ускладнює завдання обґрунтування її актуальності на різних рівнях системної ієрархії управління: як на державному, регіональному, підприємницькому, так і на рівні окремої людини – кінцевого споживача.

По-шосте, обґрунтована в пп. 1.1–1.2 міждисциплінарність досліджень БС має включати цілеорієнтовану сукупність взаємопов'язаних методів для ідентифікації ризиків і загроз, розроблення та імплементації системних засобів її зміцнення, на чому зупинимось більш детально.

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, урахуовуючи 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 [137], системно-динамічного моделювання Дж. Форрестера [138] та методи нечіткої логіки Л. Заде [139–141]. 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, ідентифікації загроз і ризиків, 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 психоемоційних 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.

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 економічною, продовольчою, екологічною, інформаційною безпекою; визначення

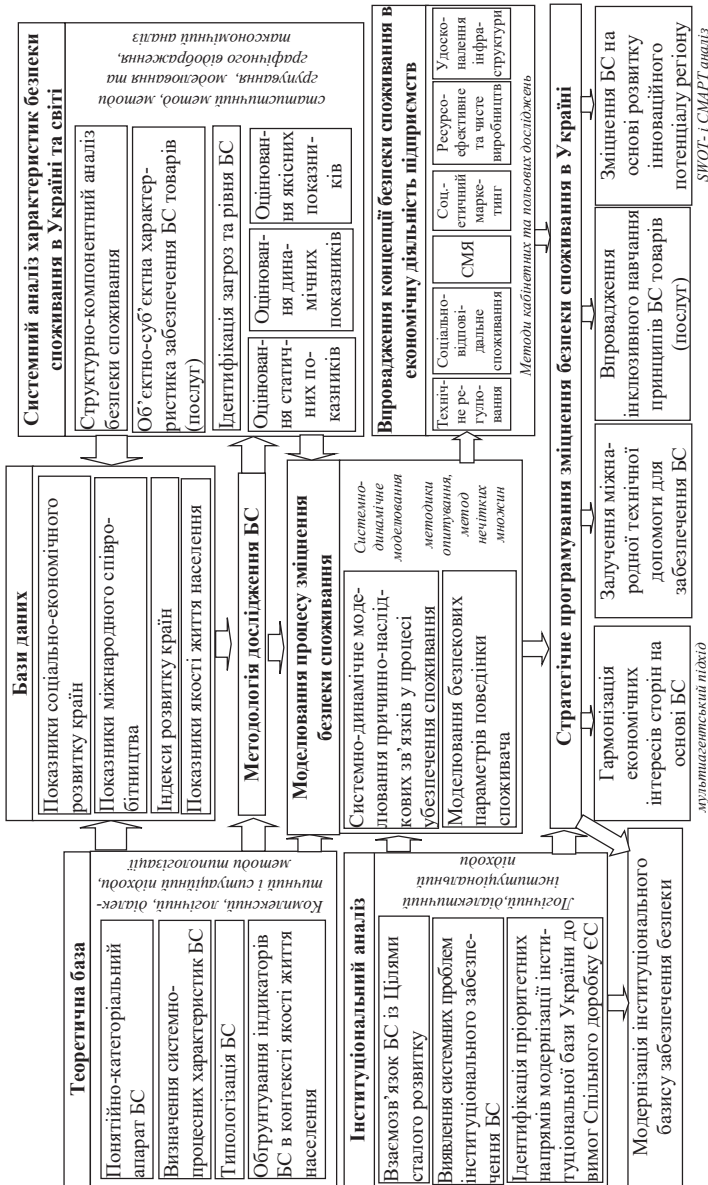


Рис. 1.11. Методологічна основа дослідження безпеки споживання
Розроблено автором

понятійно-категоріального апарату; 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 обґрунтування індикаторів безпеки споживання та 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.

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 забезпечення споживання, поточного стану та напрямів удосконалення програмних методів у системі забезпечення безпеки споживання.

Ураховуючи дуалізм суб'єктно-об'єктного характеру безпеки споживання проаналізуємо чинники впливу на забезпечення 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 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.

Щоб ідентифікувати та ранжувати ризики і загрози безпечного споживання, проведемо таксономічний аналіз за методом З. Хельвіга [95; 142, с. 24]) для аналізу системи безпеки споживання за функціональними складниками, який дає змогу впорядкувати однотипні об'єкти залежно від ступеня сукупного впливу на них факторних ознак. Значна кількість складників 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 СБС (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 багатовимірність 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 структурі та отримати єдину кількісну характеристику рівня безпеки споживання України.

Для розрахунків модифікуємо запропонований О. Іляш науково-методичний підхід [95] (рис. 1.12). 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 кожним складником та сьомої – за всіма складниками водночас:

$$Y^{(k)} = \begin{pmatrix} y_{11}^{(k)} & y_{12}^{(k)} & \dots & y_{1p_k}^{(k)} \\ y_{21}^{(k)} & y_{22}^{(k)} & \dots & y_{2p_k}^{(k)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ y_{n1}^{(k)} & y_{n2}^{(k)} & \dots & y_{np_k}^{(k)} \end{pmatrix}, \quad (k = \overline{1,7}). \quad (1.1)$$

Стандартизуємо отримані матриці для нівелювання різними одиницями виміру індикаторів:

$$x_{ij}^{(k)} = \frac{y_{ij}^{(k)} - \bar{y}_j^{(k)}}{\bar{\sigma}_j^{(k)}}, \quad (i = \overline{1,n}; j = \overline{1,p_k}; k = \overline{1,7}), \quad (1.2)$$

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

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



Рис. 1.12. Структурно-логічна побудова таксономічного аналізу безпеки споживання

Модифіковано за [95, с. 294]

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 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:

$$c_{i0}^{(k)} = \sqrt{\sum_{j=1}^{p_k} (x_{ij}^{(k)} - \bar{z}_j^{(k)})^2}, \quad (i = \overline{1, n}). \quad (1.3)$$

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

$$c_0^{-(k)} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n c_{i0}^{(k)}; \quad (1.4)$$

$$S_0^{(k)} = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (c_{i0}^{(k)} - c_0^{-(k)})^2}; \quad (1.5)$$

$$c_0^{(k)} = c_0^{-(k)} + 3S_0^{(k)}, \quad (1.6)$$

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

$$d_i^{(k)} = 1 - \frac{c_{i0}^{(k)}}{c_0^{(k)}}. \quad (1.7)$$

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.

Отримані результати інституціонального, системного аналізу характеристик безпеки споживання товарів (послуг) та оцінювання ризиків і загроз безпечного споживання використовуємо для системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у СЗБС, яке, за Ю. Карповим [143, 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 [138].

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 безпеку 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, етичності 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 використанням підходу до оцінювання ступеня задоволення фізіологічних потреб споживачів [144, 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 [145], з яких 95 % є реальними споживачами): $n = \frac{1}{\Delta^2}$, де n – обсяг вибірки, Δ – допустима похибка [146, 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 споживачів 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 [140; 141].

З метою обґрунтування стратегічних пріоритетів і системи заходів мінімізації загроз безпеці споживання та посилення конкурентоспроможності національної економіки проаналізовано двостороннє співробітництво між Україною та країнами-членами ЄС на основі комплексу показників і індикаторів.

Індекс виявленої порівняльної переваги (RCA) використовується для оцінювання рівня спеціалізації країни на виробництві конкретних типів товарів, що є одним з чинників конкурентоспроможності у глобальному середовищі [147, с. 56].

$$RCA = \ln \left[\frac{EX_{ij}}{IM_{ij}} \div \frac{EX_j}{IM_j} \right], \quad (1.8)$$

де EX_{ij} – експорт товару (товарної групи) i країни j ; IM_{ij} – імпорт товару i у країну j ; EX_j – експорт країни j ; IM_j – імпорт країни j .

Країна має перевагу у зовнішній торгівлі у порівнянні з іншою за умови $RCA > 0$.

Індекс подібності експорту [145, с. 57]:

$$ESI_{js} = \left[\sum_i \min \left(\frac{x_{jw}^i}{X_{jw}}, \frac{x_{sw}^i}{X_{sw}} \right) \right] \times 100, \quad (1.9)$$

де j та s – країни, експортні портфелі яких порівнюються; w – всі країни світу або група країн, торгівля між якими аналізується; i – назва товару або галузі промисловості; x_i – обсяг експорту i -го товару або галузі; X – загальний обсяг експорту.

Індекс компліментарності зовнішньої торгівлі [145]:

$$TCI_{js} = \left[1 - \left(\sum \left| \frac{m_{ij}}{M_j} - \frac{x_{is}}{X_s} \right| \div 2 \right) \right] \times 100, \quad (1.10)$$

де j – країна-імпортер; s – країна-експортер; i – назва товару або галузі промисловості; x_i – обсяг експорту i -го товару або галузі; m_i – обсяг імпорту i -го товару або галузі; X – загальний обсяг експорту; M – загальний обсяг імпорту.

Індекс торгової спеціалізації [145, с. 55]:

$$TSI_{js} = \frac{X_{js} - M_{js}}{X_{js} + M_{js}}, \quad (1.11)$$

де j та s – країни двосторонньої торгівлі; X_{js} – загальний обсяг експорту; M_{js} – загальний обсяг імпорту.

Індекс внутрігалузевої торгівлі [145, с. 59]:

$$ITT_{js} = \sum \left(\left(1 - \frac{|x_{ijs} - m_{isj}|}{x_{ijs} + m_{isj}} \right) \times \frac{x_{ijs} + m_{isj}}{X_{js} + M_{sj}} \right), \quad (1.12)$$

де j та s – країни двосторонньої торгівлі; i – назва товару або галузі промисловості; x_{ijs} – обсяг експорту i -го товару або галузі; m_{isj} – обсяг імпорту i -го товару або галузі; X – загальний обсяг експорту; M – загальний обсяг імпорту.

Дослідження світового та вітчизняного досвіду використання успішних підходів сталого, ресурсоефективного та чистого вироб-

ництва 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 СБС з урахуванням зміни параметрів і характеристик надає підстави для стратегічного програмування зміцнення безпеки споживання, обґрунтування пріоритетів, напрямів, програм і механізмів економічного розвитку регіонів з урахуванням критеріальних областей розв'язання проблеми гармонізації інтересів стейкхолдерів. Необхідність їх урахування в процесі забезпечення безпеки споживання на всіх рівнях системної ієрархії обумовлює застосування мультиагентського підходу [148–150] з ідентифікацією та формалізацією агентів, елементів, зв'язків, параметрів і обмежень взаємодії з метою 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; розвиток інноваційного потенціалу регіонів тощо.

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 безпеки споживання в контексті якості життя населення

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 [151, 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» [152, 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 [153, с. 135; 154, 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 сформувалися дві концепції «рівня життя» [155, 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 [156].

Вітчизняні науковці розглядають якість життя в кількох аспектах. Одні [157–159] вважають, що якість життя людей визначається сукупним впливом факторів об'єктивного та суб'єктивного характеру, а інші [160; 161] 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 [162]. 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 [156].

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 [163, с. 49; 164, с. 9; 165].

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 [165, с. 234].

Згідно з нормативами та стандартами, виокремлюють такі рівні життя населення [166]:

- 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 [167, 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 зупинимося 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. Компонента 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 [168].

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. 1.13).

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 різним зниженням у 2013 р. та 2015 р. (рис. 1.14).

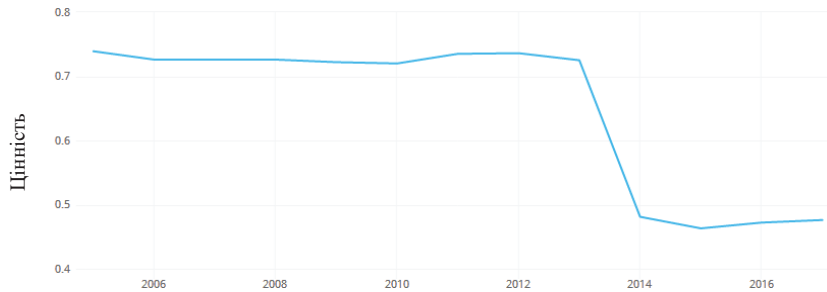


Рис. 1.13. Динаміка зміни індексу сталого розвитку України (2005–2017)

Складено за [169]

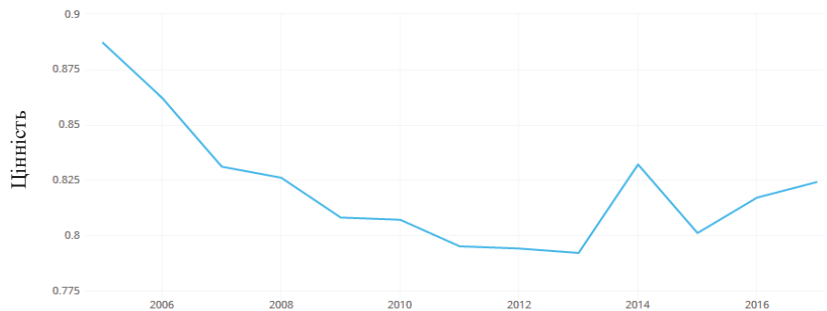


Рис. 1.14. Динаміка зміни компоненти «якість життя» індексу сталого розвитку України (2005–2017)

Складено за [169]

У регіональному вимірі за індексом сталого розвитку згрупуємо регіони (рис. 1.15): 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.



Рис. 1.15. Структурно-географічне сегментування регіонів України за індексом сталого розвитку

Складено за [169]

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 [170].

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, конвертованих за коефіцієнтами переходу на паритет купівельної спроможності (ПКС). Сукупний *HDI* розраховують за формулою [89, с. 32]:

$$HDI = \frac{I_{ВВП/Н} + I_{ОСВ} + I_{ТР.Ж.}}{3}, \quad (1.13)$$

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 [168].

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 [171].

Під час аналізу безпеки споживання необхідно враховувати індикатори здоров'я, матеріального добробуту та зайнятості (див. 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 [172].

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 унеможливує 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 [156, 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 он-лайн 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 [173]. 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 [175]:

– 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 А, табл. А5). 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; інфраструктура; безпека і ризик; клімат [175]. 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 економічного 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 свободу; соціальний капітал [176]. 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 [160, 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 [164], 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-еко-

номічної політики, безпосереднє віддзеркалення демографічної ситуації та розвитку ринку праці, детальну характеристику рівня життя, умов проживання, стану й охорони здоров'я населення [164].

З 2001 р. Державна служба статистики України розпочала щорічний моніторинг Регіонального індексу людського розвитку (РІЛР) [177]. 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 [177; 178].

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 [164]. 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 [162, с. 40]. До того ж спостерігається певне дублювання певних показників, які відображають ідентичні аспекти людської життєдіяльності.

Заслужовує на увагу методичний підхід А. Ярчука [156, 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 природи 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) [163, 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) довкілля 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 сукупних 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.

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.

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.

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

Виявлений тісний діалектичний зв'язок безпеки споживання з поняттями «стале», «розумне», «раціональне», «зелене», «відпові-дальне», «етичне» споживання, які відображають різні параметри сталості та спрямовані на вирішення спільних проблем розвитку людства (зменшення негативного впливу виробництва та спожи-вання на здоров'я, довкілля, суспільство, формування свідомої поведінки (мотивації) споживача), дає змогу запропонувати піра-мідальну 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 спожи-вання 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 спожи-вання; до соціального складника – відповідальне або соціально-відповідальне споживання.

Безпеку споживання запропоновано розглядати не лише як властивість товару або послуги, а й як процес забезпечення цієї властивості, який враховує 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.

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 економічної 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 несвоечасність інформації про товари (послуги); перешкоди доступу і цілісності інформації).

Систематизація та узагальнення теоретико-методологічних підходів до системно-інституціонального аналізу структурно-сутнісних характеристик безпеки споживання дали змогу визначити її як здатність держави, суспільства і підприємництва створювати передумови усвідомленого задоволення людиною потреб у самовідтворенні із збереженням здоров'я та довкілля як імперативів майбутнього розвитку. 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.

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 встановити 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.

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.

Основні результати дослідження за розділом опубліковані у працях [99; 179–185].

Розділ 2

Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

2.1. Взаємообумовленість безпеки споживання з ціллю сталого розвитку «Стале виробництво та споживання»: європейський досвід

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 [43; 186; 187].

Аналіз сутностей ЦСР в контексті БС Аналіз показує, що кожна з цих цілей має тісний зв'язок з безпекою споживання (рис. 2.1). Розглянемо зв'язок безпеки споживання з кожною із цих цілей. 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.

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).

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

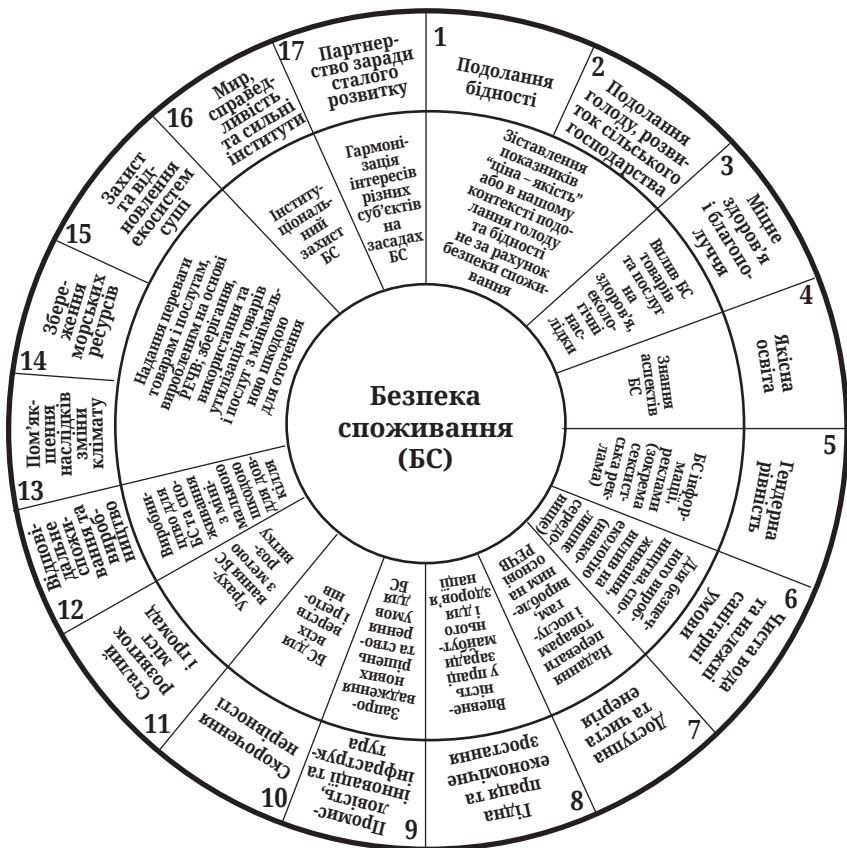


Рис. 2.1. Взаємозв'язок безпеки споживання з цілями сталого розвитку

Складено автором

Звернемо увагу на необхідність забезпечення 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» [188].

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 безпеки споживання 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 розвитку 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 («Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і 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 [43; 186].

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, мінімізація 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 [189].

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 ефективної 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.

Компаративний аналіз 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, якщо для країн ЄС ціль полягає у прагненні до відриву економічного зростання та покращення рівня життя від використання ресурсів, то в Україні акцент робиться на скороченні післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції та ефективному поводженні з відходами. 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. Тобто завдання ЄС охоплюють більш широкий спектр (більшу групу) індикаторів і базу порівняння (визначається 2005 р.). Такі розбіжності також можуть бути обумовлені різницею у рівнях економічного розвитку. Також проблема розбіжностей може бути викликана відсутністю статистичних даних і складністю вимірювання необхідних показників. 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, ураховуючи 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» [187] 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 [189]) чи дещо змінене в Україні «зменшення обсягів утворення відходів і збільшення обсяг їх переробки та повторного використання на основі інноваційних технологій та виробництв» [187]. 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.

Низка завдань 12-ї ЦСР в ЄС у вітчизняних завданнях не відображаються: «12.6. Рекомендувати компаніям, особливо великим і транснаціональним, застосовувати стійкі методи виробництва та відображати інформацію про раціональне використання ресурсів у своїх звітах; 12.7. Сприяти забезпеченню сталої практики державних закупівель відповідно до національних стратегій і пріоритетів; 12.8. До 2030 року забезпечити відповідну інформацію населенню та відомості про сталий розвиток і життя

в гармонії з природою». Така ситуація, як було зазначено вище, може бути пояснена порівняно нижчим рівнем соціально-економічного розвитку України та невирішеністю відповідних тактичних завдань.

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

Однією з основних тенденцій є 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.).

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 [192]. Зазначимо також позитивну динаміку в структурі споживання матеріалів (рис. 2.4).

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 [194]. 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.

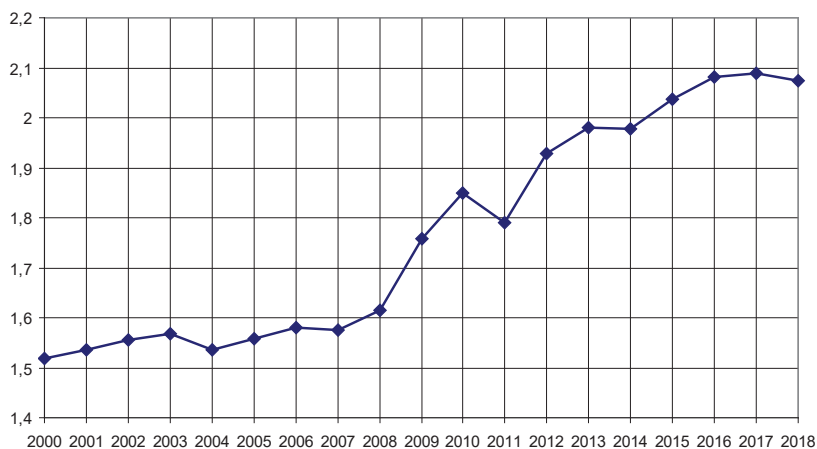


Рис. 2.2. Динаміка зміни продуктивності ресурсів у країнах ЄС (2000–2018), євро/кг

Складено за [190]

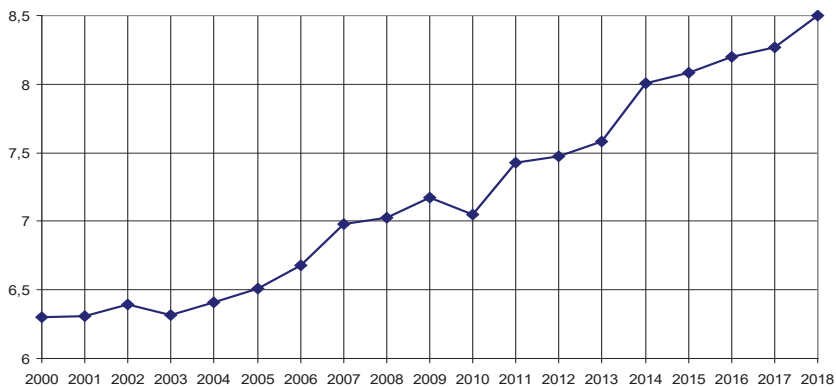


Рис. 2.3. Динаміка зміни показника енергетичної продуктивності в країнах ЄС (2000–2017), євро/кг енерг. екв.

Складено за [191]

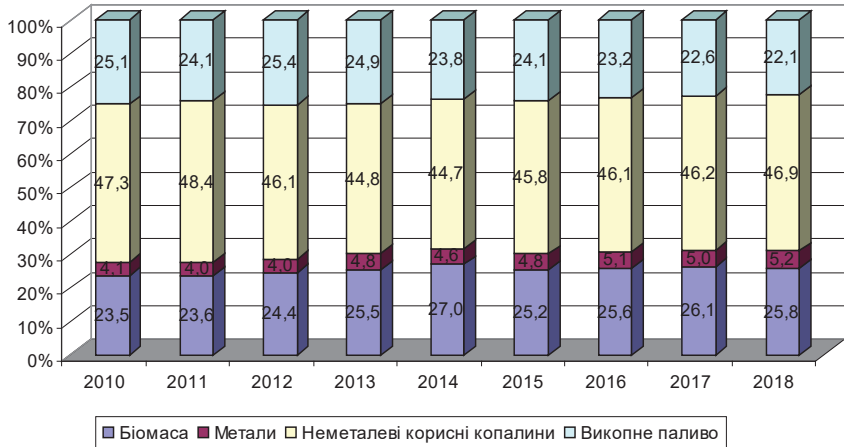


Рис. 2.4. Динаміка зміни структури показника внутрішнього споживання матеріалу (DMC) за типом матеріалу в країнах ЄС (2010–2018), %

Розраховано за [193]

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).

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.

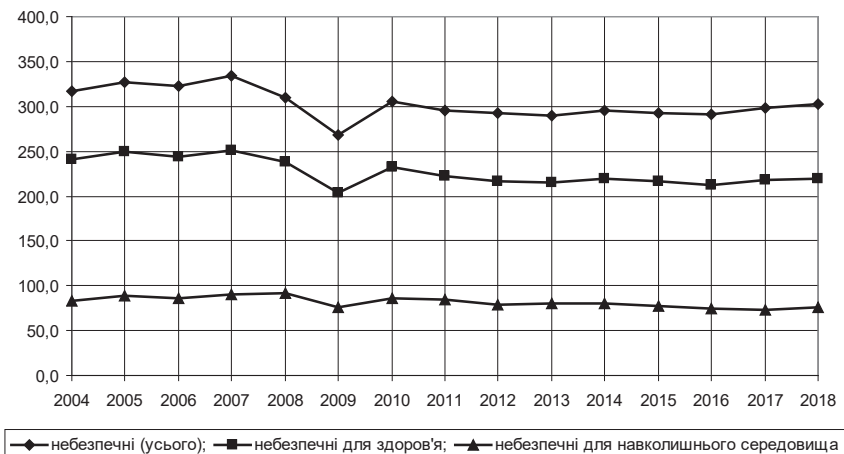


Рис. 2.5. Динаміка зміни обсягів споживання токсичних хімікатів у країнах-членах ЄС залежно від ступеня загрози (2004–2018), млн т

Розраховано за [195]

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 [196].

Так, той факт, що за оцінками експертів [197], автомобілі несуть близько 12% загального обсягу викидів основного парникового газу в ЄС, двоокису вуглецю (CO₂), актуалізував завдання зниження середнього показника викидів для нещодавно зареєстрованих легкових

автомобілів (у ЄС у 2015 р. встановлено обов'язковим пріоритетом 130 г CO₂ на 1 км, а у 2021 р. – 95 г CO₂ на 1 км) [198]. Щодо цього, в ЄС досягнуто прогресу в напрямі збільшення чистого автопарку протягом останнього десятиліття, хоча в останні роки ця тенденція сповільнилася (рис. 2.6).

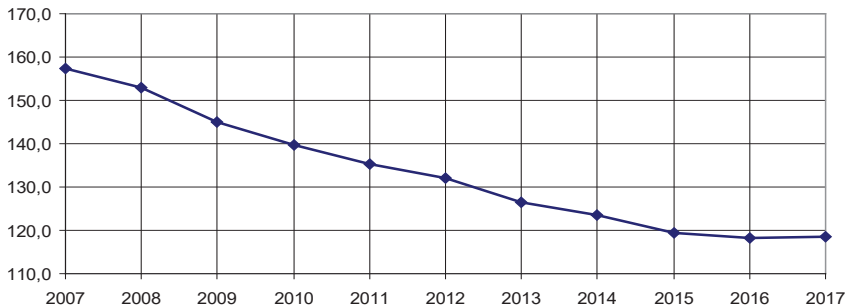


Рис. 2.6. Динаміка зміни середнього рівня викидів CO₂ на 1 км на нові пасажирські автомобілі для країн ЄС-27 та ЄС-28 (2007–2017), г CO₂ на 1 км

Розраховано за [191]

Аналізуючи тенденції впливу розвитку економіки, споживання енергії та управління відходами на довкілля, варто зазначити, що для подальшої трансформації соціально-економічної макромоделі України в контексті безпеки споживання доцільно врахувати успішні політики ЄС, де є надійна та доступна енергія, а її ефективне 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.

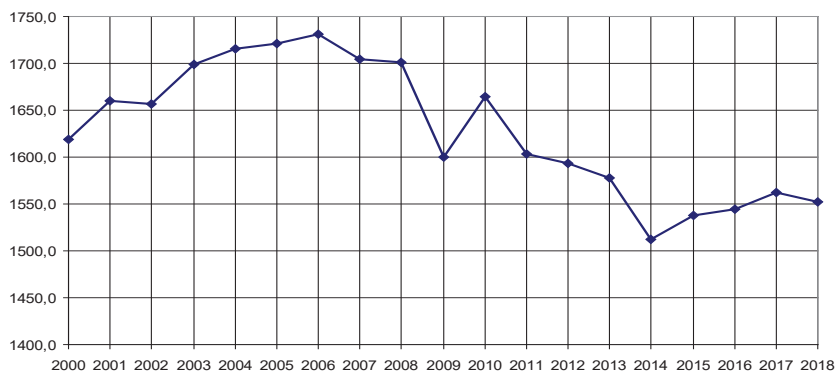


Рис. 2.7. Динаміка споживання первинної енергії в країнах-членах ЄС (2000–2018), млн т масл. екв.

Розраховано за [199]

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.).

Ще однією тенденцією щодо зменшення впливу на довкілля є ефективне управління відходами в процесі виробництва та споживання. ЄС прагне створити циркулярну економіку, у якій кількість

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 [201]. Відходи матимуть величезний негативний вплив на навколишнє середовище, викликаючи забруднення та викиди парникових газів, які спричиняють зміну клімату [202]. Саме тому ефективною моделлю поводження з відходами обрано їх утилізацію та перероблення, які повертають матеріальні ресурси в економіку.

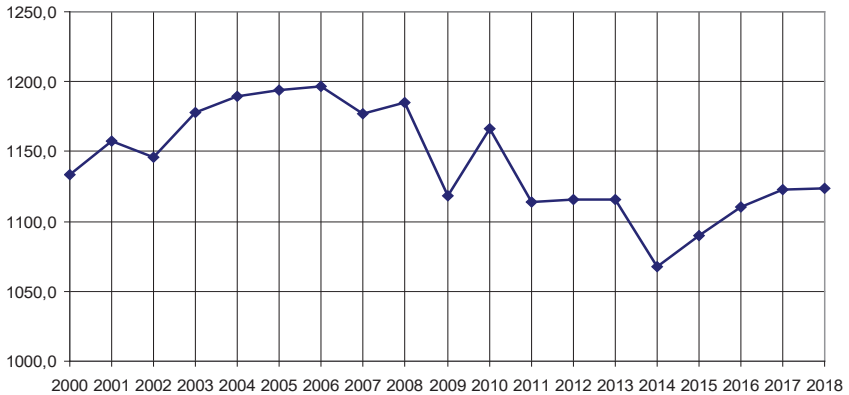


Рис. 2.8. Динаміка споживання вторинної енергії в країнах-членах ЄС (2000–2018), млн т масл. екв.

Розраховано за [200]

Упродовж 2004–2016 рр. обсяги утворених відходів у розрахунку на одну особу, за винятком мінеральних відходів, зменшилися на 7,5 % (рис. 2.10).

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

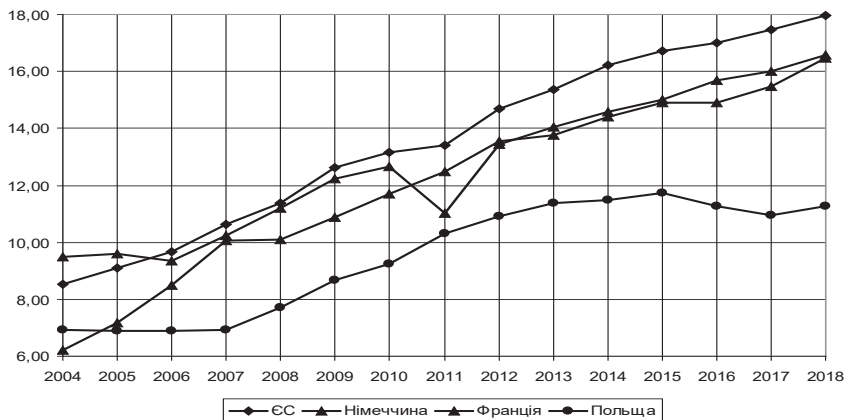


Рис. 2.9. Динаміка зміни частки відновлюваної енергії у загальному обсязі (2004–2016), % від вторинної енергії
Складено за [191]

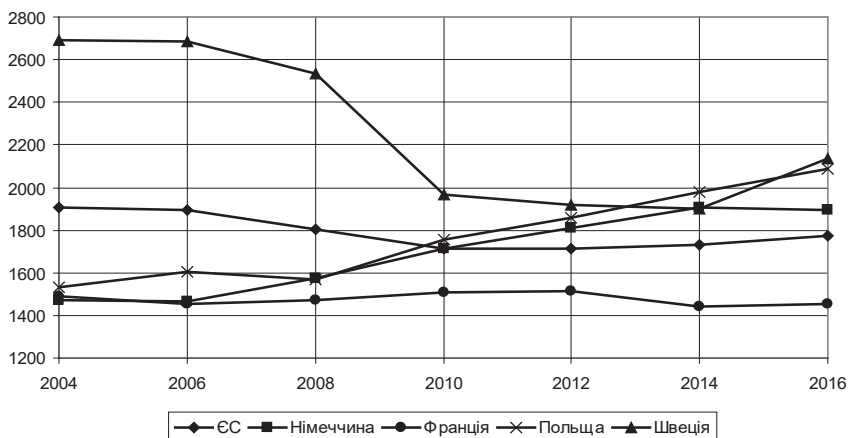


Рис. 2.10. Динаміка зміни обсягів утворених відходів в ЄС (2004–2016), кг на 1 особу
Розраховано за [191]

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%.

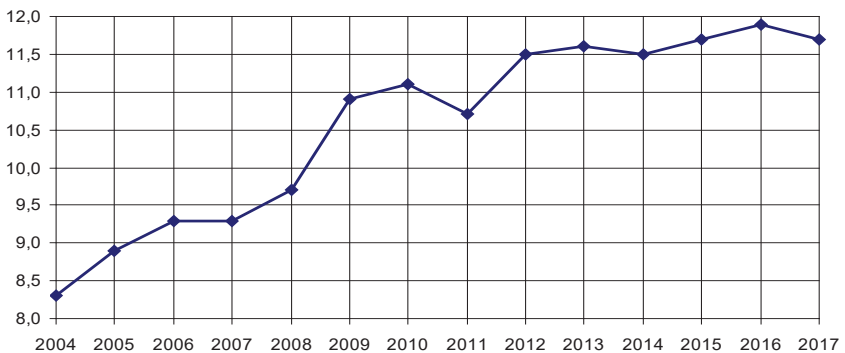


Рис. 2.11. Динаміка зміни показника циркулярного використання матеріалів (СМУ) в ЄС (2004–2014), %

Розраховано за [203]

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

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, інфра-

структури 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 [204].

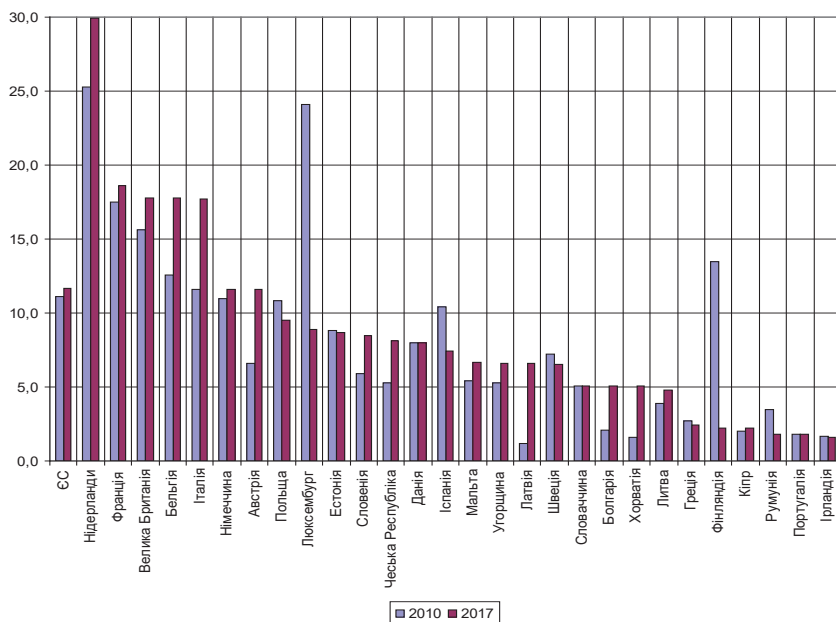


Рис. 2.12. Динаміка зміни географічної структури показника циркулярного використання матеріалів (CMU) у країнах-членах ЄС (2010–2017), %

Розраховано за [203]

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).

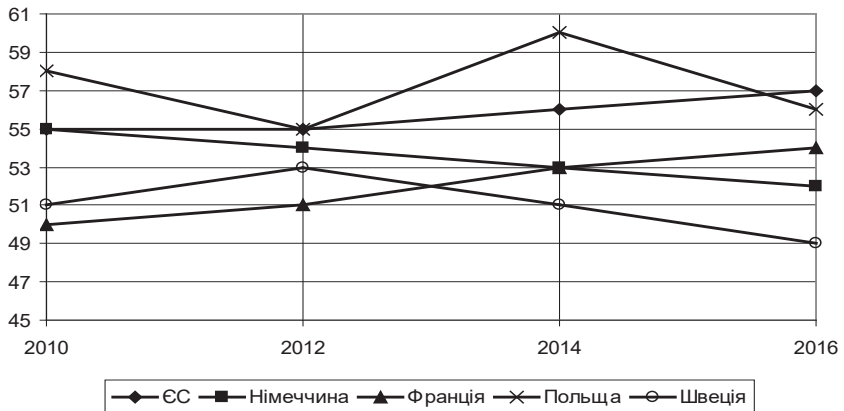


Рис. 2.13. Динаміка зміни частки переробки відходів (за винятком мінеральних) у країнах-членах ЄС (2010–2016), % до загального обсягу

Розраховано за [191]

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.

Швидкість переробки є більшою для загальних відходів, за винятком основних мінеральних відходів, ніж для побутових відходів. Незважаючи на значне зростання, рівень утилізації кому-

нальних 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%.

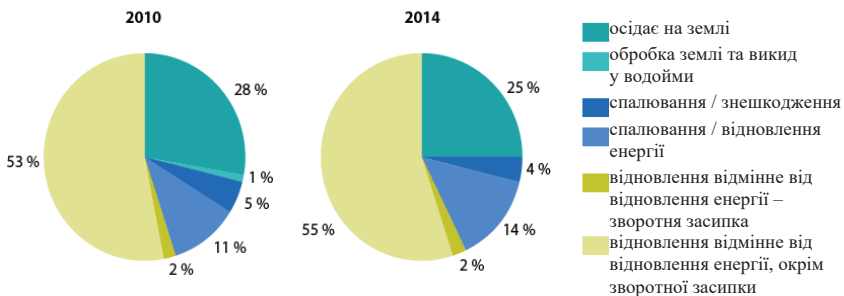


Рис. 2.14. Зміна функціонально-цільової структури управління відходами в країнах ЄС (2010–2014), %

Розраховано за [189]

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.

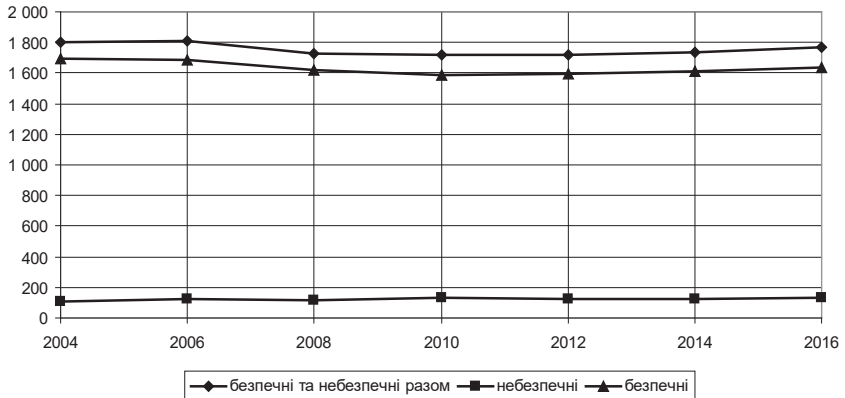


Рис. 2.15. Динаміка зміни обсягів утворення відходів у країнах ЄС (2004–2016), кг на одну особу

Розраховано за [191]

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 потенційно 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 [186, 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 (%).

Останнім часом 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 [186, 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%.

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

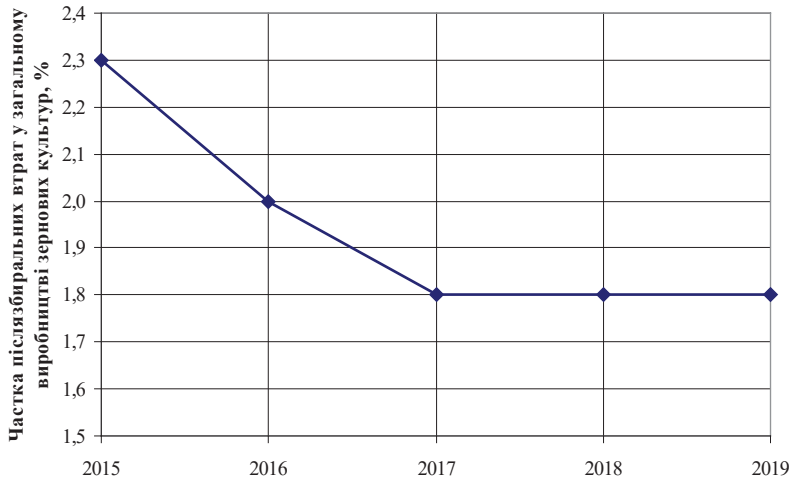


Рис. 2.16. Динаміка зміни частки післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, %
Складено за [186, с. 75]

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.

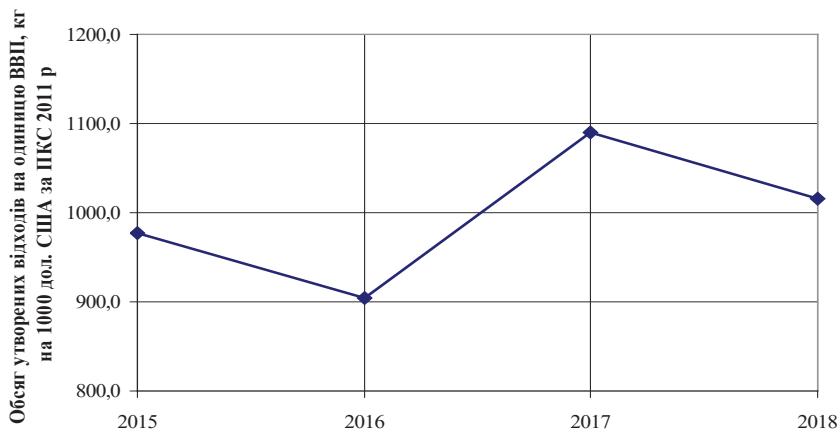


Рис. 2.17. Динаміка зміни обсягів утворених відходів підприємствами усіх видів економічної діяльності у розрахунку на одиницю валового регіонального продукту (ВРП) (2015–2018), кг на 1000 дол. США

Розраховано за [186, 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 [192, с. 74].

Таблиця 2.1

Загальні обсяги відходів, нагромаджених протягом експлуатації, у місцях утилізації, у розрахунку на кв. км, у найбільш забруднених областях України, т

№ п/п	Область	Роки				
		2010	2015	2016	2017	2018
1	Дніпропетровська	287151,1	318310,6	320717,2	323535,7	335571,1
2	Донецька	95742,7	40200,1	32611,6	32587,0	33996,4
3	Кіровоградська	9557,8	13976,5	15274,9	16609,7	21011,1
4	м. Київ	4442,3	14100,1	13903,3	14258,9	14818,7
5	Львівська	8006,6	10553,0	10617,9	10657,7	10513,4
6	Запорізька	5439,9	5883,6	5970,2	6082,8	6064,1

Складено за [186, с. 75]

Стан поводження з побутовими відходами в Україні, за оцінками науковців Національного інституту стратегічних досліджень [205, 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 залучення 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 проєктів 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 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).

Зазначеному сприятиме вдосконалення інституціонального базису забезпечення безпеки споживання.

2.2. Компаративний аналіз інституціонального базису безпеки споживання в ЄС та Україні

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 нехарчової груп показує відсутність координації у формуванні і реалізації єдиної 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 непідготовленість 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 [206, 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 [207, 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 [208].

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).

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 складниками безпеки споживання у вигляді множин інститутів та інституцій за напрямками:

$E = \{e_1, e_2, e_3, \dots, e_n\}$ – 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.

Викремимо з множин E, C, F, T підмножини, які охоплюють національні інститути, не гармонізовані з законодавством Спільним доробком ЄС (E_1, C_1, F_1, T_1), та інститути, в яких вже імплементовані європейські норми (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 інституціональний базис за кожним із 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 [209, 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

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

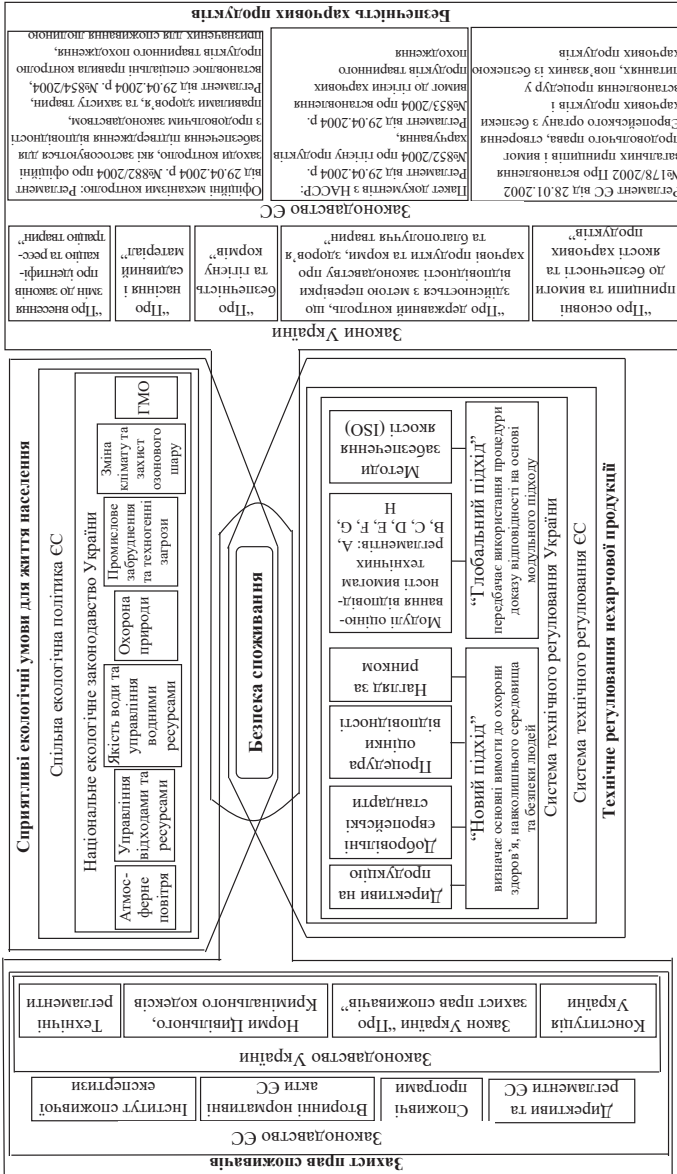


Рис. 2.18. Структурно-логічна схема інституціонального базису забезпечення безпеки споживання

Розроблено автором

використання природно-ресурсного потенціалу, формування еколого-економічних передумов переходу на засади екологічного управління [209, 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 [210, 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 [213].

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

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

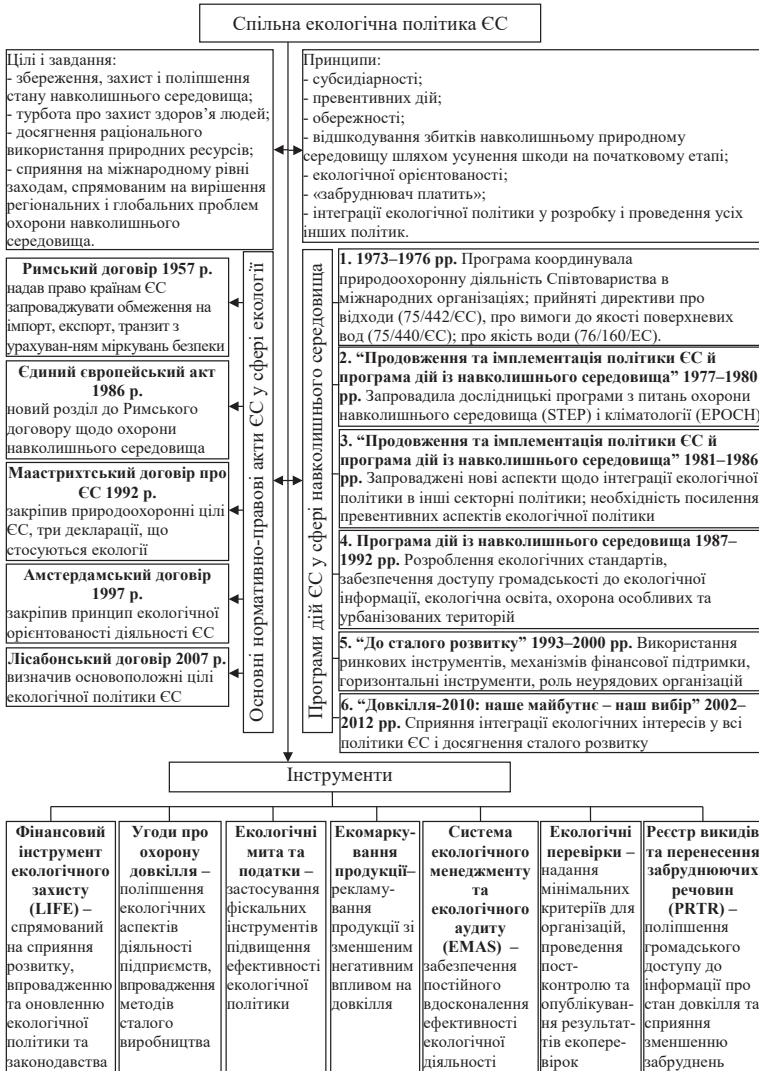


Рис. 2.19. Інституціональний базис Спільної екологічної політики ЄС

Складено на основі [210, с. 158; 211; 212, с. 57]

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 [213].

Основні нормативно-правові акти ЄС у сфері екології та охорони навколишнього середовища (додаток Е) присвячені: свободі доступу до відповідної інформації, забезпечення більшої прозорості для окремих громадян та добровільних екологічних програм; оцінюванню і контролю ризиків впливу на здоров'я людини та навколишнє середовище існуючих небезпечних речовин; оцінюванню впливу деяких планів та програм, державних і приватних проектів на довкілля; вимогам щодо регулярної звітності; розв'язанню екологічних проблем, – що створює умови для підвищення свідомості та рівня обізнаності громадян із загрозами БС у довгостроковій перспективі. З позицій системного аналізу природоохоронне законодавство країн ЄС характеризується такими особливостями [211]:

- 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, що також можемо розглядати як основу для інтеграції інституціональних дій із ЗБС.

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 [214].

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 [209, с. 215], 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, які доцільно було б доповнити заходами із забезпечення безпеки споживання в прямому та зворотному напрямках.

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 запобігання шкоді довкіллю, забезпечення екологічної безпеки, охорони довкілля, раціонального використання

і відтворення природних ресурсів ... з урахуванням державних, громадських та приватних інтересів...» [215], 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 [216]. 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 [217] з метою досягнення визначених екологічних цілей. 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 [218].

В організаційній компоненті інституціонального базису запропоновано «Концепцію реформування Держводагентства» відповідно до принципу інтегрованого управління водними ресурсами та принципів належного урядування ОЕСД, 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 [219]. Щодо цього зазначимо, що використання водних ресурсів у більшості

технологічних процесів виробництва товарів (послуг), а також залежність БС від їх якості обумовлює актуальність не лише раціонального, але й ощадливого користування ними.

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 [220]. Ведеться активна робота з Верховною Радою України над рамковим законом про відходи. Підкреслимо, що для ЗБС важливим також є вирішення проблеми сортування сміття, що сприятиме розвитку економіки на засадах циркулярності.

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 [221], 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 урахує 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, урахувуючи істотну екологічну диференціацію 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 забрудненням та оздоровлення довкілля у масштабі як держави, так і окремих регіонів; розробляти і реалізовувати відповідні національні, регіональні, місцеві і секторальні плани [222, с. 206–207], виконання яких на сьогодні характеризується значними затримками [304].

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 домінантою 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 [208, 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 прийнятую нею «Стратегію споживчої політики ЄС», в основу якої закладено зміщення акценту з можливостей виробників на потреби споживачів [223, 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 [224]. До перших належать директиви: про загальну безпеку

продукції 2001/95/ЄС; про оманливу рекламу 97/55/ЄС з доповненнями, внесеними директивою про порівняльну рекламу 84/450/ЄС; про індикативні ціни 1998/6/ЄС; про недобросовісні умови споживчих контрактів 93/13/ЄС; про продаж споживчих товарів і асоційованих гарантій 99/44/ЄС.

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

Рада ЄС та Парламент ЄС ухвалюють Споживчі програми, які спрямовані на забезпечення [225, 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/ЄС про загальну безпеку продукції передбачає функціонування в ЄС інформаційної системи RAPEX попередження про товари, які становлять небезпеку для споживачів [226].

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, «ІСПЕН-Європа», Європейська асоціація координації споживчого представництва у процесах стандартизації, Європейська мережа споживчих центрів) [225].

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» [227]. 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, зберіганню та інших угод, юридичну відповідальність за неналежне їх виконання чи невиконання [227]. 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 [229].

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» [230]. Щодо цього зазначимо, що для ЗБС у довгостроковій перспективі важливо також створення умов для розвитку людини.

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 законо-

давства 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.

Одним з вирішальних складників 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 [231, 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 [232, с. 176].

Загальні правила офіційного контролю у ЄС закріплені Регламентом №854/2004 про особливі правила організації офіційного контролю за продуктами тваринного походження [233] та Регламентом № 882/2004 про особливі правила перевірки дотримання законодавства про харчові продукти та корми для тварин, охорону здоров'я та благополуччя тварин [234]. 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 [234].

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 [231, 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 [235]. Він передбачає збирання, системний аналіз та оцінювання [236]:

- 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 харчові 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 [237] та Угодою про санітарні та фітосанітарні заходи [238] застосування стандартів є добровільним, обов'язковими є вста-

новлені 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) [239, с. 7].

Н. Притульська визначає такі основні види технічного регулювання, використані у праці [239, 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 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 на основі «Нового підходу до регулювання продукції» [240] та «Глобального підходу до оцінювання відповідності» [241]. 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 % [242, с. 59–60].

«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 (В, Е, 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 [243, 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 [244; 245].

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 [246, 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 [243, с. 57–58].

Технічне регулювання за нового підходу 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, 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 складниками 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. Об'єктно-суб'єктна характеристика інститутів забезпечення 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 забезпечення 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 [247, 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 виміральної

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 [248].

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 [249].

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 [250]:

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 Європейську 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 поставальників;

- 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) [251].

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 національний 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 здійснимо 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. 2.20), 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, убезпечують національні ринки та частіше реагують на загрози з інших країн для захисту споживачів від небезпечних товарів.

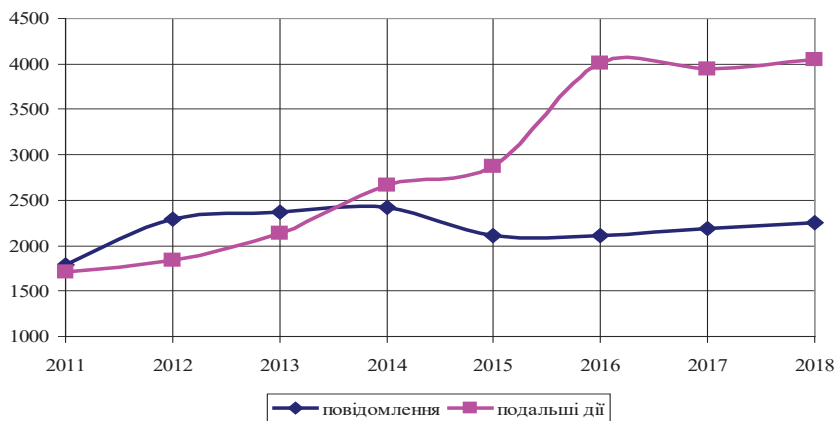


Рис. 2.20. Динаміка зміни повідомлень про небезпечну продукцію та подальших дій, які вживали інші країни ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (2011–2018), од.
Складено за [251]

Найбільша кількість повідомлень про небезпечну продукцію за останні роки (рис. 2.21; додаток Ж, табл. Ж2) спостерігалася у Німеччині, Франції, Угорщині, Кіпрі, Польщі, Фінляндії, Іспанії, Чехії, що відображає більшу споживчу розвиненість цих ринків і зацікавленість імпортерів у них.

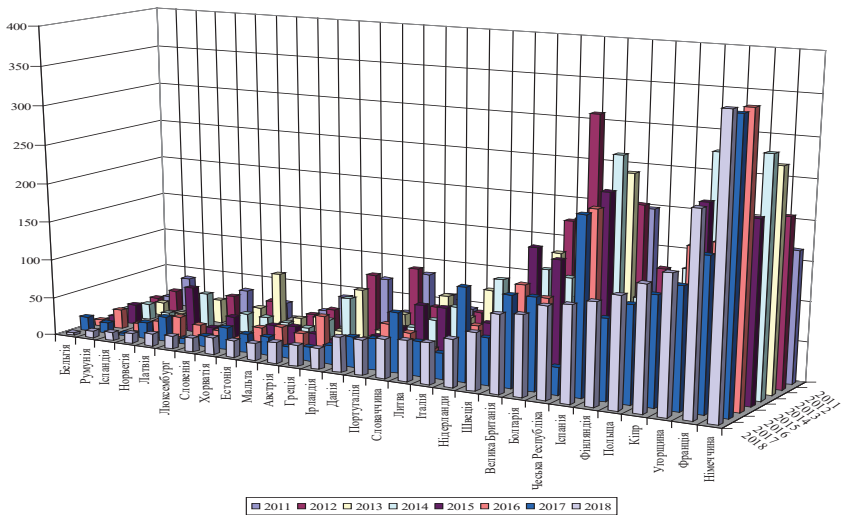


Рис. 2.21. Географічна структура кількості повідомлень в систему RAPEX про заходи щодо небезпечної продукції в країнах-членах ЄС (2011–2018), од.

Складено за [251]

Стосовно подальших дій, які вживали країни ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (рис. 2.22; додаток Ж, табл. Ж3), 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 унеможлиблює споживання небезпечної продукції, а отже, прийняття певних практичних дій щодо заборони чи вилучення цієї продукції з ринку є необов'язковим.

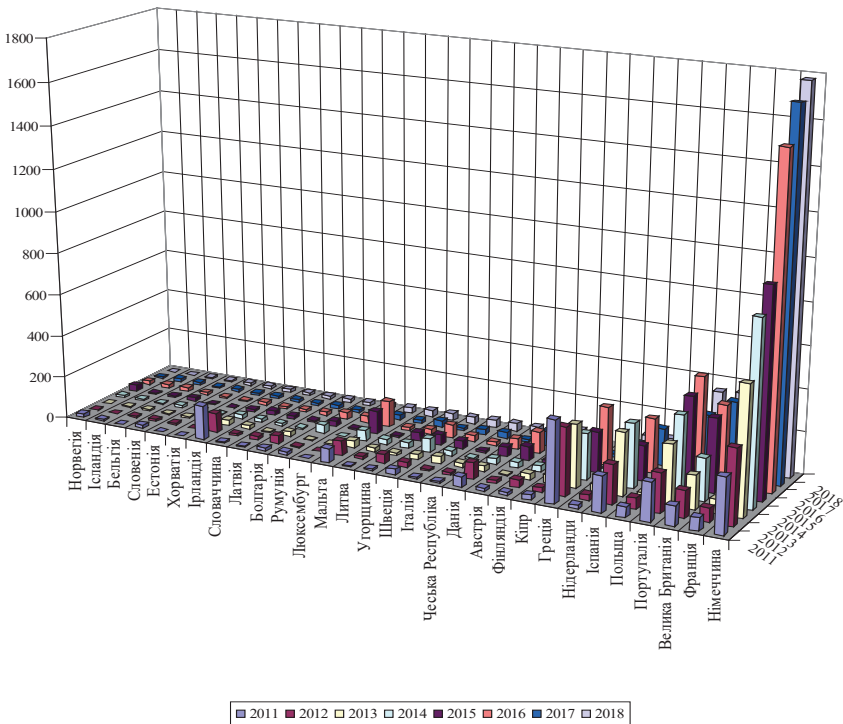


Рис. 2.22. Географічна структура кількості подальших дій інших країн-членів ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (2011–2018), од.

Складено за [251]

Найбільш небезпечними групами товарів за кількістю повідомлень з боку споживачів є: іграшки (від 25,6% з усієї кількості оповіщень у 2016 р. до 31,4% – у 2018 р.); автомобілі (близько 19% щороку); одяг, текстиль і модні речі (12,7–10,5%); електричні прилади та обладнання (7,1–8,3%); косметика (4,6–6,6%); 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. 2.2).

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. 2.2), проте переважно всі органи ринкового нагляду більшу увагу приділяють забезпеченню автомобілів, що, можливо, пов'язано з захистом власних автовиробників (Volkswagen, Opel, Peugeot, Renault тощо).

Таблиця 2.2

**Структура небезпечних непродовольчих товарів
у країнах-членах ЄС, за даними системи RAPEX (2016–2018), од.**

№ 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	2	3	4	5	6	7	8
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

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8
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 [251]

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. 2.23): хімічним впливом на здоров'я людини (від 21,9% загальної кількості подальших дій у 2016 р. до 25,3% – у 2018 р.), травмами (25,6–28–25,2%) та задущливістю (14–17,6%), під час експлуатації ураженнями електричним струмом (10,9–10,4%), вогнебезпекою (8,6–6–7,7%), удусненням (5,6–3,3%) та опіками (2,9–3,1%). Усі інші загрози (пошкодження зору, слуху, порізи, асфікція, мікробіологічні ризики) мають обмежений, епізодичний характер, але в певних випадках спостерігаються.

Подальші дії, які вживали інші країни ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів, були спрямовані на убезпечення від травм (від 65,8% загальної кількості подальших дій у 2016 р. до 72,3% у 2017 р. та 68,3% у 2018 р.), вогнебезпеки (12,5–9,8–11%), хімічних ризиків (6,6–5,8–8,6%) і задихливості (5,1–3,7–4,8%) у випадках можливої експлуатації непродовольчих товарів (рис. 2.24; додаток Ж, табл. Ж1).

Серед всієї сукупності непродовольчих товарів, які імпортувалися до країн ЄС протягом 2016–2018 рр. (табл. 2.3), 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.

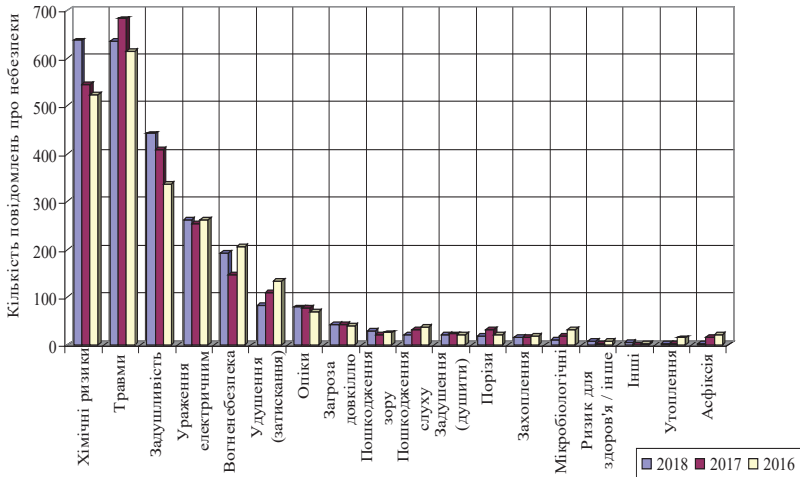


Рис. 2.23. Повидова структура ризиків для здоров'я людини під час використання непродовольчих товарів у країнах-членах ЄС (2016–2018), од.

Складено за [251]

Друге місце в цій географічній структурі посїдали 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 вїдповїдали вимогам безпеки для людини та навколишнього середовища, становили близько 7,6% від всїєї кількості повідомлень про небезпеку у 2018 р. і 8,4% у 2017 р. Це пояснюється активнїстю нїмецьких виробникїв, мотивацією до оптимїзацїї витрат за рахунок виконання вимог щодо безпеки продукцїї.

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

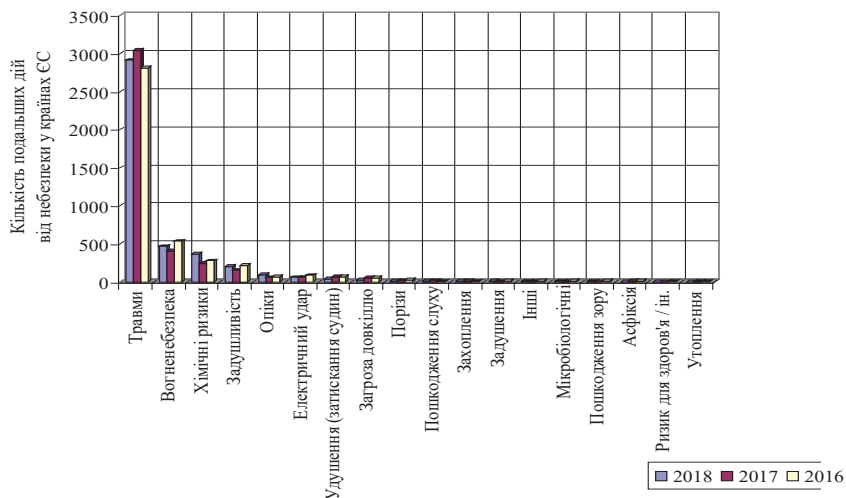


Рис. 2.24. Повидова структура потенційних ризиків здоров'ю людини на основі подальших дій країн-членів ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (2016–2018), од.

Складено за [251]

Таблиця 2.3

Географічна структура походження небезпечних непродовольчих товарів імпорту до країн-членів ЄС, за даними системи RAPEX (2016–2018), од.

№ з/п	Країна походження	Кількість повідомлень про небезпеку в системі RAPEX, од.		
		2018 р.	2017 р.	2016 р.
1	2	3	4	5
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

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5
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	Тайланд	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
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

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5
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 [251]

На основі компаративного аналізу повідомлень і подальших дій щодо небезпечної продукції в країнах ЄС на основі системи RAPEX ідентифіковано 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» [252]; «Про загальну безпечність нехарчової продукції» [253] та іншими нормативно-правовими актами.

Державний ринковий нагляд (рис. 2.25) 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.

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 [254].

Проаналізуємо найнебезпечніші категорії товарів і послуг, а також порушення прав споживачів на основі статистичних даних Держпродспожив-служби України (рис. 2.26). 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 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

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

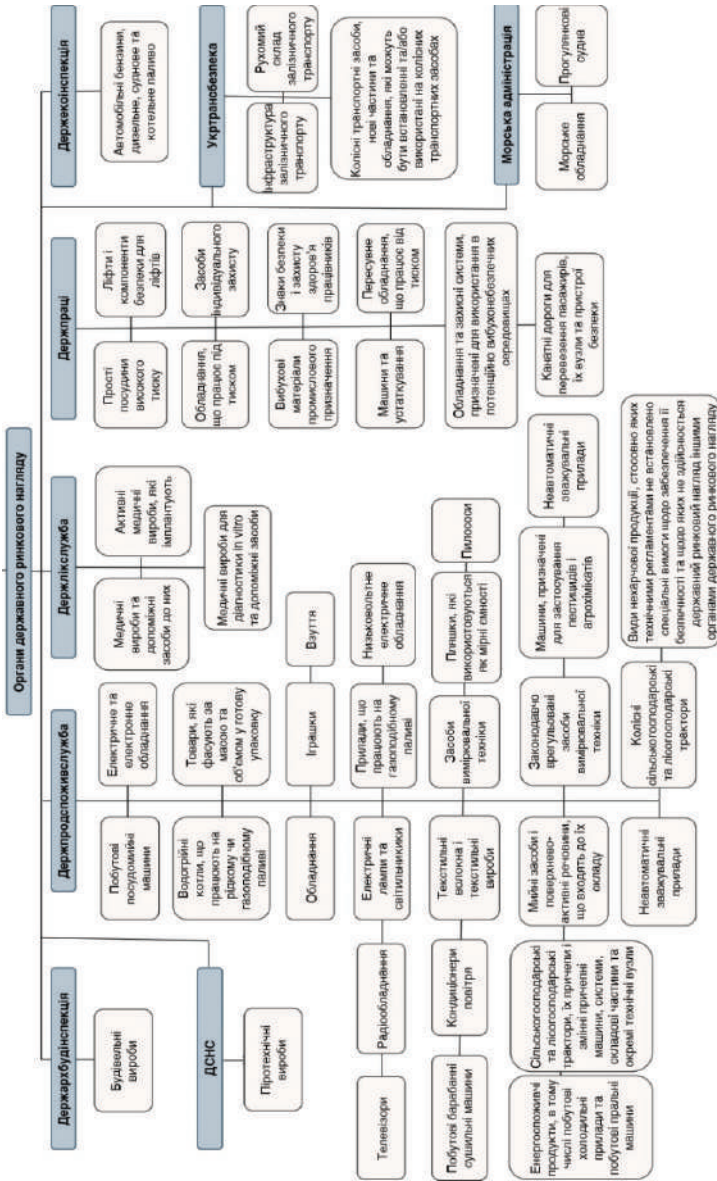


Рис. 2.25. Інституціональна структура відповідальності органів державного ринкового нагляду України за видами продукції

Складено за [256]

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 [255].

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.

За даними Мінекономрозвитку [257], 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.

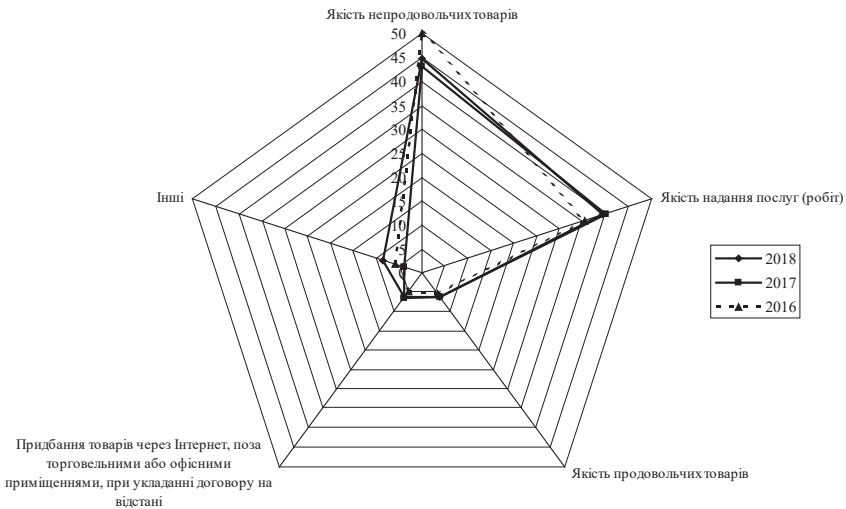


Рис. 2.26. Розподіл звернень споживачів щодо якості товарів і послуг в Україні (2016–2018), од.

Складено за: [255]

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) відбирають 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. 2.4), 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 2016р.). Усі інші порушення незначні – менше 1%.

Таблиця 2.4

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	2	3	4	5
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

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

1	2	3	4	5
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 свідчення 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 [255]

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.

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.

2.4. Інституціональний функціонал споживача в забезпеченні споживання

Під час забезпечення безпеки споживання важливу роль відіграє споживач як один з основних суб'єктів і об'єктів процесу. Можна погодитися з В. Коваліско, Н. Домбровською [14, 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 споживацтва, марнотратства, нераціонального природокористування. Їх розв'язанню, як показано в підрозділі 1.2, у довгостроковій перспективі сприяє забезпечення споживання як основа реалізації концепції сталого споживання для забезпечення 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.

Узагальнення результатів досліджень розвинених країн [258] дає підстави стверджувати, що науковців приділяють значну увагу

проблемним аспектам 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 у розвинених країнах сталих аспектів споживання (рис. 2.27), хоча вагома роль відводиться державі та науково-технічному прогресу. Натомість вітчизняні споживачі, також сподіваючись на політичне і технологічне розв'язання проблем, характеризуються менш прогресивним ставленням до довкілля і, відповідно, проблем сталого розвитку (можна пояснити низькою платоспроможністю значної частини населення), хоча і намагаються робити певні кроки у цьому напрямі зміни способу життя.

Саме тому важливим є розуміння особливостей поведінки споживачів, яка, 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 [259, с. 141], відображає різні аспекти людської життєдіяльності [14, с. 35]. Тобто для моделювання безпечних параметрів поведінки споживачів необхідно враховувати такі споживчі інститути, як: споживчі вподобання, цінності, переконання, – в межах яких функціонує споживач. Як обґрунтовано раніше (п. 1.2), доцільно приділити першочергову увагу дослідженню кінцевого індивідуального споживача, сутнісні характеристики якого, як і будь-якого іншого, розкриваються через мотивації, вподобання, критерії купівлі товару (послуги), моделі поведінки та чинники впливу на них [260, с. 21].

Для виявлення структурних особливостей забезпечення безпеки споживання заслуговують на увагу сталі мотиви, що виступають як цінності, набуті протягом життя людини. В контексті предмета дослідження цінності розуміємо як глибинні переконання, уявлення про те, що є правильним [261]. Людям властиві цінності

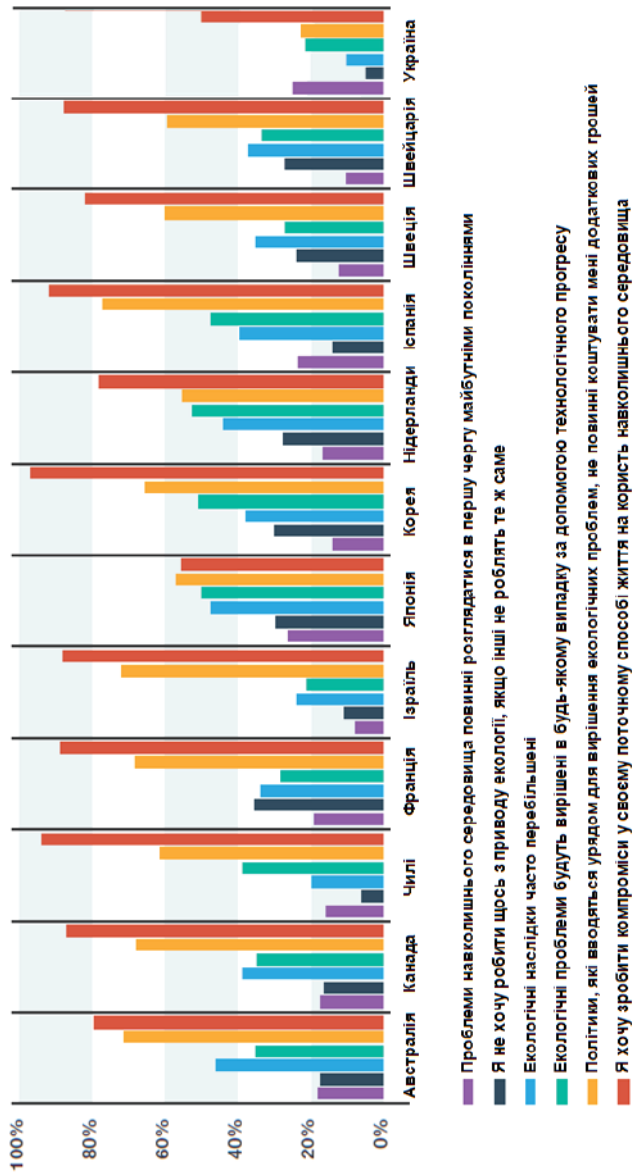


Рис. 2.27. Ставлення споживачів до захисту довкілля

Складено за [258] та результатами авторського дослідження

як об'єктивні параметри внутрішнього середовища, чітке дотримання яких є домінантою їх успішного розвитку [262]. 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) [261].

Важливим для безпеки споживання є поняття національних цінностей – предметів, явищ та їх властивостей, що гарантують безпечне існування та прогресивний розвиток особі, суспільству і державі [263]. Дослідники Інституту соціології НАН України виокремлюють п'ять груп ціннісних синдромів громадян [264], у складниках першого з них, який охоплює здоров'я, сім'ю, дітей та добробут, відображаються ознаки безпеки споживання в її звуженому розумінні. У широкому сенсі безпека споживання відображена у цінностях четвертої групи (зокрема в напрямках реалізації, підвищення освітнього рівня, розширення культурного бачення).

В. Горбулін та А. Качинський поділяють сукупність національних цінностей на цінності індивіда, суспільства та держави. У наведеній класифікації ознаки безпеки споживання можна визначити на кожному рівні: 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) [265].

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 3, рис. 31, 32), 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 [261].

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. Слушною вважаємо думку В. Бриндзи, недовіра органам державного управління призводить споживачтва громадянином пропонованого державою блага [261]. 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»» [266, с. 19]. У багатьох розвинутих 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 [267, 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 [163]. 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 корисності результатів діяльності. Культура споживання формується під впливом внутрішніх і зовнішніх соціальних, економічних і психологічних чинників.

Підґрунтя для розвитку культури споживання формують культурні цінності [163] – 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 [268], що необхідно враховувати під час розроблення заходів ЗБС. Так, серед перешкод зміцнення безпеки споживання в Україні (рис. 2.28) головними названі відсутність відповідних цінностей та існуючі звички.

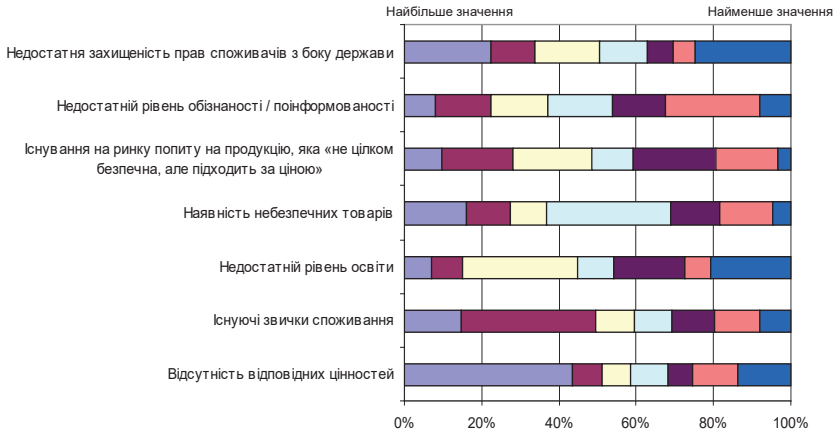


Рис. 2.28. Основні перешкоди забезпеченню безпеки споживання в Україні

Складено за результатами авторського дослідження

Дотримання норм традиційної моралі можливе в межах етики споживання як сукупності відповідних принципів поведінки споживача. До універсальних принципів етичного споживання О. Євтушевська відносить є: дбайливе ставлення до довкілля, дотримання прав людини, милосердне ставлення до тварин, підтримка вітчизняного товаровиробника, доброзичливе ставлення до інших споживачів [267, с. 15]. Вітчизняні споживачі, насамперед, приділяють увагу (рис. 2.29) 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.

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 [163].

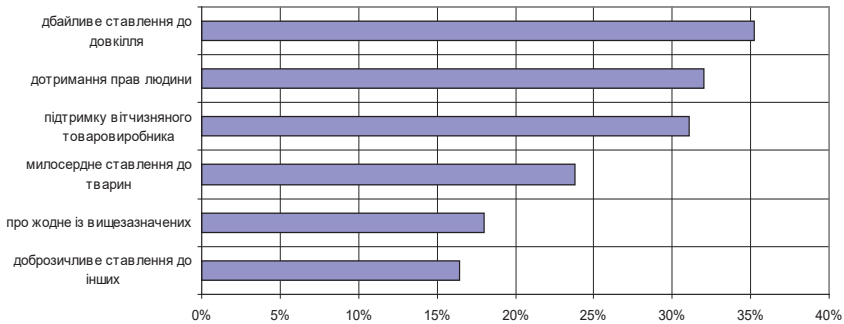


Рис. 2.29. Дотримання споживачами принципів етичного споживання

Складено за результатами авторського дослідження

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 [269]. Поняття «менталітет» включає погляди, оцінки, цінності, звички, норми моралі, типові реакції людей, спосіб їхнього мислення і переваги [270]. 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 [270]. 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 [269]. Як зазначає Т. Шевченко [272], 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 [273, с. 547–548]. Слід погодитись із тим, що більшість споживачів неспроможні ретельно зважувати компоненти збитку та прибутку [274, с. 124; 275, с. 609–611, 617]. Отже, для забезпечення безпеки споживання важливим є врахування всіх видів витрат: транзакційних, майбутніх періодів тощо. Г. Хулей зазначає, що появи корисностей, які створюють цінність у процесі споживання, напряму 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 [276, 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 пояс-

нити розумінням його 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 [268], 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), его-психологія, біхевіоріальний (І. Павлов та інші), когнітивний (Д. Келі) напрями тощо) та спеціальні (теорія протилежних процесів, «стимул – реакція», теорії підтримки оптимального рівня активації тощо) [277, с. 39–43]. Мотиви поділяються на термінальні та операційні (визначають, що та яким чином бажано досягти) [278, 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 [261, с. 64]. На наш погляд, серед вказаних чинників доцільно акцентувати увагу на тих, які впливають на безпеку споживання. Мотивації, за Д. Джоббером, також входять до критеріїв вибору в групі особистих показників (разом з технічними, економічними та соціальними) [279, с. 76]. Крім того, у кожної людини структура мотивації індивідуальна за набором складників, а подібні мотиви у різних людей мають різну силу прояву або ступінь впливу на поведінку в різний час [280, с. 63–68].

У межах предмета дослідження головним мотивом вважати-мемо безпеку споживання у вузькому та широкому розумінні, яка для більшості споживачів апріорі має бути забезпечена. Як свідчать результати авторського дослідження найважливішим мотивом вибору продукції споживачі визначають безпеку для здоров'я, при

чому ця умова є найголовнішою в ознаках якості товарів і послуг (насамперед, якості продуктів харчування, яку, за даними опитувань [281; 282, с. 62], вітчизняні споживачі вважають найактуальнішою проблемою) (рис. 2.30) та в їх безпечності (рис. 2.31).

Також можуть викликати інтерес мотиви споживання екологічної продукції (додаток К), які серед інших вважаються більш свідомими та орієнтованими на перспективу. Так, до мотивації на ринку екологічної продукції можна віднести: існуюче відчуття незадоволення екологічним станом довкілля, якістю продуктів харчування та необхідність убезпечувати власне здоров'я та членів своєї родини. Таку мотивацію можна назвати закономірною і для забезпечення безпеки споживання, хоча вона й не повністю розкриває специфіку останнього [258, 280, 283–285].

Іноді вважають, що до екологічного споживання людину спонукає лише емоційна мотивація, в межах якої С. Ілляшенко виділяє такі основні мотиви, які характеризують емоційний тип мотивації [283]: стурбованість благополуччям майбутніх поколінь; соціальна відповідальність перед членами суспільства, що можуть постраждати від забруднення довкілля; так звана мода на «екологію»; почуття власної значущості. На нашу думку, вибір екологічних товарів, як і будь-яких інших, може базуватися на раціональній та емоційній мотивації. До того ж, мотиви купівлі товарів, наприклад, у великих (економічних) упаковках можуть бути як екологічними, так і економічними. Аналогічно і безпеку споживання можна назвати лише базовою умовою, зокрема, там, де є компенсаторні моделі прийняття рішення.

Як свідчить практика, екологічні товари вже користуються попитом в Україні у представників середнього класу (принаймні, його верхнього прошарку), що почав формуватися. Зазначимо, що розв'язання цієї проблеми повинно переходити в площину інституціонального аналізу – у контексті державного регулювання пропозиції продукції, загрозливої для здоров'я, довкілля та майбутніх поко-

ліль. Насамперед, це екологічно чисті продукти харчування, побутові прилади, одяг, матеріали для ремонту квартир тощо [280, с. 63–68], що надає підстави сподіватися на підвищення свідомості щодо захисту довкілля. Соціологічні опитування споживачів [280, 284] показують, що більшість опитаних вважають за необхідне вживати екопродукцію, але не всі вживають її, приділяючи при цьому головну увагу ступеню корисності і безпеці для здоров'я, а не усуненню негативного впливу на навколишнє середовище [286, с. 13].

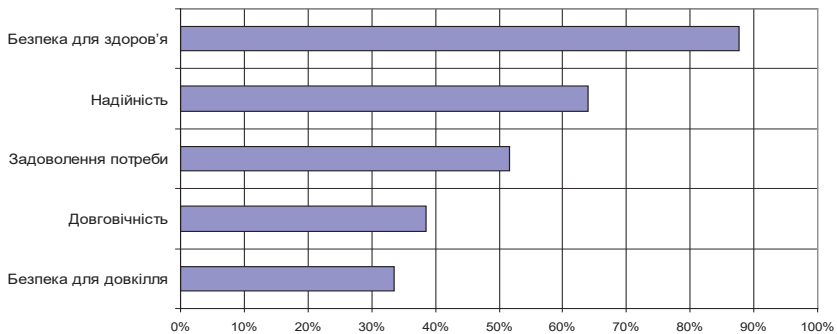


Рис. 2.30. Основні ознаки якості товару або послуги

Складено за результатами авторського дослідження

Порівняння щодо готовності купувати «зелену» продукцію (рис. 2.32) незабезпеченому латентному попиту в розвинених країнах (який можна задовольнити розробленням відповідних продуктів, забезпеченням їх доступності, комунікацією та логістикою у місцях продажу), протиставляє набагато менші показники щодо бажання здійснювати такі покупки в нашій країні, не зважаючи на десятирічний лаг у дослідженнях. До того ж залишається відкритим питання про лояльність або постійність споживачів, які вже купували «зелену» продукцію в обох дослідженнях, а також про репрезентативність результатів, враховуючи [280; 287; 288, с. 13] схильність

респондентів до надання позитивнішої інформації для поліпшення враження про себе в очах інтерв'юера, суспільства.

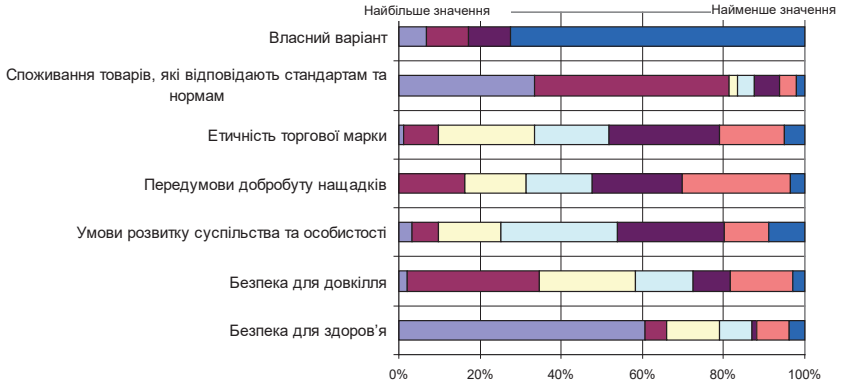


Рис. 2.31. Основні ознаки безпеки споживання

Складено за результатами авторського дослідження

Поруч із неспроможністю значної частки населення України купувати екологічні товари переважно через нестачу коштів, характерною є тенденція до зниження частки споживачів, готових платити більше за екологічні товари [280, с. 63–68]. Щодо цього простежується певний зв'язок між даними опитувань 2011 р. [280] 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. 2.33).

Готовність споживачів сплачувати більшу ціну за продукцію, використання якої не заподіє шкоди здоров'ю, пояснюється тим, що, як слушно зазначає Прокопенко О. [280], люди завжди активно протидіють очікуваним 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. Відповідно, якщо оплата стосується задоволення вторинних потреб, то на неї згодна менша кількість споживачів і лише ті, найвищі рівні потреб яких є актуалізованими. Також 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, з якого отримує інформацію про екопродукцію найбільша частка опитаних (36%), у той час як інші джерела мають практично однаковий ступінь інформатизації споживачів [280, с. 63–68].

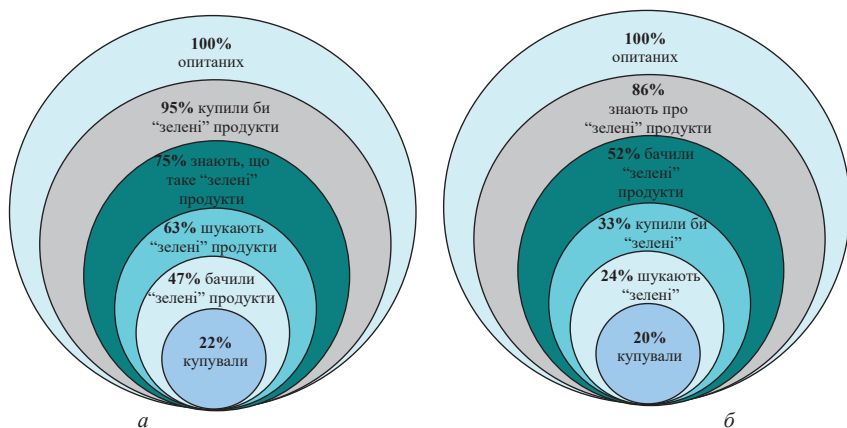


Рис. 2.32. Готовність споживачів купувати «зелену» продукцію за результатами: а – іноземних досліджень; б – вітчизняних досліджень (проведено автором)

Складено за [287, с. 3] та результатами авторського дослідження

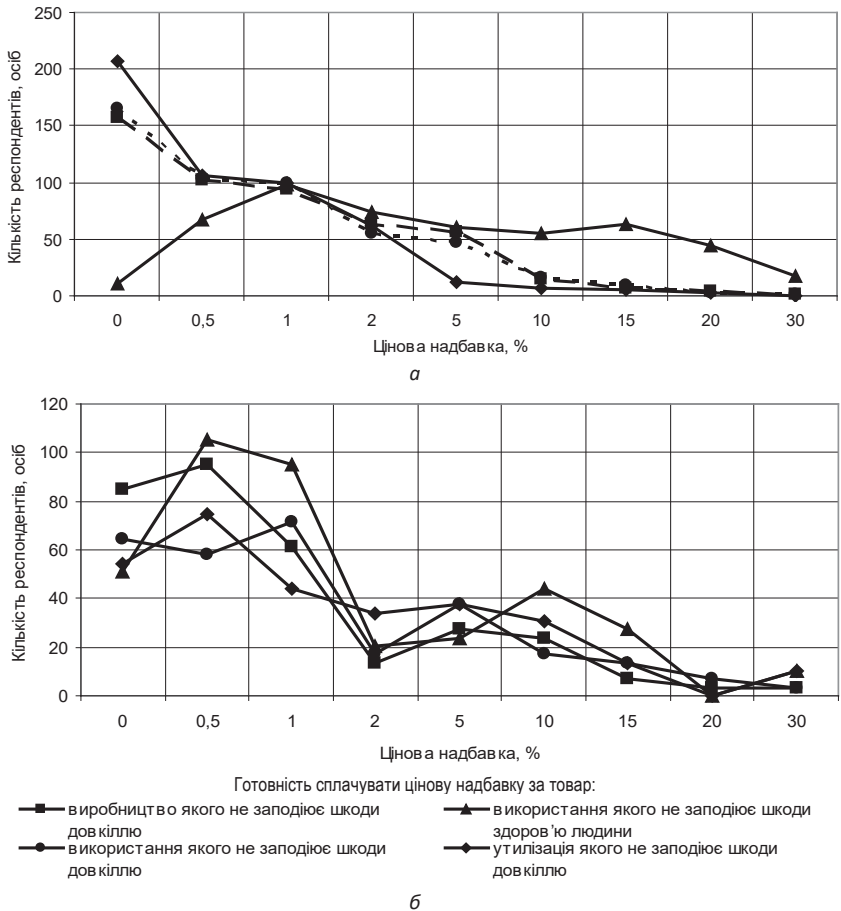


Рис. 2.33. Готовність споживачів України сплачувати цінову надбавку за екологічну продукцію: а – 2011 р.; б – 2019 р.
 Складено за [280, с. 63–68]) та результатами авторського дослідження

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 [1, с. 14]). 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. Попит на продукцію, на її погляд, можна збільшити за допомогою аргументів екологічної маркетингової комунікації, використання екомаркування, зрозумілого та знайомого споживачам [280, с. 63–68].

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 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. 2.34) іноді стикалася з небезпечним споживанням, а серед випадків введення в оману найчастіше називали недобросовісну рекламу та акції, приховування небезпечних складників та недостовірність інформації на пакуванні.

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 И, рис. И5). 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 И, рис. И6). При чому мало відомою залишається інформаційна база RAPEX, що може бути пов'язане з її орієнтацією на європейські ринки, недовістю заходів із її популяризації та відсутністю аналогу в Україні.

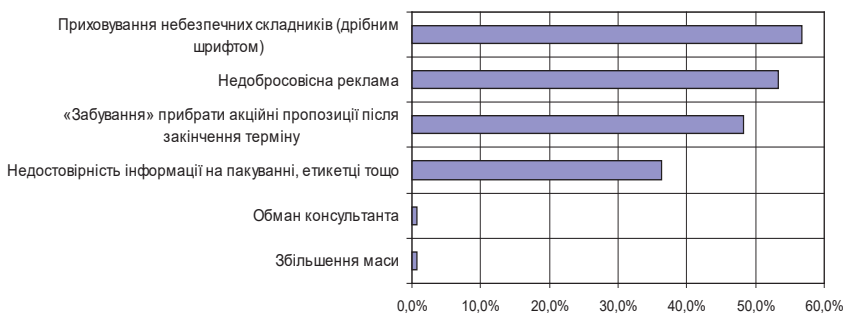


Рис. 2.34. Поширеність випадків введення споживачів в оману

Складено за результатами авторського дослідження

Показовою для оцінювання функцій споживача як інституту БС може бути реакція на порушення його прав. У такому випадку покупці, відповідно до закону нормального розподілу, найчастіше повертали товар продавцю (68%) та (або) поширювали інформацію про свій негативний досвід (44%) (додаток И, рис. И7). Майже однакова частка споживачів 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 И, рис. И8).

Розгляд розподілу респондентів щодо впевненості у безпечності продукції (майже завжди і завжди впевнені – 54%; іноді та ніколи – 46% (додаток И, рис. И9)) 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 вважають безпеку для здоров'я обов'язковою умовою вибору товару, не замислюючись над проблемою у довгостроковій перспективі. Це зайвий раз підтверджує гіпотезу про короткочасність горизонту прийняття рішень споживачем в Україні, що відповідає критичним умовам існування (життєдіяльності). 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 глибоких інтерв'ю, зокрема з оглядом на рівні освіти та доходу.

Щодо індивідуальних чинників впливу на споживчу мотивацію слід зазначити, що у тісному взаємозв'язку з категорією «цінність» та безпосередньо з процесом забезпечення споживання перебуває поняття «сприйняття» – процес вибору, організації та інтерпретації інформаційних входів, одержаних через органи чуттів, для виведення підсумкового значення [290, 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 [290, с. 40; 292, с. 18; 293, 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 [267]. 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» (спостерігання 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 [260, с. 44; 294, с. 21–32, 40–49; 295, с. 50–51]. 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 [267]

Відповідно до результатів досліджень [296, с. 58; 297, 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 [298, 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. З цього приводу виділяють два типи діяльності підприємств: творчий, що припускає активну поведінку 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 [299, с. 27; 300, с. 35, 40–42; 301, с. 69–73]. Питання етики в межах цих процесів 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) [302, 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) [276, с. 573, 576].

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. Щодо цього зазначимо, як зауважують фахівці, протягом останніх десятиліть відбулися докорінні зміни в психології споживача. Причому серед дев'ятьох характеристик сучасних споживачів (додаток К) одні з ключових позицій посідають прагнення спокою і безпеки та вдячність тому, хто може подбати про проблеми, з якими їм самим важко впоратися [268], – що безпосередньо стосується безпеки споживання як у вузькому, так і в широкому розумінні.

Хоча критерії вибору продукції (товарів та послуг) можуть бути різними для різних сегментів споживачів, під час її обрання респонденти у своїй більшості керуються ціною (86%), натуральністю (59%), складом (55%), наявністю акцій (44%), корисністю (43%), торговельною маркою (37%) та репутацією виробника (33%) (додаток И, рис. И10). А серед основних ознак безпечності називають: термін використання, склад, зовнішній вигляд, цілісність пакування та репутацію виробника (рис. 2.35). 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.

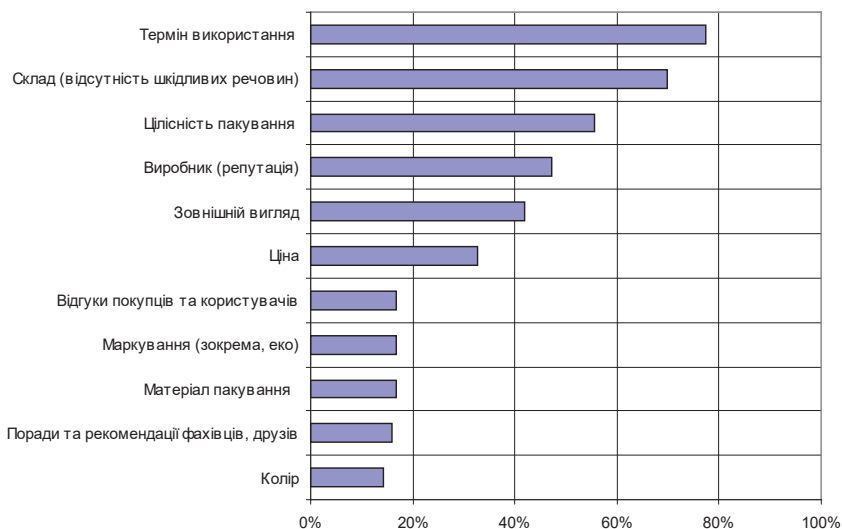


Рис. 2.35. Основні ознаки безпечної продукції

Складено за результатами авторського дослідження

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. 2.36). Також на безпеку споживання, на думку респондентів, можуть впливати: місце купівлі, обставини споживання та країна походження (додаток И, рис. И1–И4).

Про надання пріоритету безпеці споживання у вузькому розумінні свідчать і характеристики виробників та продавців, на які в першу чергу звертають увагу споживачі (рис. 2.37) – дотримання стандартів і норм; наявність документів, які підтверджують якість, та відповідних сертифікатів, так і розуміння соціальної відповідальності як турботи про здоров'я (рис. 2.38).

Розділ 2. Модернізація інституціонального базису зміцнення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України

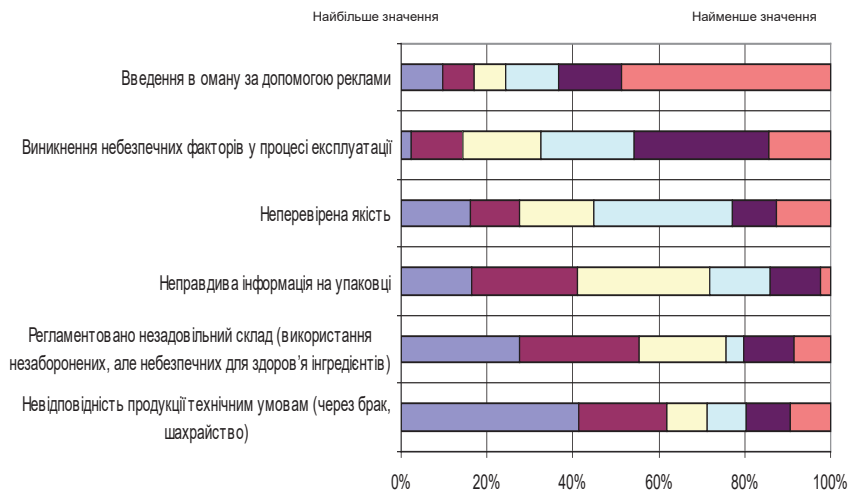


Рис. 2.36. Причини небезпеки споживання

Складено за результатами авторського дослідження

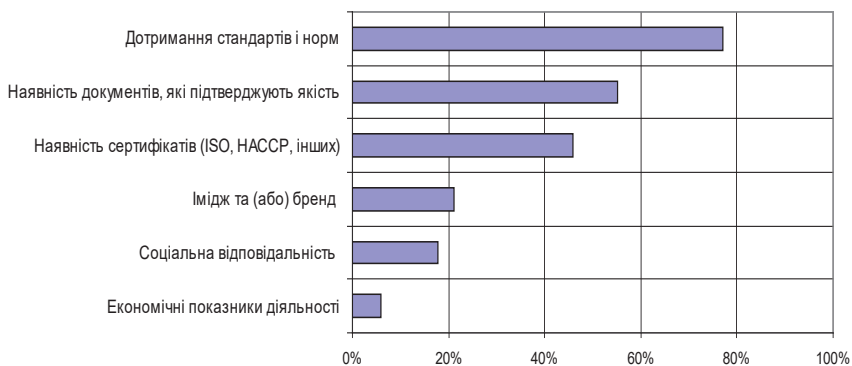


Рис. 2.37. Основні характеристики діяльності виробників, важливі для споживачів

Складено за результатами авторського дослідження

За результатами авторського анкетного опитування, 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).

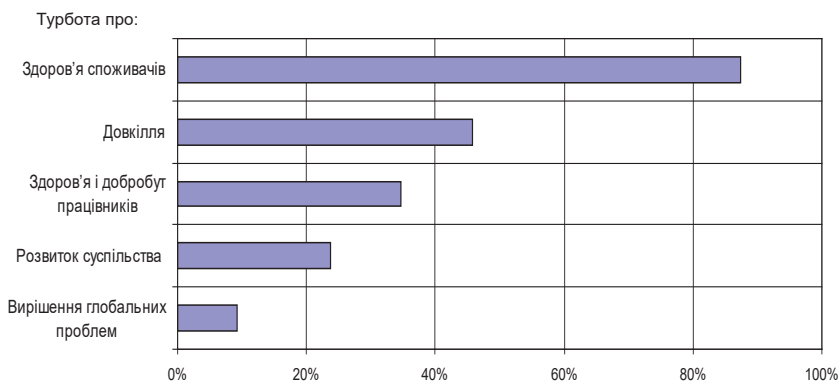


Рис. 2.38. Розуміння споживачами поняття «соціальна відповідальність»

Складено за результатами авторського дослідження

Порівняння одержаних результатів із результатами іноземних досліджень (обрання споживачами ознак соціальної відповідальності та іміджу і бренду як основних для оцінювання компаній (додаток 3, рис. 36); виявлення значною часткою споживачів інтересу до заходів компаній у прагненні стати відповідальнішими

(додаток 3, рис. 37)) 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 з довірою покупців до певних торговельних марок.

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» [303], 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.

Висновки до розділу 2

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).

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.

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

Під час дослідження споживчих інститутів встановлено, що для моделювання безпекових параметрів поведінки необхідно враховувати такі з них, як: споживчі вподобання, цінності, мотивації, критерії купівлі товару (послуги), моделі поведінки та чинники впливу на них. Встановлено, що серед мотивів ЗБС поряд з такими основними, як незадоволення станом довкілля та якістю продуктів споживачі, в першу чергу, керуються безпекою для здоров'я під час прийняття рішення про купівлю. Серед критеріїв вибору товарів (послуг) основну увагу приділяють ціні, натуральності, складу, наявності акцій, корисності, торговельній марці та репутації виробника. 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.

Основні результати дослідження за розділом опубліковані у працях [206; 305–316].

РОЗДІЛ 3

Методологія моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в Україні в динамічному вимірі

3.1. Структурно-компонентний аналіз споживання товарів (послуг)

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 Л, табл. Л1) 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» [317, 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 враховується низка життєво необхідних витрат на придбання або оренду житла, освіти, оздоровлення, утримання дітей у дошкільних навчальних закладах, платні медичні послуги тощо [266, 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) [318].

До того ж споживчий кошик як орієнтовний асортимент (набір) товарів (послуг), який необхідний для збереження здоров'я людини та забезпечення її життєдіяльності [319], 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% [248; 249].

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 включають вартість освітніх, медичних, комунальних послуг, оплату Інтернету, мобільного зв'язку, витрати на тютюнові та алкогольні вироби [318].

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 [320]. 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% [321]. 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. 3.1), 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.

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 розвитку 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.

Таблиця 3.1
Компаративний аналіз структури споживчого кошика окремих країн

Країна	Кількість найменувань	Продукти харчування	Одяг	Медл. товари побутового призначення	Алкоголь	Тютюнові вироби	Освіта	ПК, ноутбук, інші прилади	Послуги закладів культури	Послуги перукарні
США	350	Так	Так	Так	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Великобританія	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

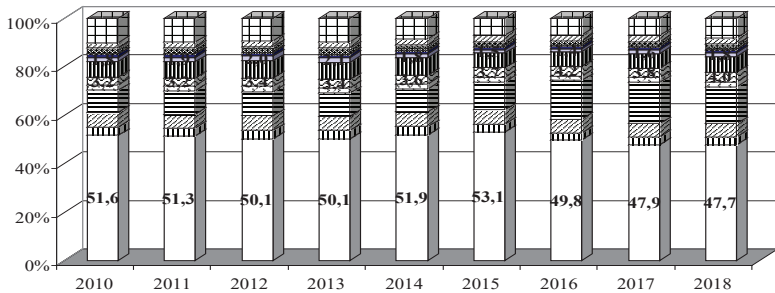
Складено за [319]

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 М, табл. М1). Переважну їх частину складають товари першої необхідності – харчування та соціально-побутові послуги (рис. 3.1–3.3).

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. У 2018 р. структура дещо змінилась у бік зменшення продовольчих витрат (до 49,6%) та збільшення непродовольчих (до 23,9%) (див. рис. 3.1).

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. 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. 3.1, 3.2). 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.).

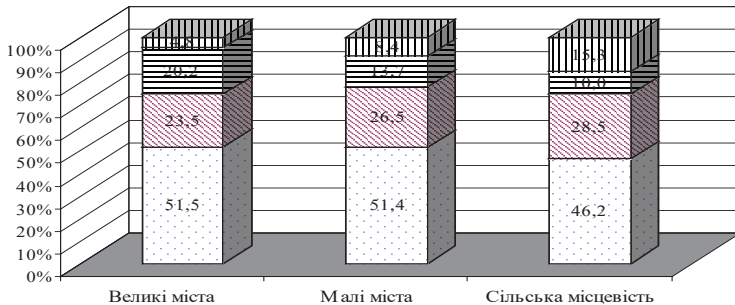
РОЗДІЛ 3. Методологія моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в Україні в динамічному вимірі



- 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. 3.1. Структура сукупних витрат домогосподарств України (2010–2018), %

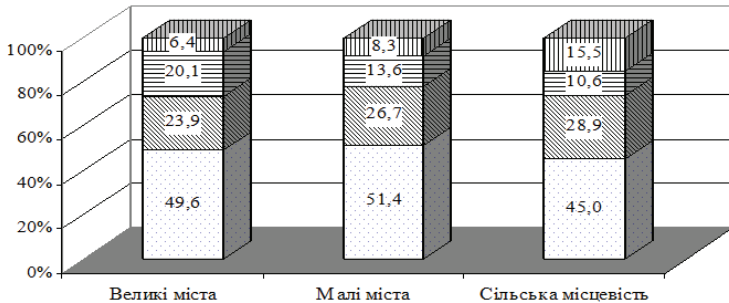
Складено за [322]



- продовольчі товари; ▨ непродовольчі товари; ▩ послуги; ▨ неспоживчі грошові витрати

Рис. 3.2. Структура грошових витрат домогосподарств у містах та сільській місцевості (2017)

Складено за [322]



□ продовольчі товари; ▨ непродовольчі товари; ▩ послуги; ▨ неспоживчі грошові витрати

Рис. 3.3. Структура грошових витрат домогосподарств у містах та сільській місцевості (2018)

Складено за [322]

У структурі грошових витрат міських та сільських домогосподарств на харчування переважають витрати на хліб і хлібопродукти, м'ясо і м'ясопродукти (рис. 3.4, 3.5). 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.

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. 3.4, 3.5) через значну завантаженість людей, пропозицію в ресторанах, кафе, інших закладах харчу-

вання. Це створює певні загрози для споживачів через недосконалість інституціонального базису регулювання діяльності закладів харчування, відсутність системи НАССР і перешкоджає забезпеченню безпеки споживання.

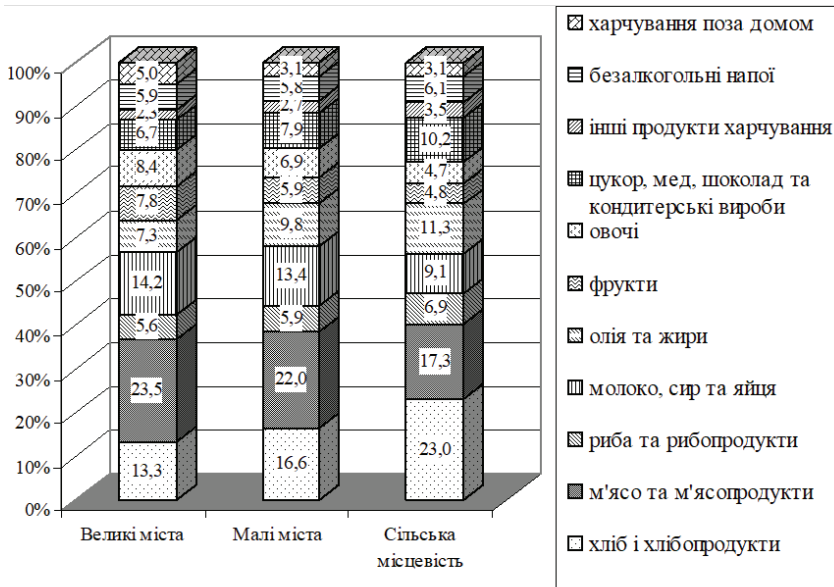


Рис. 3.4. Продуктова структура грошових витрат міських і сільських домогосподарств на харчування (2017)

Складено за [322]

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. 3.6)), 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. 3.7)) домогосподарств.

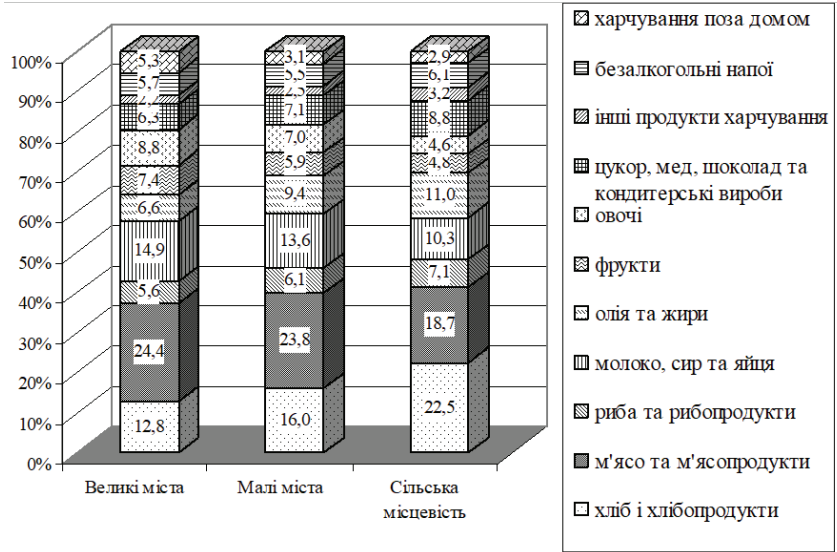


Рис. 3.5. Продуктова структура грошових витрат міських і сільських домогосподарств на харчування (2018)

Складено за [322]

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. 3.6, 3.7). 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.

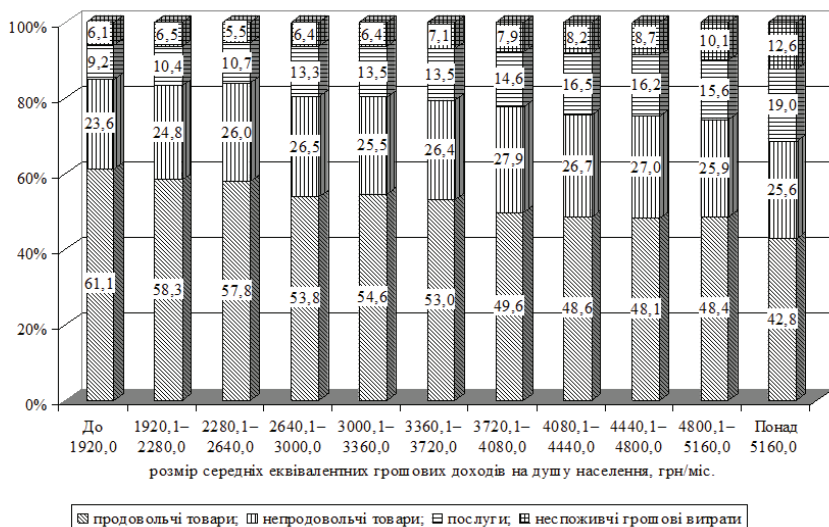


Рис. 3.6. Структура грошових витрат міських домогосподарств залежно від розміру середніх еквівалентних грошових доходів на душу населення (2018)

Складено за [322]

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 [1].

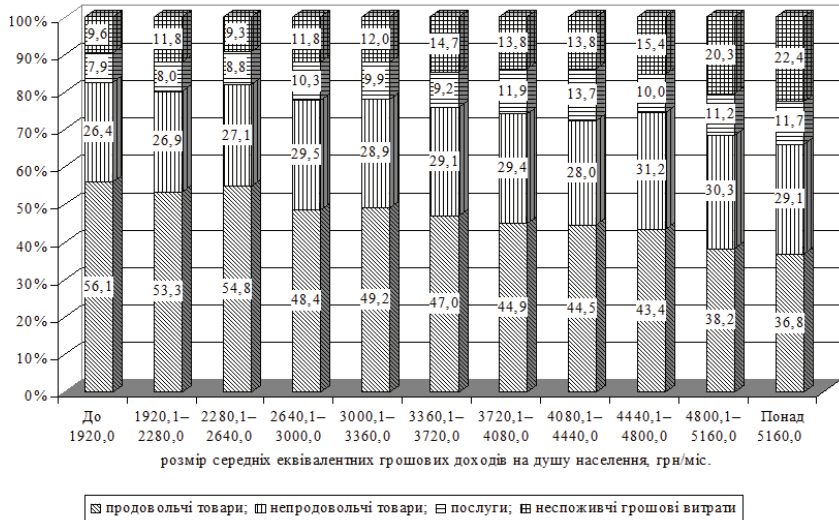


Рис. 3.7. Структура грошових витрат сільських домогосподарств залежно від розміру середніх еквівалентних грошових доходів на душу населення (2018)

Складено за [322]

У регіональному вимірі у 2018 р. найбільші витрати домогосподарств на продовольчі товари спостерігалися в Донецькій (через близькість до зони військових дій та окупацію окремих районів), Київській, Львівській, Одеській, Херсонській та Хмельницькій областях (рис. 3.8). Непродовольчі товари споживалися в регіонах приблизно на одному рівні, на послуги найбільші витрати спостерігалися у м. Києві, Одеській, Київській, Запорізькій та Дніпропетровській областях.

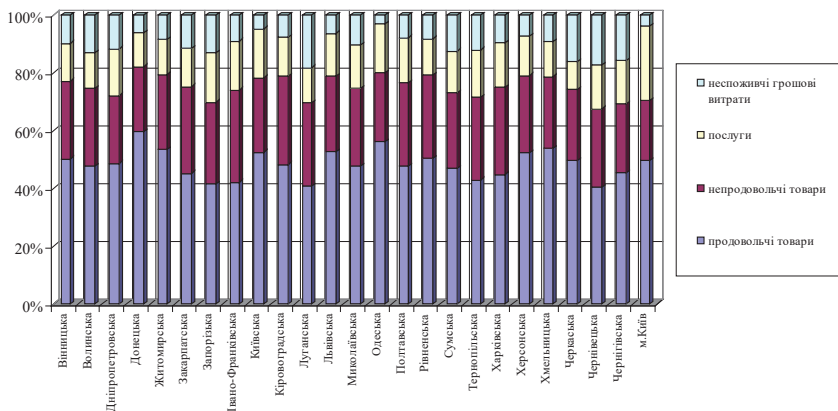


Рис. 3.8. Просторова структура грошових витрат домогосподарств (2018)

Складено за [322]

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. 3.9).

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.

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 [323], основою якого є метод багатомірної середньої (табл. 3.2).

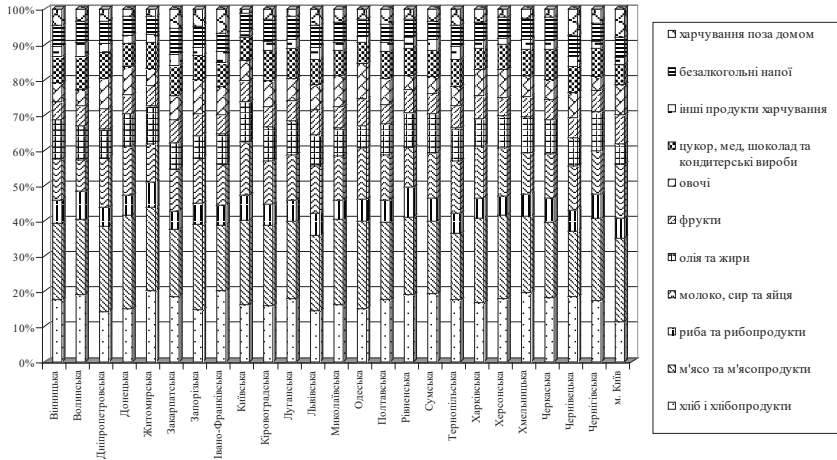


Рис. 3.9. Просторова структура грошових витрат домогосподарств на харчування у 2018 р.

Складено за [322]

Для розрахунку як стимулятори обрано три показники:

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 відображає рівень витрат населення країни та регіону;

2) індекс фізичного обсягу роздрібною 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,

Таблиця 3.2
Вхідні дані 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 людину, тис. дол. США	Індекс фізичного обсягу роздрібної торгівлі	Індекс витрат на кінцеве споживання домашніх домогосподарств	Індекс споживчих цін	Середньомісячна номінальна заробітна плата, дол. США
1	2	3	4	5	6
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

Продовження таблиці 3.2

1	2	3	4	5	6
Швеція	23,373	121	113	107	3352
Азербайджан	8,087	168	153	150	435
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 [324-326]

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.

Як дестимулятори обрано (див. табл. 3.2):

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. 3.3). При цьому для стимуляторів $a = x_{min}$, а для дестимуляторів $a = x_{max}$:

$$X_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}; \quad (3.1)$$

$$X_{ij} = \frac{x_{msx} - x_{ij}}{x_{max} - x_{min}}. \quad (3.2)$$

Таблиця 3.3

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
1	2	3	4	5	6	7	8
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

Продовження таблиці 3.3

1	2	3	4	5	6	7	8
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

Інтегральний показник рівня споживання товарів і послуг для кожної країни розрахуємо як середню величину стандартизованих показників (див. табл. 3.3):

$$Y_j = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m X_{ij} \quad (3.3)$$

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 [323].

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. 3.4) 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.

Таблиця 3.4

**Групування окремих країн за рівнем споживання
товарів та послуг населенням (2017)**

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, Великобританія, Данія, Італія, Німеччина, Нідерланди, Норвегія, Фінляндія, Франція, Швейцарія, Швеція, Японія, Канада, США

Розраховано автором

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 роздрібно́ї 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 роздрібно́ї 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 поживляє фізичний обсяг роздрібно́ї торгівлі та стримує зростання цін.

Групуювання підтверджується аналізом структури споживання товарів і послуг в країнах світу (рис. 3.10). 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 поживляє 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.

РОЗДІЛ 3. Методологія моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в Україні в динамічному вимірі

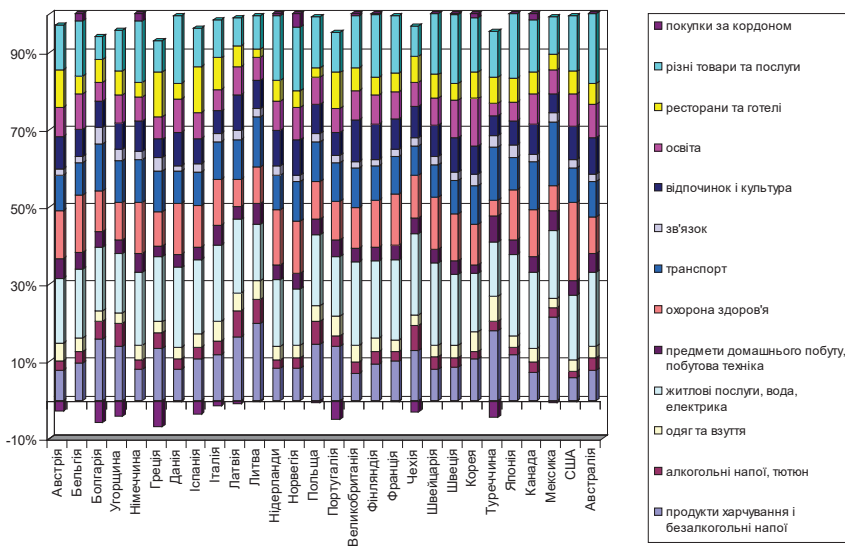


Рис. 3.10. Компонентна структура споживання в окремих країнах світу, 2017 р.

Складено за [324]

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. 3.11).

Аналіз структури та обсягів споживання в глобальному вимірі виявив залежність індексу людського розвитку, який характеризує рівень якості та якості життя, грамотності, освіченості і довголіття як основних характеристик людського потенціалу від інтегрального показника рівня споживання товарів і послуг (рис. 3.12). 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, Великобританія, 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).

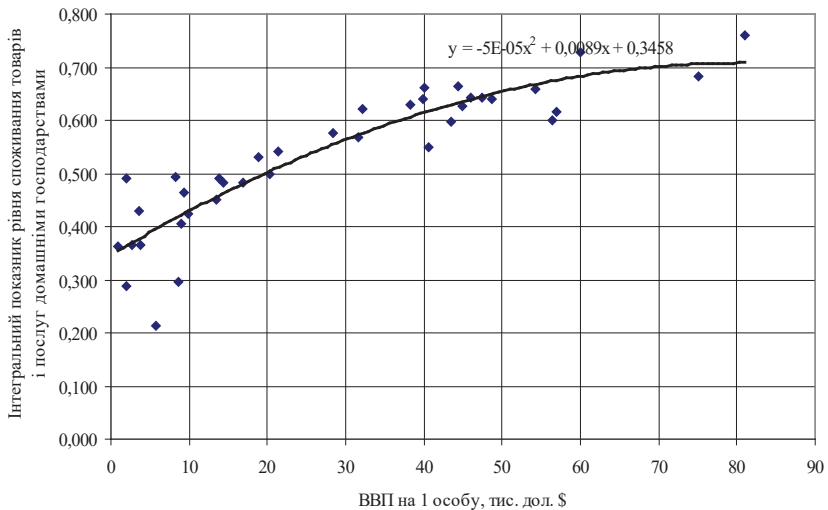


Рис. 3.11. Взаємозв'язок між обсягами ВВП країни у розрахунку на одну особу та інтегральним показником рівня споживання товарів (послуг) домашніми господарствами

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.

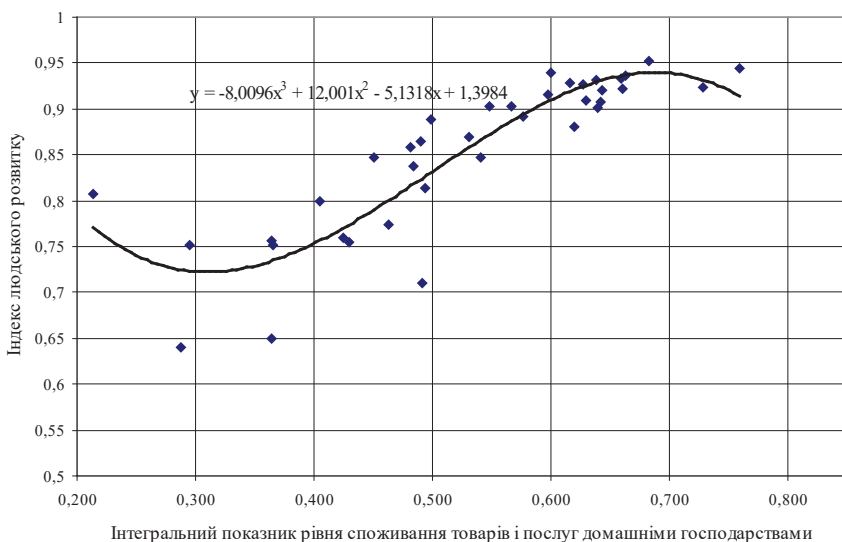


Рис. 3.12. Взаємозв'язок інтегрального показника рівня споживання товарів (послуг) з індексом людського розвитку (2017)

Розраховано і складено автором

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 М, табл. М2). 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. 3.13). У період кризових явищ в Україні спостерігалася зміна споживчої поведінки на продовольчому ринку, населення раціоналізувало споживання, відмовившись від низькоенергетичних продуктів на користь високоціннісних [327]. 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 витрачалося в середньому 2944 грн. Індикатор економічної доступності становив 51,5% при

РОЗДІЛ 3. Методологія моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в Україні в динамічному вимірі

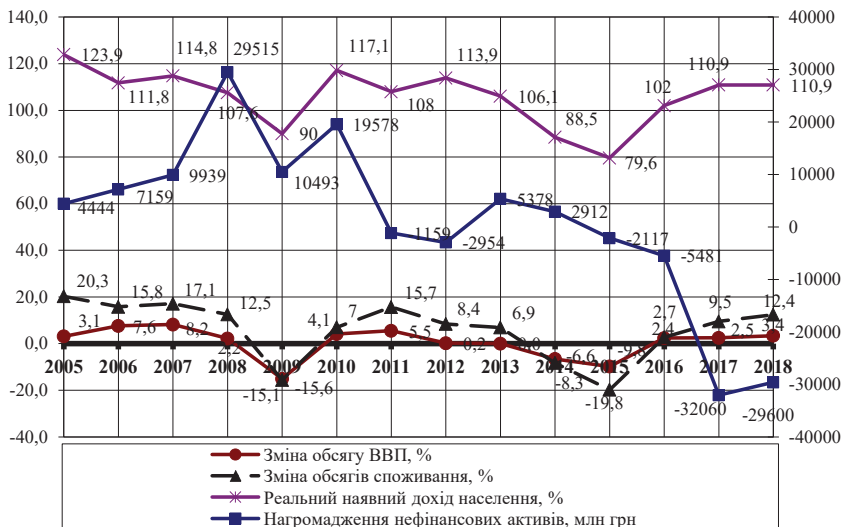


Рис. 3.13. Динаміка зміни обсягів споживання і ВВП та наявного доходу і нагромаджень нефінансових активів населення України (2005–2018)

Складено автором

граничному значенні 60%. 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: висока 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 [328]. 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 [327, 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 спожив-

вання (див. рис. 3.13). 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. 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. 3.14, 3.15).

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. 3.16). Поясненням цього є низький рівень їх статистичного обліку та утилізації в Україні, що загалом негативно відображається на довкіллі.

Результати структурно-компонентного аналізу безпеки споживання покладені в основу визначення кількісних та якісних тенденцій 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;

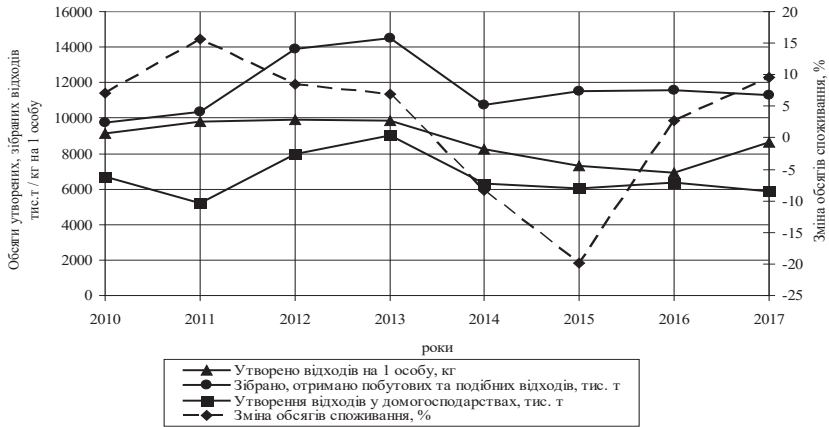


Рис. 3.14. Взаємозв'язок обсягів споживання та утворених та зібраних відходів (2010–2017)

Розраховано і складено автором

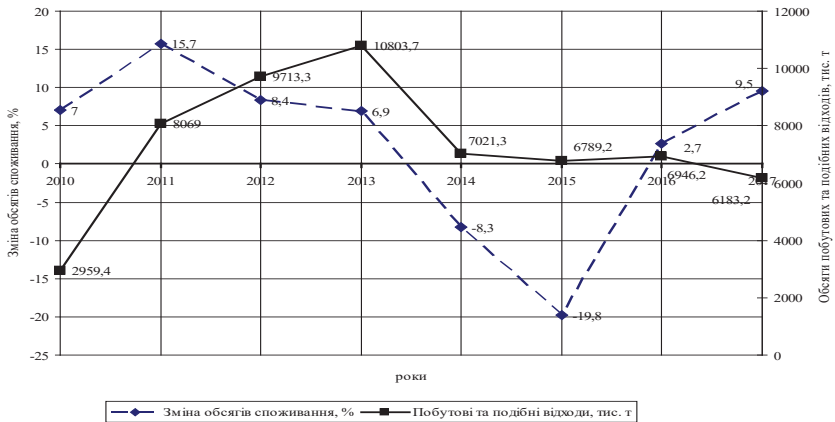


Рис. 3.15. Динаміка взаємозв'язку обсягів споживання та утворених побутових відходів (2010–2017)

Розраховано і складено автором

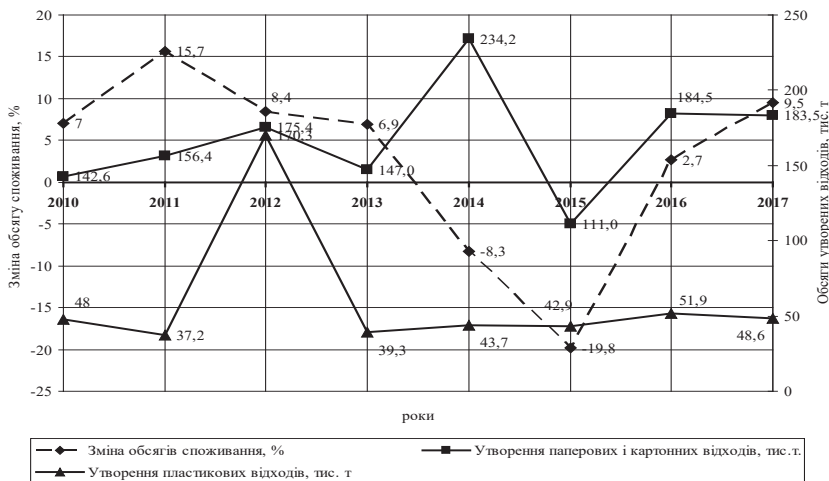


Рис. 3.16. Динаміка взаємозв'язку обсягів споживання товарів (послуг) та утворених відходів (2010–2017)

Розраховано і складено автором

- 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, освіту, 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 [329] 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 [330] 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.

3.2. Теоретико-методичні підходи до ідентифікації загроз та рівня безпеки споживання в Україні

Ураховуючи складність, багатооб'єктність і суб'єктність системи забезпечення безпеки споживання, значну кількість чинників впливу, визначення її рівня безпеки потребує ідентифікації критеріїв визначення загроз, ризиків та показників стану системи ЗБС, 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» [77], Стратегія національної безпеки України [78]), 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) [78].

Як і для продовольчої безпеки держави, загрозами безпеці споживання П. Борщевський 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 [331].

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 небезпеч-

ними 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 [332].

Зовнішньоекономічний складник безпеки споживання заснований на неконтрольованості експорту та імпорту агропродовольчої і харчової 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 та якості 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, зовнішньоекономічному та науково-технологічному (додаток Н, табл. Н1).

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 індикатори 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 Н, див. табл. Н1). Незважаючи на зростання частки осіб із вищою освітою з 22,7% у 2010 р. до 27,3% у 2018 р., спостерігаються диспропорції в узгодженості 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 [343, 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-стимулятори – рівень безробіття та рівень тривалого безробіття; показники-стимулятори – 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 зростає 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 [91], 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 імпортних 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 імпортних 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 харчової 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 мало-відходних 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 триаду «ретроспекція – діагноз – перспекція», де ретроспекція – аналіз поточного стану порівняно з тим, який був півроку тому; діагноз – оцінювання поточного стану інвестиційного клімату; перспекція – 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 декларативність 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 (знаходиться 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 кожним складником 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. Ілляш науково-методичний підхід [95]. 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 Н, табл. Н1).

Розраховані таксономічні показники $d_i^{(k)}$ (табл. 3.5, рис. 3.17) 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.

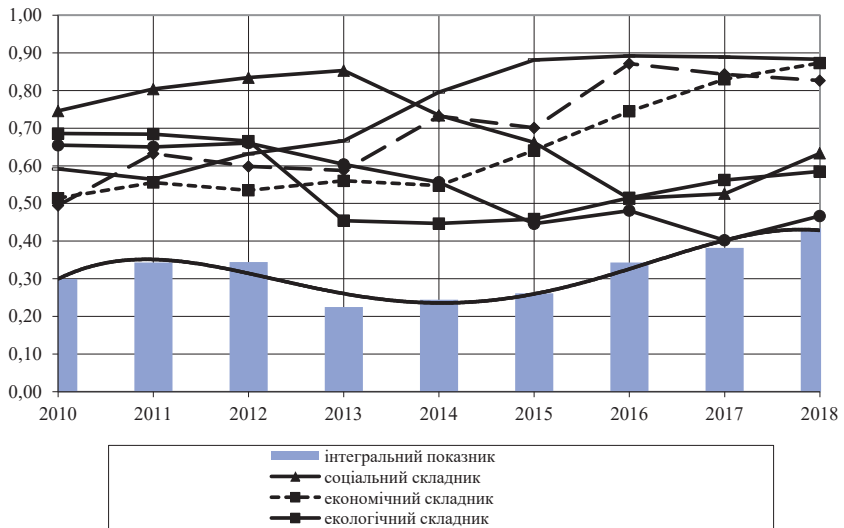


Рис. 3.17. Динаміка зміни таксономічних показників безпеки споживання України (2010–2018)

Розраховано та складено автором

Таблиця 3.5

Результати таксономічного аналізу рівня безпеки споживання

Роки	Функціональні складники безпеки споживання										Загалом по всій системі безпеки споживання			
	соціальний		економічний		охорони довкілля		продовольчий		зовнішньо-економічний			науково-технічний		
	$c_{i0}^{(1)}$	$d_i^{(1)}$	$c_{i0}^{(2)}$	$d_i^{(2)}$	$c_{i0}^{(3)}$	$d_i^{(3)}$	$c_{i0}^{(4)}$	$d_i^{(4)}$	$c_{i0}^{(5)}$	$d_i^{(5)}$		$c_{i0}^{(6)}$	$d_i^{(6)}$	$c_{i0}^{(7)}$
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
$\bar{c}_0^{(k)}$	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

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 цим функціональним складником. 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.

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 посилилися 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 зниженням 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. 3.18).

Для об'єктивності висновків щодо рівня розвитку окремих складників безпеки споживання за таксономічними показниками необхідно визначити їх порогові та нормативні значення. Пороговим значенням індикатора вважається його мінімально допустиме значення, яке він може приймати в реальних умовах. Зниження значення таксономічного показника відносно порогового рівня свідчить про наявність загроз безпеці споживання за

цим складником. Наряду з пороговими значеннями слід визначитися і з нормативними значеннями індикаторів, до яких варто наблизитися в довгостроковій перспективі.

З огляду на це, порогові та нормативні значення таксономічних індикаторів соціального, економічного, охорони довкілля, продовольчого, зовнішньоекономічного та науково-технологічного складників визначимо в наступній послідовності. Для кожного показника – стимулятора за шістьма складниками безпеки споживання при розрахунку порогового значення обираємо мінімально досягнуте, а при розрахунку нормативного – максимально досягнуте стандартизоване значення даного індикатора. Для кожного показника – дестимулятора за шістьма складниками безпеки споживання при розрахунку порогового значення обирається максимально досягнуте, а при розрахунку нормативного – мінімально досягнуте стандартизоване значення даного індикатора. На основі отриманого масиву стандартизованих параметрів за методикою таксономічного аналізу визначимо таксономічні показники (табл. 3.6) для кожного складника безпеки споживання, які виступатимуть пороговими та нормативними значеннями.

Таблиця 3.6

**Порівняння розрахованих таксономічних показників
за складниками безпеки споживання з пороговими
та нормативними значеннями**

Складники безпеки споживання	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Порогове значення	Нормативне значення
Соціальний	0,75	0,80	0,83	0,85	0,73	0,66	0,51	0,53	0,63	0,78	0,85
Економічний	0,51	0,56	0,53	0,56	0,55	0,64	0,75	0,83	0,87	0,80	0,85
Охорони довкілля	0,69	0,68	0,67	0,45	0,45	0,46	0,51	0,56	0,59	0,67	0,75
Продовольчий	0,49	0,63	0,60	0,59	0,73	0,70	0,87	0,84	0,83	0,70	0,85
Зовнішньоекономічний	0,59	0,56	0,63	0,67	0,80	0,88	0,89	0,89	0,88	0,80	0,90
Науково-технологічний	0,65	0,65	0,66	0,60	0,56	0,45	0,48	0,40	0,47	0,65	0,75

Розраховано автором

Співставлення отриманих результатів свідчить, що розраховані значення таксономічного показника є нижчими за порогові значення протягом всього досліджуваного періоду за соціальним складником (окрім 2011 і 2012 рр.), економічним (окрім 2017 та 2018 рр.), охорони довкілля (крім 2010–2012 рр.), та науково-технологічним (крім 2010–2012 рр.). Таксономічний показник за продовольчим і зовнішньоекономічним складниками безпеки споживання перевищував порогове значення починаючи з 2014 по 2018 р. Протягом всього досліджуваного періоду розраховані таксономічні показники є нижчими за нормативні за всіма складниками безпеки споживання окрім економічного та продовольчого, значення яких наближаються до нормативних.

Незважаючи на негативні тенденції зміни інтегрального показника безпеки споживання, 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:

$$R = \begin{pmatrix} 1 & -0,814 & 0,230 & -0,848 & -0,839 & 0,859 & -0,479 \\ -0,814 & 1 & -0,157 & 0,858 & 0,799 & -0,845 & 0,715 \\ 0,230 & -0,157 & 1 & -0,395 & -0,610 & 0,528 & 0,541 \\ -0,848 & 0,858 & -0,395 & 1 & 0,882 & -0,850 & 0,501 \\ -0,839 & 0,799 & -0,610 & 0,882 & 1 & -0,956 & 0,261 \\ 0,859 & -0,485 & 0,528 & -0,850 & -0,956 & 1 & 0,309 \\ -0,479 & 0,715 & 0,541 & 0,501 & 0,261 & 0,309 & 1 \end{pmatrix} \quad (3.4)$$

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 зовнішньоекономічним ($d_i^{(5)}$) 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. 3.7):

$$y = -0,777 + 0,194x_1 + 0,316x_2 + 0,600x_3 + 0,205x_4 + 0,239x_5 + 0,176x_6, \quad (3.5)$$

де y – інтегральний показник розвитку безпеки споживання;

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

Таблиця 3.7

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

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 (див. табл. 3.7).

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.

3.3. Методологічний підхід до системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у процесі забезпечення споживання

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 [137], системно-динамічного моделювання Дж. Форрестера [138] та нечіткої логіки Л. Заде [139–141].

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 викликать 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 [137] побудуємо діаграму причинної циклічності (Causal loop diagram (CLD)) (рис. 3.18). 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 залежить здоров'я людини, від недостовірної інформації про товар, негативного впливу на довкілля залежить споживання загрозливих 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 негативному впливу поведінкового складника суб'єкта споживання на його здоров'я потрібно гальмувати посилюючі контури балансуєчим.

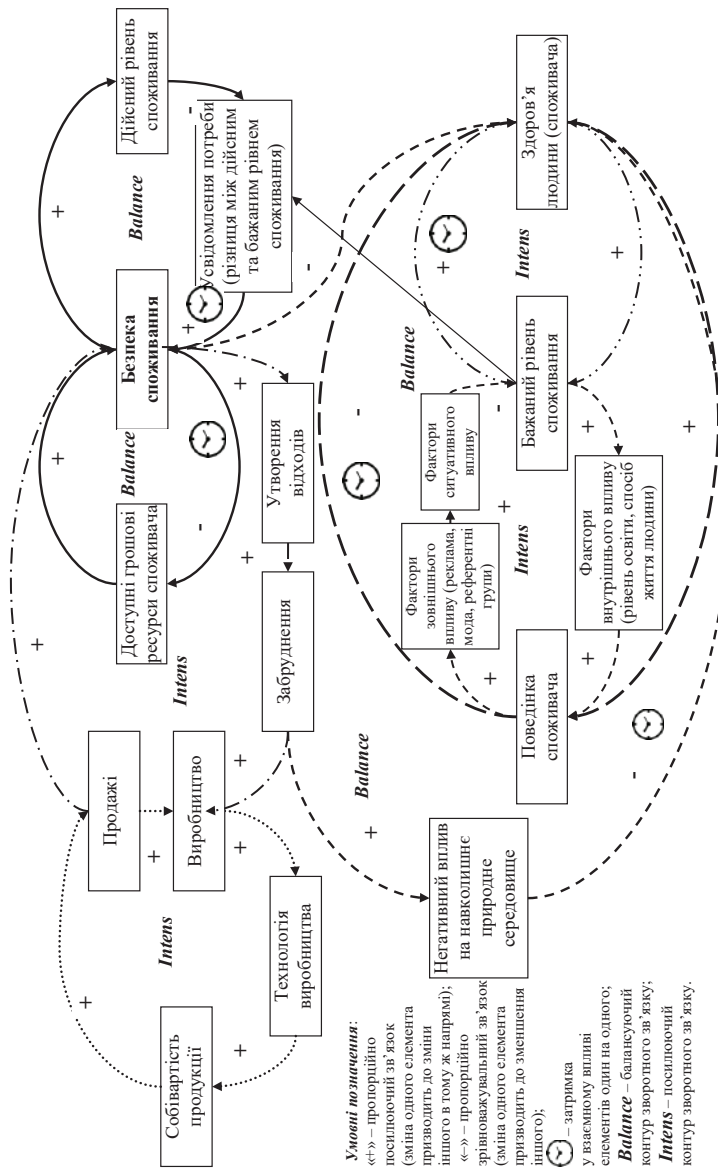


Рис. 3.18. Діаграма причинної циклічності (casual loop diagram, CLD) забезпечення безпеки споживання

Розроблено автором

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 екологобезпечних, ресурсоефективних технологій і матеріалів збільшує вартість продукції і, відповідно, зменшує обсяги її споживання. Балансуючим 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 циклічної причинності 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, невідзначеність динаміки зміни самої системи, саме ця методологія моделювання є доцільною для дослідження порівняно з аналітичними методами.

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 [344; 345].

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 [346].

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 [347]. 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 [348, с. 158; 349, с. 21; 350]. Ця стадія реалізується через створення казуальних або причинно-наслідкових діаграм чи діаграм циклічної причинності (див. рис. 3.18) 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 [351].

Остання стадія передбачає імплементацію моделі на основі прогнозування поведінки системи і тестування різноманітних сценаріїв її розвитку.

В основу системно-динамічної моделі безпеки споживання (рис. 3.19) покладемо принципи кейнсіанського підходу, модель виробничої функції Кобба-Дугласа [352] та динамічну інтегровану модель клімату та економіки В. Нордгауза [353; 354].

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 [355, с. 51–52]:

$$GDP(t) = AK(t)^\alpha L(t)^{1-\alpha}, \quad (3.6)$$

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

$$L(t) = L_0 e^{nt}. \quad (3.7)$$

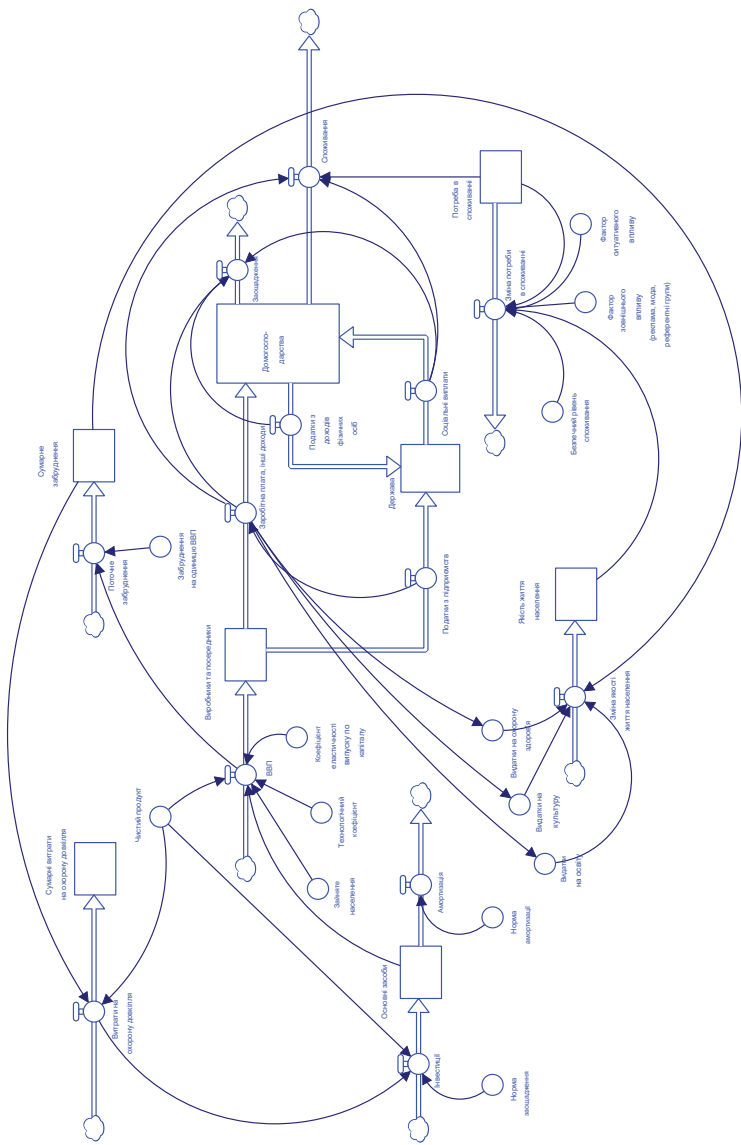


Рис. 3.19. Системно-динамічна модель причинно-наслідкових зв'язків безпеки споживання

Складено автором

Зміна обсягу капіталу $K(t)$ відбувається з урахуванням інвестицій та амортизації:

$$K(t + 1) = K(t) + I(t) - D(t), \quad (3.8)$$

де $I(t)$ – капітальні інвестиції;

$D(t) = \delta_K K(t)$ – величина амортизаційних відрахувань;

δ_K – фіксована норма амортизації.

Блок «Споживання» відображає схему розподілу доходів від виробництва за категоріями економічних агентів (виробники та посередники, домогосподарства, держава) та обумовлює рівень приватного споживання на основі розподілу [356]. 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 [357, с. 142–143]:

$$R_{pr}(t) = R_{pr}(t - dt) + (In - T_b - W)dt, \quad (3.9)$$

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:

$$R_h(t) = R_h(t - dt) + (W + P_S - T_p - C - S)dt, \quad (3.10)$$

$$C = (W + P_S - T_p) \cdot C_n, \quad (3.11)$$

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. 3.20).

$$R_s = R_s(t - dt) + (T_b + T_p - P_s)dt, \quad (3.12)$$

де R_s – фінансові ресурси країни.

Блок «Охорона довкілля» може бути описаний з урахуванням концептуальних засад модифікованої макроекономічної динамічної моделі Нордгауза [355, с. 51–52]. Величина кінцевого продукту скорочується на величину витрат, пов'язаних з екологією, змінами клімату:

$$Q(t) = GDP(t) - TC(t), \quad (3.13)$$

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:

$$Q(t) = C(t) - I(t), \quad (3.14)$$

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:

$$E(t) = \sigma(t) \cdot GDP(t), \quad (3.15)$$

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:

$$\bar{T}(t_0, t) = \varphi_0 + \varphi_1 \bar{E}(t_0, t), \quad (3.16)$$

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:

$$TC(t) = \theta(t) \cdot GDP(t) \cdot T(t), \quad (3.17)$$

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 ($E(t)$):

$$QL(t) = QL(t - dt) \cdot K_e \cdot K_c \cdot K_h \cdot E(t_0, t). \quad (3.18)$$

Розроблення й апробація системно-динамічної моделі причинно-наслідкових зв'язків у процесі забезпечення 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 забезпечення споживання в Україні.

3.4. Моделювання безпекових параметрів поведінки споживачів

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 певного 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 [14]. Застосовуючи розширену концепцію дискурсу (організації соціальної взаємодії з приводу визначення реальності) до феномена індивідуального споживання, В. Льїн розглядає його як сукупність вербальних і поведінкових висловлювань виробників, торговців, рекламистів, 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) [358].

Погодимося з тезою В. Льїна, 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 [358]. 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. 3.8), критерієм сегментації споживачів з точки зору забезпечення споживання могут бути споживчі орієнтації (додаток П). 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. 3.8 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 [14].

Таблиця 3.8

**Взаємозв'язок соціологічних моделей споживання
з безпекою споживання**

Назва та автор 1	Сутність 2	Вплив для БС 3
Модель демонстративного споживання Т. Веблена [361]	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 [362]	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 [363]	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, незамишлення 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 це не в нав'язливій формі

Продовження таблиці 3.8

1	2	3
Модель прос'юмера Е. Тоффлера [364]	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 [365, с. 388]; поширення завдяки розвитку інформаційних технологій, популяризації соціальних мереж та ведення власних інтернет сторінок та блогів [366]	Позитивний або негативний вплив залежно від цінностей, переконань, культури споживання прос'юмера

Систематизовано та доповнено автором за [14]

Так, І. Набруско виокремлює три основні моделі споживання, властиві населенню України: демонстративну; габітусну; конформну [359]. Т. Сальтевська [360] 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.

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» [360, 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 [14, 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. 3.20).



Рис. 3.20. Основні орієнтації споживачів Запорізької області (Україна)

Складено за результатами авторського дослідження

В оцінюванні безпечності продукції 74% респондентів, насамперед, оцінюють безпечність та корисність, 27% – зважено складають раціон (рис. 3.21), 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 глибинного інтерв'ю, які моделі прийняття рішень – некомпенсаторні чи компенсаторні, адитивні – використовуються в цих випадках.

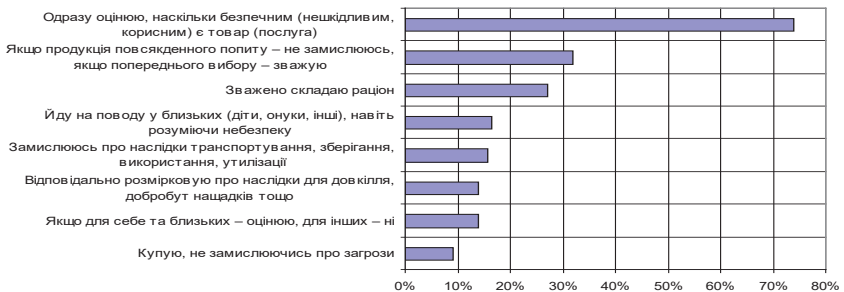


Рис. 3.21. Особливості поведінки споживачів з огляду на безпеку споживання

Складено за результатами 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 Р), дають змогу визначити специфіку побудови моделі поведінки споживачів у процесі забезпечення безпеки споживання (табл. 3.9). Аналіз моделей сталого споживання (див. додаток Р) [303] 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.

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.

Таблиця 3.9

Соціально-психологічні теорії поведінки споживачів у контексті забезпечення безпеки споживання

Теорії	Основні положення	Зв'язок із безпекою споживання
1 Теорії раціонального вибору	2 Поведінка є результатом раціональних роздумів, у яких люди прагнуть максимізувати власну очікувану «корисність»; залежить від очікуваних результатів та значень, присвоєних цим результатам	3 Невизначеність через відкладеність у часі та просторі, кумулятивний ефект дій багатьох людей, зваження транзакційних витрат та переваг, визначення моральних проблем (концепція розширеного власного інтересу)
Скороговані 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	Звичайна (інстинктивна, автоматична, ригідна) поведінка, викликана емоційними реакціями в некон트롤ованих ситуаціях, «когнітивна пастка» – економія зусиль та короткострокові вигоди й стимули	Проблемність мотивування просоціальної, проєкційної 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 цінностей та можливостей, розриву між власним та «ідеальним» Я); бажання унікати 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 таблиці 3.9

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 забезпечення споживання важливим є як центральний, так і периферійний шляхи оброблення інформації, а також використання впливових рольових моделей, прикладі успішних програм, «привабливого джерела», «навчальних майданчиків»; соціального маркетингу, заснованого на громаді

Систематизовано та доповнено автором з використанням [303]

Отже, значну увагу потрібно приділяти: заходам мотивування та стимулювання просоціальної та (або) проекологічної поведінки створення ситуаційних і диспозиційних чинників впливу на норми; підняттю 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. 3.22). У цілому можна погодитися із О. Прокопенко [280], 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.

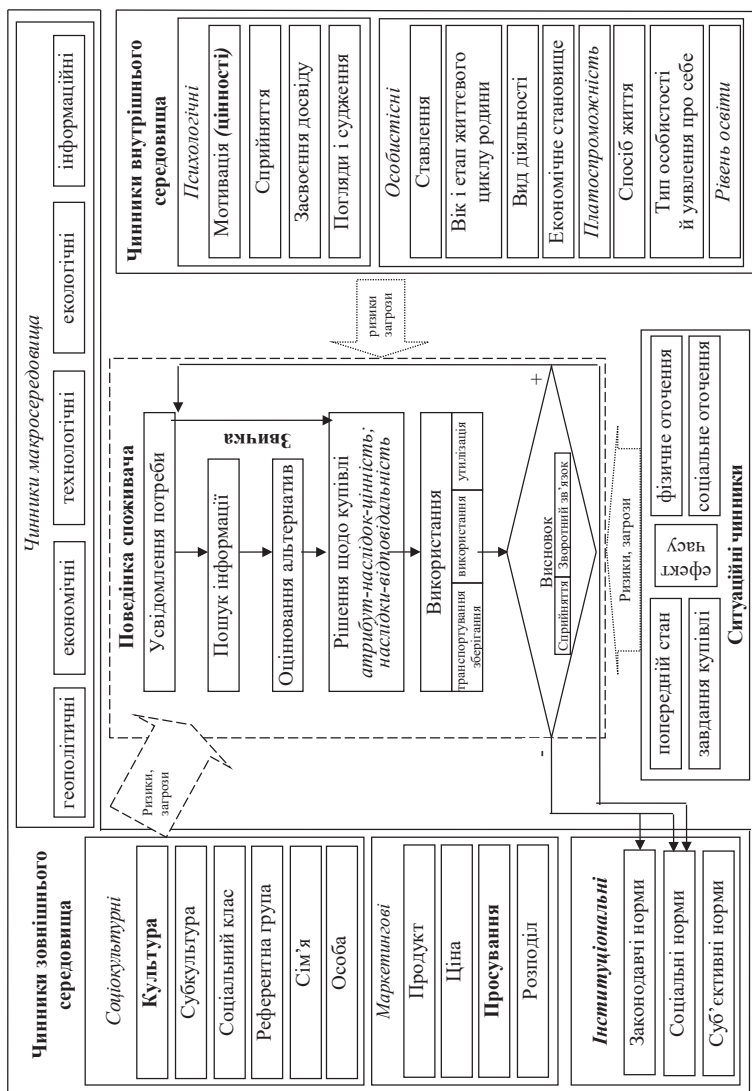


Рис. 3.22. Модель поведінки споживачів у процесі забезпечення безпеки споживання
Розроблено автором

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.

Отже, розглянемо поетапно та детально процес споживання з огляду на особливості забезпечення безпеки споживання на кожному з його етапів та визначених підетапів (табл. 3.10).

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 [280], 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,

Таблиця 3.10

Етапи споживання за критерієм безпеки

Етап	Основні характеристики	Загрози БС	Шляхи мінімізації загроз
Розуміння проблеми (усвідомлення потреб)	Цінності, мотиви, рівень освіти, дохід, попередній досвід, рівень та терміновість потреб; політико-правові, геополітичні, технологічні чинники; комунікації, реклама, соціальна група	Марнотратство, споживацтво, нерациональність вибору	Правильно сформулювати потребу, зважаючи на наслідки для здоров'я, довкілля, суспільства, саморозвитку; запропонувати півотезу 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, сформулювати навички пошуку інформації, оцінювання джерел та повідомлень за ознакою безпечності
Оцінювання альтернатив та прийняття рішення	Цінності, мотиви, рівень доходу; референтні групи; маркетинг-мікс; ситуаційні (наявність, умови, порада консультанта, акції)	Невваженість 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

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 Р, табл. Р1). 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, загрозовою може стати поведінка, під час якої звичайні критерії вибору не зважуються на їх безпечність. Варто погодитись із думкою [303], 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 [258].

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. Джексон вважає ключовими чинниками, які формують та стримують вибір споживача, для подальшого вивчення та сприяння змінам поведінки [303].

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 [280]. 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» [303]. 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.

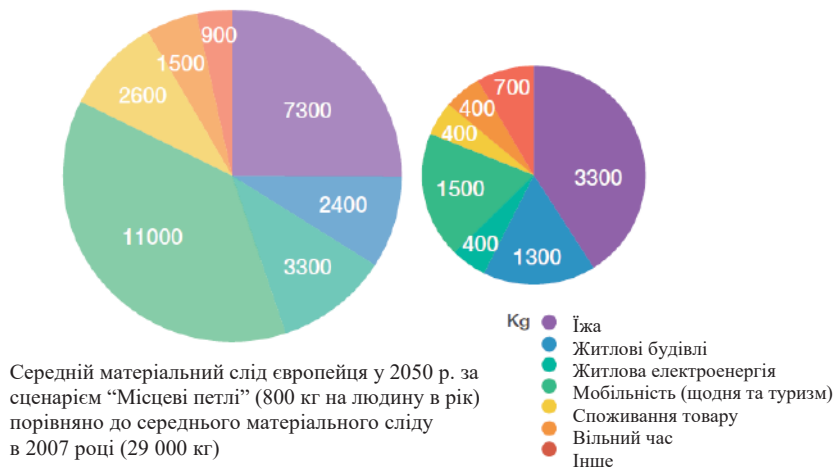
5. Щодо споживчої поведінки після купівлі, зокрема в умовах нашої країни, доцільно приділити увагу проблемам безпеки на етапі безпосереднього використання та утилізації. Це пов'язано з більшою регламентованістю та інституціональною захищеністю процесів купівлі, транспортування та зберігання продукції (товарів), яких відповідальніше дотримується більшість споживачів. Хоча умови використання та утилізації також чітко визначені, залишається невирішеною проблема їх дотримання. Так, як зазначено в праці [367, с. 29], у майбутньому цього вимагатимуть не лише політики, а й споживачі (рис. 3.23), але на цей час жодна країна не поєднує високий рівень розвитку зі сталим екологічним споживанням (рис. 3.24).

Для нашої країни характерна ситуація, коли ще значна частина населення (53%) не сортує сміття (рис. 3.25) значною мірою через відсутність і недосконалість відповідної інфраструктури.

У праці [367, с. 39] пропонуються основні напрями скорочення споживачами побутових харчових відходів (за результатами дослідження факторів впливу для вітчизняних споживачів) (рис. 3.26):

– купівля потрібної кількості продуктів, їжі та напоїв через надмірно широкий асортимент; великі розміри порцій, упакувань для потреб домогосподарств та роздрібної 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 неістівною 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).



Середній матеріальний слід європейця у 2050 р. за сценарієм “Місцеві петлі” (800 кг на людину в рік) порівняно до середнього матеріального сліду в 2007 році (29 000 кг)

Рис. 3.23. Матеріальний слід у 2050 р. порівняно із середньоєвропейським слідом у 2007 р.

Складено за [368, с. 24]

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, нерозвиненість інституціонального середовища захистити свої права тощо. Останнє може бути послаблено встановленням негативного зворотного зв'язку.

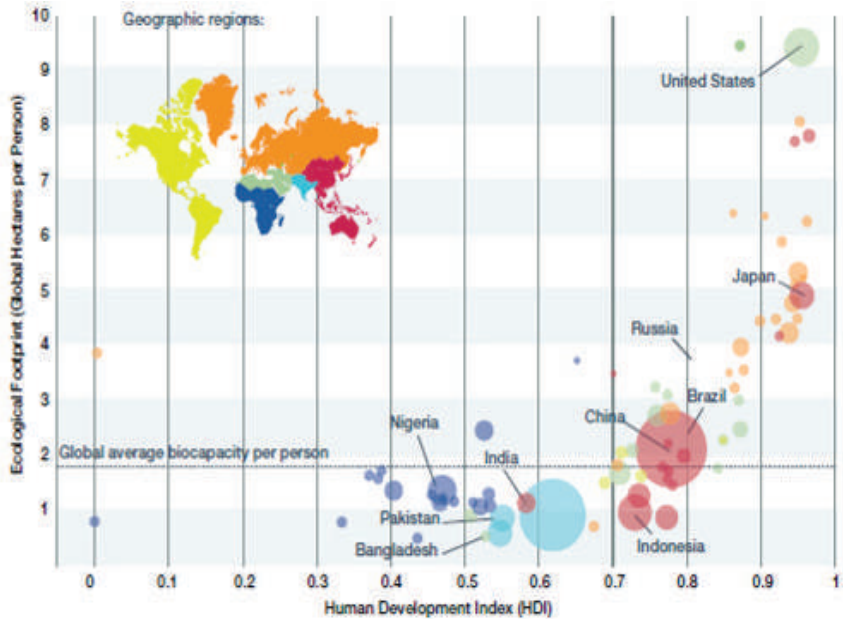


Рис. 3.24. Взаємозв'язок індексу людського розвитку та екологічного сліду

Складено за [369, с. 191]

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.

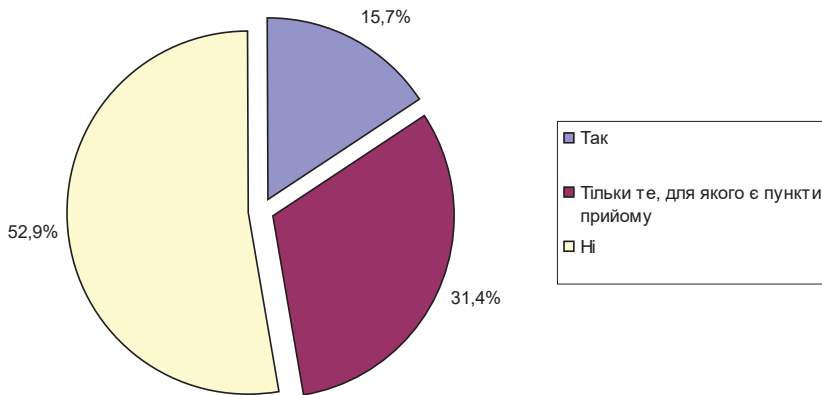


Рис. 3.25. Показники сортування сміття населенням Запорізької області, 2019 р.

Складено за результатами авторського дослідження

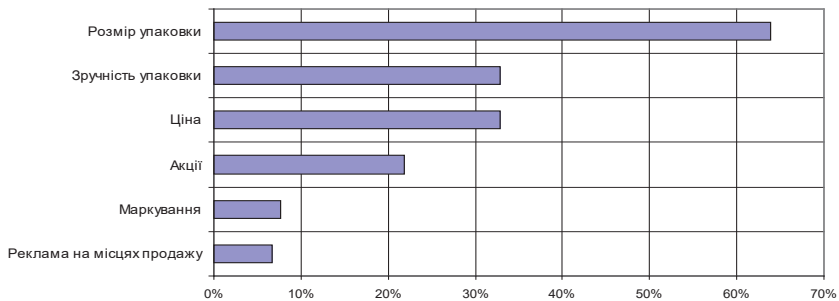


Рис. 3.26. Основні причини значних обсягів відходів споживання

Складено за результатами авторського дослідження

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. 3.11).

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 (див. табл. 3.11): 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 забезпечення споживання. Формування відповідних споживчих звичок є поступовим процесом, як і «Рівень безпеки споживання» – показник, за яким оцінюємо безпеку споживання.

Для опису вхідних (X_1, X_2, X_3, X_4) та вихідної (Y) змінних використана лінгвістичне оцінювання відповідно до термів (див. табл. 3.11). На основі запропонованих термів лінгвістичних змінних і дерева логічних висновків (рис. 3.27) сформулюємо бази даних експертних оцінок, які є нечіткими носіями інформації про наявні зв'язки між вхідними і вихідними змінними (додаток С, табл. С1).

Таблиця 3.11

Лінгвістичне оцінювання та інтерпретація змінних у процесі моделювання поведінки споживачів на засадах забезпечення безпеки споживання методами нечіткої логіки

Пара-метри	Група чинників	Вид	Терми				Дуже високе (ДВ)
			Дуже низьке (ДН)	Низьке (Н)	Середнє (С)	Високе (В)	
1	Внутріш-нього впливу	Цінності	4	5	6	7	8
			Негативні щодо БС (цінності) виживання, надмірного споживання, недовіри до інститутів)	Порівняно негати-вність (наяв-ність однієї або кількох ознак негативних цінностей)	Нейтральні: за окремими напрямками (безпечність продукції, турбота про здоров'я, родину – egoцен-тричнi) або незважли	Порівняно позитивні: наслідування значної кількості позитивних цінностей	Позитивні: цінності самороз-витку, турбота про довкілля, добробут майбутніх поко-ління
X ₁			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
			Низький рівень (споживає все, не замислюючись про користність та наслідки)	Порівняно низький рівень (частіше не замислюється про наслідки для здоров'я чи довкілля)	Середній рівень (турбота про наслідки часу)	Порівняно високий (забез-печення кількох умов високого рівня)	Високий рівень (зважений підхід до того скільки, коли, як і що споживає, турбота про наслідки)
X ₂	Зовніш-нього впливу	Культура споживання	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

Продовження таблиці 3.11

1	2	3	4	5	6	7	8
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, подієкультура – популяризація принципів сталого розвитку та інформативна комерційна реклама)	Позитивний вплив: (здебільшого соціальна реклама, популяризація принципів сталого розвитку та інформативна комерційна реклама)
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 базується на виконанні)	Частково розвинений (споживач не наслідують частково наслідують) (або соціальні норми споживання, або вони не виважено розроблені та не чітко сформульовані)	$X_1 = 0,81-0,9$ Порівняно розвинений (забезпечення більшості умов розвиненості)	Розвинений (споживач наслідують) (або соціальні норми споживання, які виважено розроблені та чітко сформульовані)
Y	Рівень безпеки споживання		Нижній граничний $Y = 0-0,2$	Нижче середнього $Y = 0,21-0,4$	Середній $Y = 0,41-0,6$	$X_1 = 0,91-0,95$ Вище середнього	$X_1 = 0,95-1$ Високий $Y = 0,81-1$

Складено автором

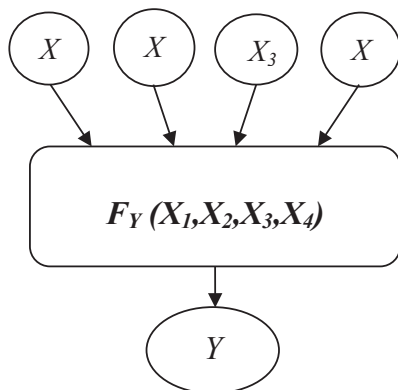


Рис. 3.27. Взаємозв'язок між вхідними і вихідними змінними моделі поведінки споживачів на засадах забезпечення безпеки споживання

Запропоновано автором

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. 3.12, рис. 3.28). Для досягнення оптимального (не нижче середнього) рівня безпеки споживання (0,4 і вище) необхідне одночасне виконання таких передумов (див. табл. 3.12, див. рис. 3.28, додаток С):

– 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 ($X_3 \geq 0,492$).

Таблиця 3.12

**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
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
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

Розраховано автором

Для досягнення високого рівня безпеки споживання необхідне забезпечення визначених рівнів показників внутрішнього та зовнішнього впливу, а в довготривалій перспективі потребує посилення

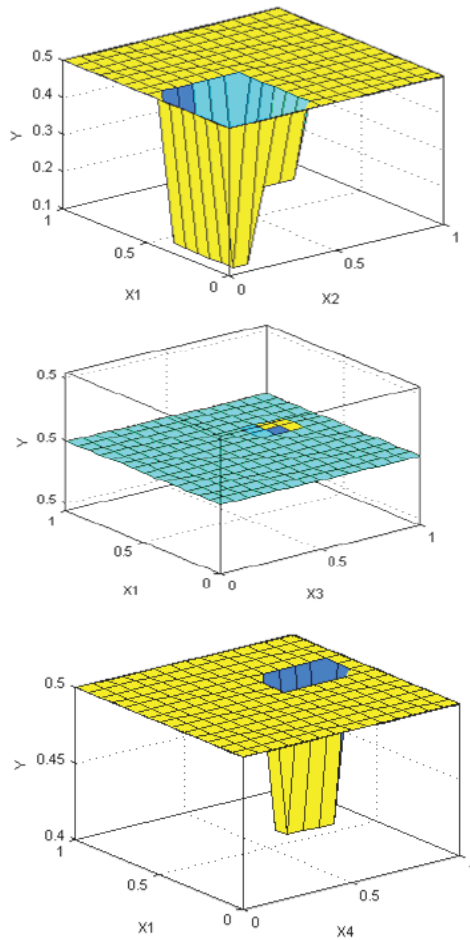


Рис. 3.28. Залежність рівня безпеки споживання від показників внутрішнього та зовнішнього впливу, які охоплюють цінності людини (X_1), культуру споживання (X_2), маркетинг (просування) (X_3) та стан інституціонального базису в країні (X_4)

Побудовано автором

внутрішнього впливу, який охоплює цінності людини. Таке завдання може бути вирішене через підвищення освітнього та культурного рівня населення, що безперечно пов'язано з доходами.

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. 3.29)); уряд через держзамовлення; іноземні підприємства та спілки; посередники різних типів.

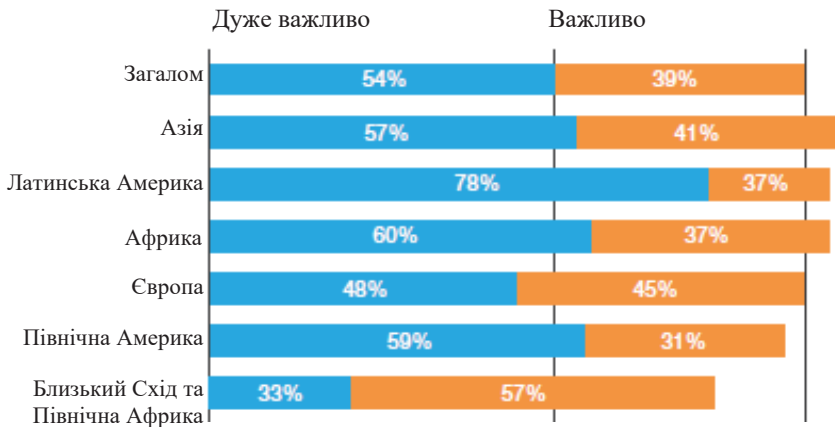


Рис. 3.29. Показники важливості проблем сталого розвитку для успіху бізнесу в майбутньому, в окремих країнах
Складено за [367, с. 104]

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; конкурентоспроможність 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 [280]. Взагалі споживачі на B2B ринку є раціональнішими [370], що підтверджують моделі споживчої поведінки Д. Шета, Ф. Вебстера і Й. Вінда та інших.

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» [371, с. 150]), а з іншого – «споживати – значить робити». Як зазначає В. Ільїн, «...при використанні цих слів фокус ковзає: «споживання» ставить 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 [371, с. 2226], являє собою «споживання у власному розумінні слова; людина виступає як самодостатня мета; змістом власне відтворення» [358].

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

За результатами проведеного в роботі дослідження кількісних та якісних характеристик структури й обсягів споживання, масштабів та наслідків негативного впливу споживання товарів (послуг) на довкілля, ризиків безпеці споживання на основі проведеного структурно-компонентного 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.

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 кожним функціональним складником 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 складниками 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.

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.

У межах розробленої інтегрованої моделі поведінки споживачів у контексті забезпечення споживання визначено головні чинники впливу 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.

Основні результати дослідження за розділом опубліковані у працях [99, 179, 372–374].

РОЗДІЛ 4

Впровадження організаційно-інституціональних засад убезпечення споживання в підприємницьку діяльність на сучасному етапі євроінтеграції України

4.1. Екзогенні чинники і передумови впровадження європейських практик технічного регулювання товарів (послуг)

В умовах глобальної та мегарегіональної конкуренції, пропозиції товарів (послуг) однакового функціонального призначення, але різної якості все більшої актуальності набуває проблема забезпечення безпеки споживання. Вона є ключовим чинником, з одного боку, формування попиту, а з іншого – незважаючи або завдяки діалектичному зв'язку, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

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 [375], 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. В той же час слушно вважаємо гіпотезу щодо загрозливого впливу євроінтеграції на безпеку споживання в Україні. З одного боку, процес євроінтеграції і підписана Угода про асоціацію між ЄС та Україною відкриває безперешкодний доступ до найбільшого ринку світу (500 млн споживачів, обсяг ринку 14 трлн дол США), проте кількісні обмеження у вигляді квот на найпопулярніші для України товари нівелюють цей позитивний аспект. До того ж в межах виконання угоди Україна взяла низку зобов'язань щодо удосконалення системи технічного регулювання, в сфері довілля, захисту прав споживачів, які в довгостроковій перспективі сприятимуть підвищенню якості товарів (послуг) та зміцненню безпеки споживання. Проте діючі в ЄС заходи нетарифного регулювання (сертифікація, верифікація сертифікатів походження, якості) на фоні невідповідності вітчизняної продукції цим вимогам, ускладнюють ведення зовнішньоекономічної діяльності та не дозволяють конкурувати з європейськими аналогами. Недосконалість інституціонального базису в Україні на трансформаційному етапі створює передумови для насичення вітчизняного ринку неякісними (у тому числі європейськими, китайськими) товарами, недотримання прав споживачів, ухилення підприємств від екологічних зобов'язань, що негативно впливає на безпеку споживання. На посттрансформаційному етапі, після запровадження інституціональних передумов імовірно переміщення до України шкідливих виробництв, використання як сировинного придатку, а населення – як дешевої робочої сили.

Тому для виявлення загроз та врахування негативних тенденцій в зовнішній торгівлі, обґрунтування стратегічних пріоритетів і системи заходів мінімізації загроз безпеці споживання та посиленню конкурентоспроможності національної економіки проаналізуємо двостороннє співробітництво між Україною та країнами-членами ЄС.

Для цього використовуємо кількісні та якісні індикатори оцінювання тенденцій в обсягах і структурі торгівлі між Україною та країнами-членами ЄС, домінантні товарні групи, рівні концентрації і спеціалізації зовнішньої торгівлі [91; 147]: коефіцієнт покриття експортом імпорту; частка країни-партнера у зовнішньоторговельному обороті; частка високотехнологічної продукції в експорті/імпорті товарів з країни; питома вага сировинного та низького ступеня переробки експорту промисловості в загальному обсязі експорту товарів, індекс компліментарності експорту/імпорту, індекс подібності експорту тощо. Значення індикаторів розраховуємо на підставі даних міжнародних організацій (UN, ІТС, WTO) і державної служби статистики про зовнішньоекономічну та інноваційну діяльність після їх нормування.

В географічній структурі зовнішньоторговельного обороту частка ЄС постійно зростає (рис. 4.1, додаток Т, табл. Т1) – з 11,57 млрд дол. США у 2001 р. (32,84% від загального експорту, 39,48% загального імпорту) до 50,15 млрд дол. США у 2019 р. (46,41% від загального експорту, 52,65% від загального імпорту) зі спадами у 2009 р. до 30,93 млрд дол. США та у 2015 р. – до 29,79 млрд дол. США, пов'язаними з економічною кризою та військово-політичним конфліктом з РФ. При цьому, динаміка розвитку торговельних зв'язків між Україною та країнами-членами ЄС не є позитивною з точки зору загроз економічній безпеці.

Протягом всього періоду незалежності України сальдо зовнішньої торгівлі з країнами ЄС було від'ємним, особливо стрімко імпорт почав збільшуватися починаючи з 2005 р. (16,42 млрд дол. США) по 2008 р. (37,86 млрд дол. США) з різким падінням у 2009 р. до 19,85 млрд дол. США, поступовим зростанням до 2013 р. (32 млрд дол. США) і глибоким падінням до 2015 р. (15,38 млрд дол. США). У 2015 р. сальдо зовнішньої торгівлі набуло мінімального значення (0,97 млрд дол. США), починаючи з цього періоду країни ЄС стали першим імпортером товарів в Україну.

Підписання економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2014 р. мало відтермінований у часі ефект, який почав проявлятися з 2016 р., що істотно збільшило частку експорту (40,76%) та імпорту (46,52%) ЄС у структурі зовнішньої торгівлі на фоні падіння зовнішньої торгівлі з РФ. Як зазначає Л. Власенко [147, с. 80], від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу негативно впливає на економічну безпеку держави, створює дефіцит іноземної валюти і посилює тиск на курс національної валюти.

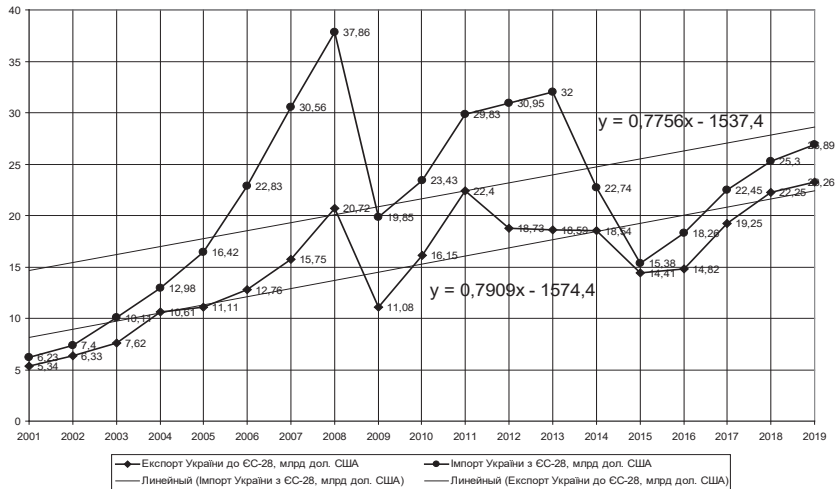


Рис. 4.1. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі між Україною та ЄС (2001–2019), млрд дол. США

Складено за [376–378]

Значення коефіцієнту покриття експорту імпортом в Україні протягом двадцяти років становило <1 (рис. 4.2), сальдо торговельного обороту було від'ємне, що становило істотні загрози

зовнішньоекономічному складнику безпеки споживання та не відповідало пороговим значенням зовнішньоекономічної безпеки держави [379, с. 98].

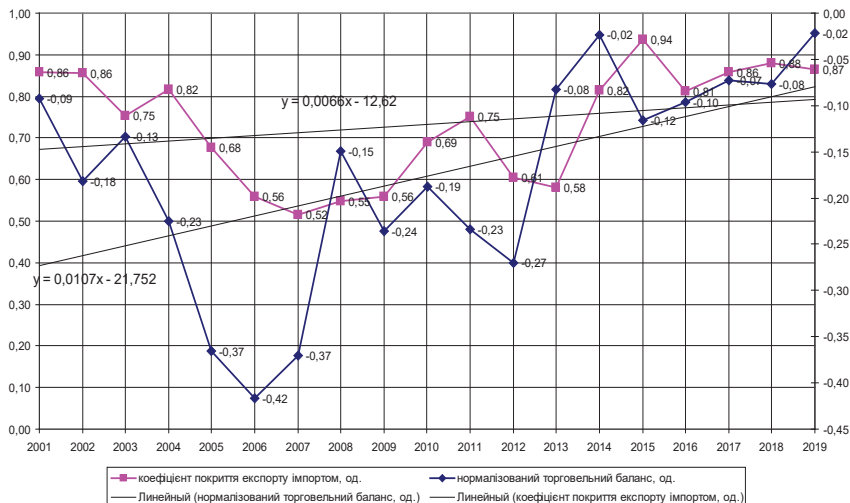


Рис. 4.2. Динаміка коефіцієнту покриття експорту імпортом та нормалізованого торговельного балансу України та країн-членів ЄС (2001–2019)

Складено за [376–378]

Незважаючи на це, та наявність значних спадів, динаміка зовнішньої торгівлі з країнами ЄС була позитивною, що підтверджується зміною нормалізованого торговельного балансу.

Основними групами українського експорту були (рис. 4.3): недорогочінні метали та вироби з них, продукти рослинного походження, машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання, мінеральні продукти, жири та олії тваринного або рослинного походження, готові харчові продукти.

При цьому за останні чотири роки спостерігається стрімке зростання експорту продукції рослинного походження, мінеральних продуктів та істотне зниження експорту недорогоцінних металів і виробів із них (через зниження світового попиту на метал), машин, обладнання та механізмів (ймовірно обумовлене зниженням конкурентоспроможності українських виробників через невідповідність європейським директивам чи заміною аналогами, наприклад, китайськими). Це свідчить про сировинний характер експорту, зовнішню торгівлю з ЄС товарами з незначним рівнем переробки та низькою доданою вартістю.

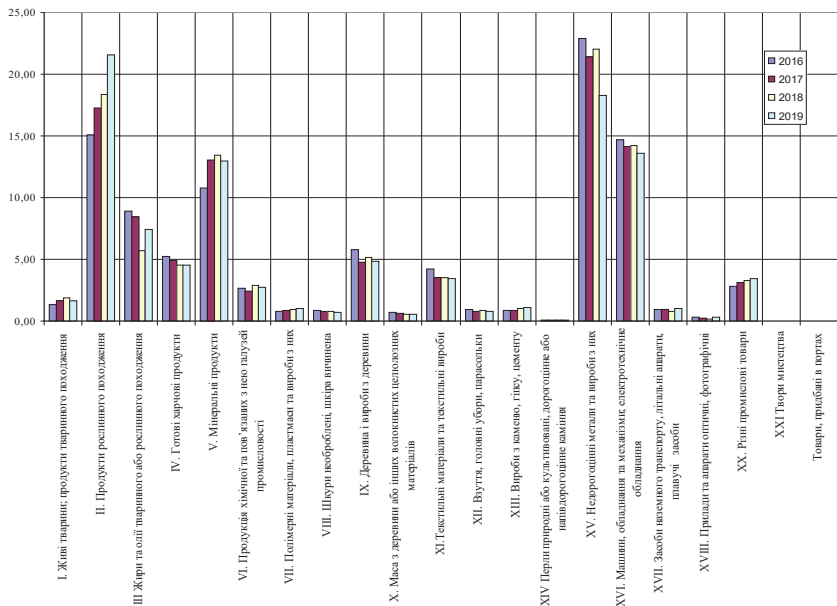


Рис. 4.3. Динаміка товарної структури експорту з України до ЄС за розділами I–XXI УКТЗЕД (2016–2019), %

Складено за [377; 378]

Товарна структура імпорту з ЄС включає (рис. 4.4): машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання, продукцію хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, мінеральні продукти, полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них, готові харчові продукти, все інше – в значно менших обсягах. Структура імпорту в Україну з ЄС є більш диверсифікована, різнопланова, обумовлена потребами українських споживачів і бажанням купувати якісніші товари.

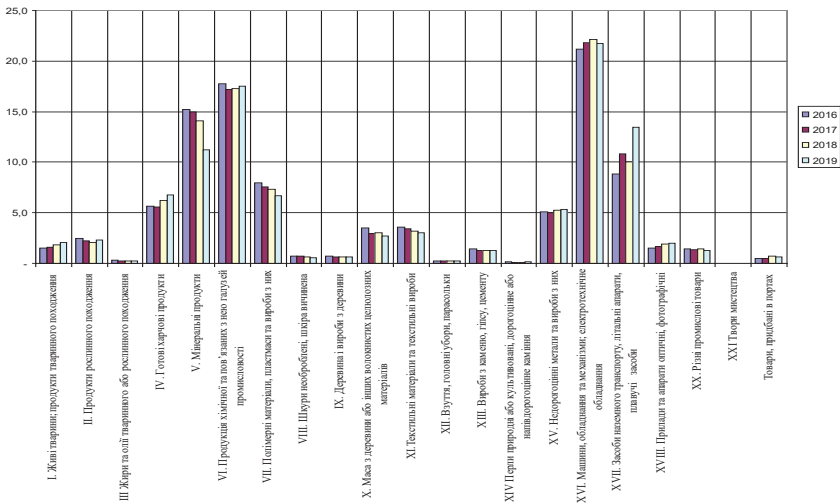


Рис. 4.4. Динаміка товарної структури імпорту України з країн-членів ЄС за розділами I–XXI УКТЗЕД (2016–2019), %
Складено за [377; 378]

Значні обсяги експорту продукції рослинного походження, недорогоцінних металів і виробів з них створює для України можливість максимальної реалізації природного ресурсного потенціалу за умов розвитку агропромислового сектору та металургійної

промисловості, що обумовлює негативні наслідки співробітництва. Так, станом на 2019 р. головними статтями експорту металургійної продукції до ЄС були чорні метали (3145,6 млн дол. США або 82,85 % обсягу експорту до ЄС) та вироби з чорних металів (439,8 млн дол. США або 11,58% обсягу експорту до ЄС). Зацікавленість ЄС в імпорті чорних металів створює істотні загрози навколишньому середовищу у довгостроковій перспективі, оскільки металургійні виробництва з недостатнім рівнем технологічності та екологічності є ключовими забруднювачами довкілля. Відносно експорту продукції рослинного походження, спостерігається домінування зернових культур (соняшника, кукурудзи, пшениці), олій і жирів, що також створює певні загрози, пов'язані з виснаженням і завданням шкоди ґрунту [380].

Істотну загрозу для безпеки споживання становить наповнення ринку європейською продукцією різної якості з різним ступенем переробки, що використовується як сировина, засоби виробництва, проміжні чи споживчі товари. Їх аналіз проведемо на основі виокремлення груп товарів згідно Класифікатору товарів за укрупненими економічними угрупованнями (КВЕУ) ООН [381] та методики, запропонованої Л. Власенко [147, с. 89]. Частка засобів виробництва в структурі експорту українських товарів до країн ЄС протягом останніх п'яти років (рис. 4.5) знаходилась на дуже низькому рівні – близько 2 % (табл. 4.1), споживчих товарів – в діапазоні 6–12 %, при цьому домінували проміжні товари, частка яких щороку збільшувалась.

У товарній структурі імпорту домінували проміжні (45 % у 2019 р.) та споживчі товари (34,06 % у 2019 р.) з достатньо високим рівнем поставок в Україну засобів виробництва (близько 20 % у 2019 р.), при цьому останні роки спостерігалось постійне зростання кожної частки (рис. 4.6).

Розглядаючи структуру зовнішньої торгівлі України та ЄС у 2019 р. за товарними групами КВЕУ, зазначимо, що: найбільше негативне

сальдо досягнуто у торгівлі товарами 41 групи – капітальне устаткування (крім транспортного обладнання) (–4233,95 млн дол. США); другу позицію склали товари 42 групи деталі та прилади для капітального майна (крім транспортного обладнання) (–1498,99 млн дол. США), далі розмістилися товари 51 (автомобілі легкові) та 7 (інші товари) груп (див. табл. 4.1).

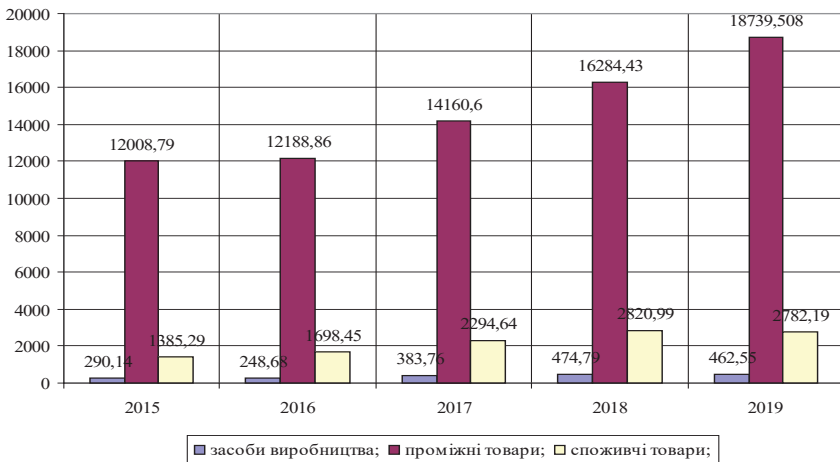


Рис. 4.5. Динаміка зміни структури експорту товарів до країн-членів ЄС за основними категоріями КУЕУ (2015–2019), млн дол. США

Розраховано за [376]

Значні показники обсягів імпорту з ЄС за цими групами підкреслює високу конкурентоспроможність європейського устаткування, технологічного обладнання, автомобільного транспорту, альтернативи якому в Україні на сьогодні немає. Аналіз структури зовнішньої торгівлі товарами між Україною та ЄС за рівнем технологічності підтверджує ці висновки. Проведена декомпозиція

Таблиця 4.1

**Системні характеристики структури зовнішньої торгівлі товарами України (2019),
згідно КУЕУ, млн дол. США**

Код згідно КУЕУ	Назва категорії або товару	Обсяги експорту до ЄС, млн дол. США	Частка товару від загального експорту до ЄС, %	Обсяги імпорту з ЄС, млн дол. США	Частка товару від загального імпорту з ЄС, %	Баланс торгівлі, млн дол. США
1	2					
	Засоби виробництва:	462,55	2,10	5655,82	20,57	-5193,27
41	Капітальне устаткування (крім транспортного обладнання)	439,09	2,00	4673,04	17,00	-4233,95
521	Транспортне обладнання (промислове)	23,46	0,11	982,78	3,57	-959,32
	Проміжні товари:	18739,51	85,24	12473,67	45,37	6265,84
111	Харчові товари та напої, сировинні, головним чином для промисловості	1956,37	8,90	270,25	0,98	1686,12
121	Харчові товари та напої, оброблені, головним чином для промисловості	1544,65	7,03	190,14	0,69	1354,51
21	Початкові продукти для промисловості, не включені в інші категорії, сировинні	5707,78	25,96	601,28	2,19	5106,50
22	Початкові продукти для промисловості, не включені в інші категорії, оброблені	7026,92	31,96	7203,50	26,20	-176,58
31	Паливо та мастильні матеріали, сировинні	295,68	1,34	978,92	3,56	-683,24
322	Паливо та мастильні матеріали, оброблені, інші (крім бензину)	463,38	2,11	308,83	1,12	154,55

Розділ 4. Впровадження організаційно-інституціональних засад забезпечення споживання в підприємницьку діяльність на сучасному етапі євроінтеграції України

Продовження таблиці 4.1

1	2	3	4	5	6	7
42	Деталі та прилади для капітального майна (крім транспортного обладнання)	522,41	2,38	2021,40	7,35	-1498,99
53	Деталі та прилади для транспортногo обладнання	1222,32	5,56	899,35	3,27	322,97
	Споживчі товари:	2782,19	12,66	9365,51	34,06	-6583,32
112	Харчові продукти та напої, сировинні, головним чином для особистого споживання	364,47	1,66	243,82	0,89	120,65
122	Харчові продукти та напої, оброблені, головним чином для особистого споживання	730,16	3,32	1446,30	5,26	-716,14
51	Автомобілі легкові	2,96	0,01	1378,94	5,02	-1375,98
522	Транспортне обладнання та деталі і прилади для нього, інші, непромислові	27,38	0,12	26,21	0,10	1,17
61	Споживчі товари, що не були включені до інших категорій, довгострокового використання	619,89	2,82	609,62	2,22	10,27
62	Споживчі товари, що не були включені до інших категорій, частково довгострокового використання	796,40	3,62	1121,21	4,08	-324,81
63	Споживчі товари, що не були включені до інших категорій, короткочасного використання	109,81	0,50	3041,74	11,06	-2931,93
7	Інші товари	131,12	0,60	1497,67	5,45	-1366,55
	Загальні обсяги зовнішньої торгівлі	21984,25	100,00	27495,00	100,00	-5510,75

Складено за [381]

загального торговельного портфеля та виділення окремих – 1,0–2,9%; вище середнього – 3,0–4,9%; високий – понад 5,0%) [147, с. товарних груп за критерієм технологічності відповідно до методики ОЕСР (низький – частка витрат галузі на НДДКР у випуску < 0,3%; нижче середнього 91–92] показує домінування в структурі експорту продукції низького та нижче середнього рівня технологічності (рис. 4.7).

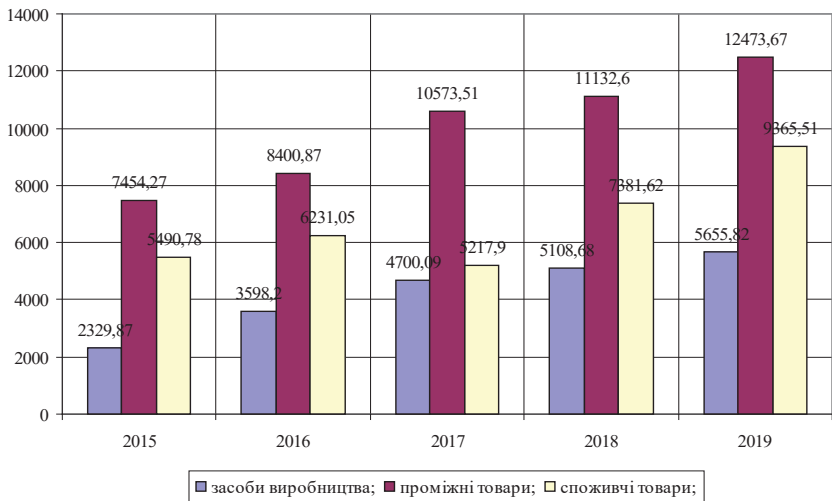


Рис. 4.6. Динаміка зміни структури імпорту товарів з країн-членів ЄС за основними категоріями КУЕУ (2015–2019), млн дол. США

Складено за [376]

При цьому до 2014 р. переважала продукція з рівнем технологічності нижче середнього, а починаючи з 2015 р. в структурі експорту переважали сировинні товари. Частка продукції з рівнем технологічності вище середнього коливалась протягом двадцяти років на рівні 8–16%. Високотехнологічні товари експортувалися до ЄС

в дуже обмежених обсягах, їх частка складала 0,3–0,9% загального обсягу експорту.

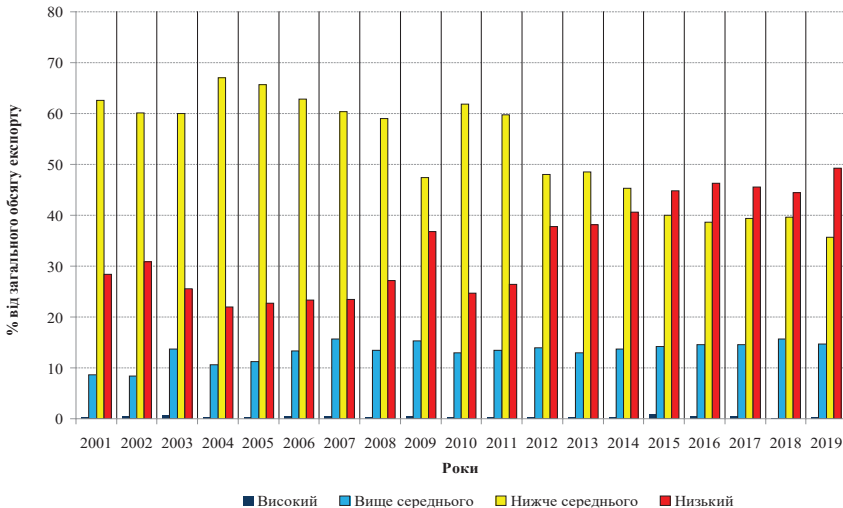


Рис. 4.7. Динаміка зміни обсягів експорту продукції України до ЄС за рівнем технологічності (2001–2019), %

Розраховано за [381]

У той же час у структурі поставок продукції з ЄС в Україну (рис. 4.8) за двадцять років домінували товари з рівнем технологічності вище середнього (35–50%) та нижче середнього (25–34%). У 2014 і 2015 рр. переважали товари з рівнем технологічності нижче середнього. При цьому імпорт високотехнологічних товарів залишався на досить високому рівні (6–11% від загального обсягу).

За технологічним складником торгівлі з ЄС Україна виступає експортером переважно сировинної продукції з низькою доданою вартістю та імпортером технологічної готової продукції з вищою доданою вартістю. Така ситуація, коли експорт характеризується

низькою технологічністю, а в імпорті навпаки переважають високотехнологічні товари, призводить до технологічної залежності від ЄС і інших країн та поглиблення структурних диспропорцій в економіці України. Технологічна відсталість вітчизняних підприємств, неефективне інституціональне забезпечення міжнародного співробітництва створює серйозні загрози безпеці споживання зокрема її науково-технічному складнику.

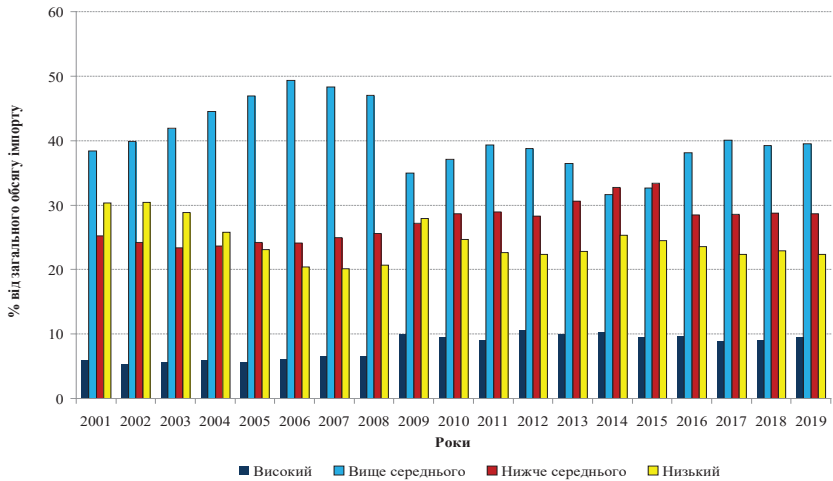


Рис. 4.8. Динаміка зміни обсягів імпорту продукції з ЄС до України за рівнем технологічності (2001–2019), %
Розраховано за [381]

Окрім оцінювання кількісних характеристик зовнішньої торгівлі проаналізуємо якісні індикатори, які дозволять ідентифікувати загрози безпеці споживання та встановити напрями розвитку торгівлі з країнами ЄС.

Значення індексів RCA (додаток Т, табл. Т2, Т3), розрахованих для основних товарних груп ТНЗЕД за 2019 р. (рис. 4.9), підтвер-

джують раніше встановлені висновки щодо наявності в Україні порівняльних переваг у виробництві та експорті в ЄС товарів III (жири та олії тваринного або рослинного походження, $RCA=1,57$), II (продукти рослинного походження, $RCA=0,94$), IX (деревина і вироби з деревини, $RCA=0,89$), XV (недорогоцінні метали та вироби з них, $RCA=0,57$), V (мінеральні продукти, $RCA=0,30$) та XX (різні промислові товари, $RCA=0,20$) груп.

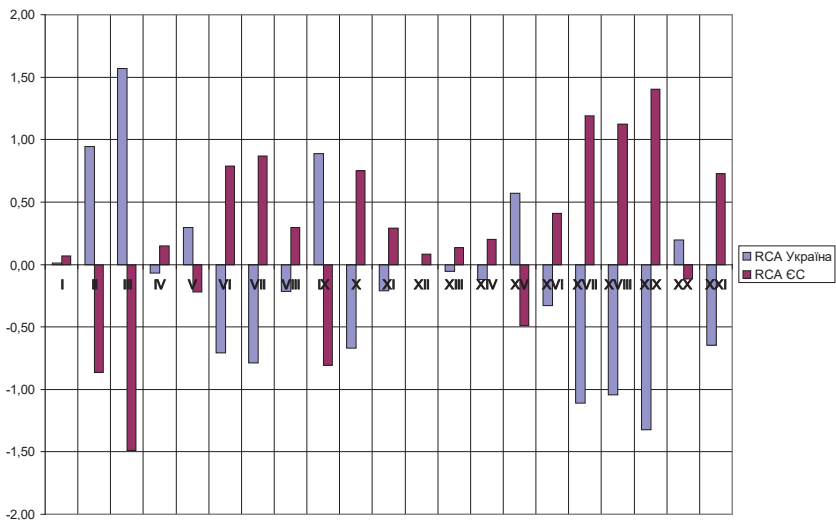


Рис. 4.9. Значення індексу виявленої порівняльної переваги (RCA) для основних товарних груп ТНЗЕД для України та країн-членів ЄС (2019)

Розраховано за [376]

Підприємства країн-членів ЄС мають порівняльні переваги у виробництві та експорті товарів XIX (зброя, боеприпаси; їх частини та приладдя, $RCA=1,40$), XVII (засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби, $RCA=1,19$), XVIII (прилади та апарати

оптичні, фотографічні, $RCA=1,12$), VII (полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них, $RCA=0,87$), VI (продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, $RCA=0,79$) та X (маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів, $RCA=0,75$) груп. Експортний портфель країн ЄС значно диверсифікованіший, адже вони володіють порівняльною перевагою за всіма групами товарів УКТЗЕД, окрім шести (див. рис. 4.9). Позитивним для України є те, що зберігається відносна порівняльна перевага над європейськими у таких найважливіших позиціях як: зернові культури, олія та жири, руди, чорні метали, проте ще раз підтверджує переважання сировинних товарів.

Для оцінки подібності товарної номенклатури експорту і встановлення вірогідності потенційної конкурентності у світовій торгівлі, розрахуємо індекс подібності експорту України та ЄС (див. додаток Т, табл. Т4). До 2015 р. ESI коливався в інтервалі 51,17–59,07% із тенденцією до зростання (рис. 4.10), що свідчило про наявність конкуренції за певними товарними позиціями при появі на одних і тих самих зовнішніх ринках. Оскільки під час розрахунку індексу не враховується ціна та якість товару, фізичний обсяг експорту, подібність експорту визначається лише на основі його структури для України та країн ЄС. Починаючи з 2012 р. після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС індекс подібності експорту поступово зменшувався до значення 44,49% у 2019 р. Це може бути пояснено зниженням конкурентоспроможності українських підприємств і товарів, їх невідповідністю очікуванням від товарів, які відповідають європейським вимогам, та зосередженням експортного портфелю України на продукції металургії та сільського господарства.

Аналіз подібності експорту України та ЄС доповнимо оцінкою комплементарності торгівлі з урахуванням товарної специфіки експорту та імпорту. Індекс комплементарності також застосовується для оцінки потенціалу двосторонньої торгівлі та виявлення вмотивованості країни-партнера у товарній номенклатурі, яка виробляється та експортується вітчизняними підприємствами [147, с. 102].

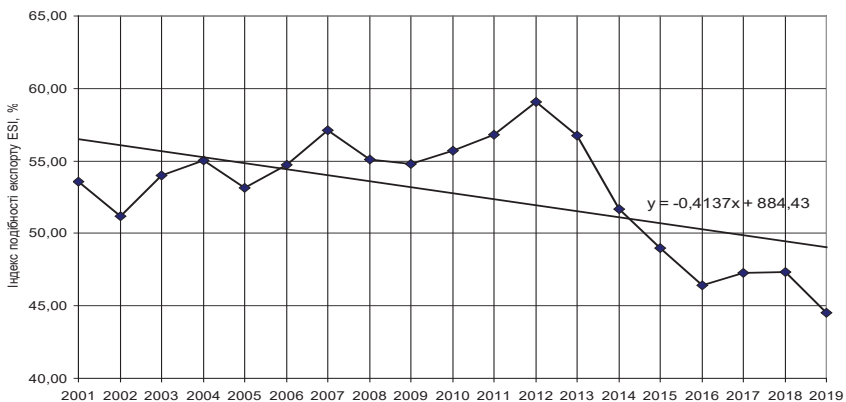


Рис. 4.10. Динаміка зміни індексу подібності експорту (ESI) України та країн-членів ЄС (2001–2019), %

Розраховано за [376]

Розрахунки (додаток Т, табл. Т5, Т6, рис. 4.11) свідчать, що експорт України у перше десятиріччя все більше відповідав очікуванням європейських партнерів (зростання кривої ESI), і починаючи з 2011 р. (ESI = 64,25%) щороку все менше відповідав потребам європейських імпортерів (у 2019 р. ESI = 50,20%). Зворотній індекс компліментарності, який відображає відповідність імпортного портфелю України експортному портфелю ЄС досягав істотного значення, коливався в діапазоні ESI = 83,56–88,86 %, із незначними спадами у кризові роки (2005; 2009; 2014–2015 рр.). Середнє значення компліментарності імпорту значно вище компліментарності експорту, що свідчить про більшу відповідність європейських товарів потребам українських споживачів і підтверджується зростанням частки імпорту з ЄС у загальному обсязі імпорту України. Така тенденція, з одного боку, позитивно впливає на безпеку споживання, оскільки товари, що надходять з країн-членів ЄС відповідають єдиними вимогам щодо безпечності для людини та довкілля, а з іншого має негативний

ефект через залежність української економіки від європейських виробників за певними групами товарів.

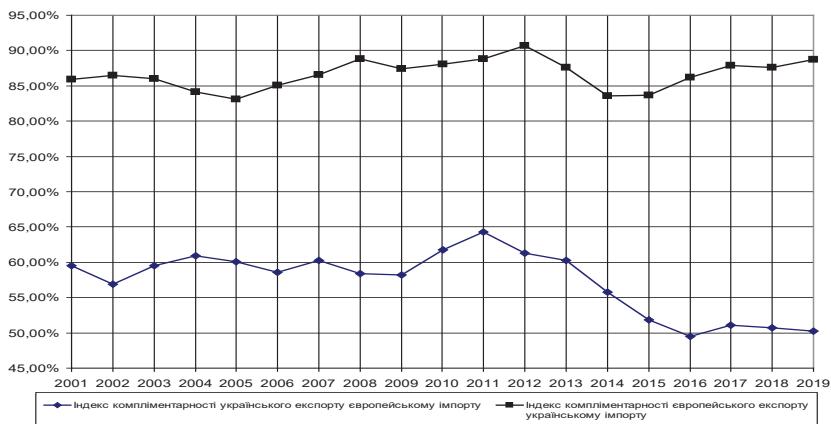


Рис. 4.11. Динаміка зміни індексів компліментарності (ТСІ) зовнішньої торгівлі України та ЄС (2001–2019), %

Розраховано за [376]

Від’ємне значення індексу торгової спеціалізації (TSI, рис. 4.12), який показує взаємну компаративну конкурентоспроможність товарів України та ЄС в процесі двосторонньої торгівлі, свідчить про нездатність реалізації конкурентних переваг або про їх повну відсутність. Негативна тенденція також підтверджується динамікою зміни індексу внутрігалузевої торгівлі (ІТ) (див. рис. 12), значення якого протягом 2001–2019 рр. коливалось у діапазоні 0,39–0,49 за максимального значення 1.

Позитивні зміни у зовнішній торгівлі між Україною та ЄС, особливо обумовлені підписанням Угоди про асоціацію, супроводжуються негативними тенденціями, які загрожують економічній безпеці та безпеці споживання України:

- негативне сальдо зовнішньої торгівлі з ЄС і зростання європейського імпорту;
- низький рівень показника покриття експортом імпорту, висока частка високотехнологічної продукції в структурі імпорту та висока частка сировинних товарів з низьким рівнем технологічності в структурі експорту, що шкідливе для екологічного та економічного складника безпеки споживання.

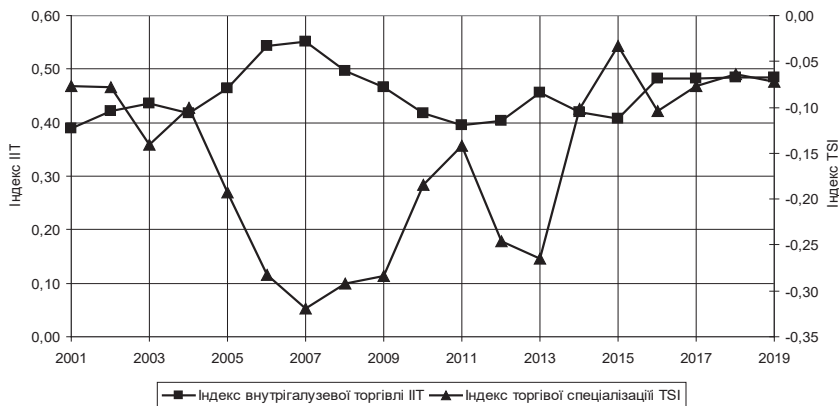


Рис. 4.12. Динаміка взаємозалежності внутрішньогалузевої торгівлі та торгової спеціалізації України й ЄС (2001–2019)

Розраховано за [376]

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 її подолання 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. До того ж технічні обмеження у вигляді технічного регулювання, санітарно-гігієнічних норм і стандартів якості та безпеки, правил пакування та маркування сприяють зростанню добробуту населення за рахунок більш високої якості товарів, що є цінністю для споживачів [382, с. 19].

На основі того, що система технічного регулювання ЄС забезпечує вільний обіг товарів та обмежує адміністративне втручання в господарську діяльність підприємств, у країнах-членах ЄС запроваджено практику декларування відповідності. 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. Сама декларація як документ не реєструється, оскільки результатом процесу підтвердження відповідності є надання права виробнику маркувати свою продукцію знаком СЕ (Conformité Européenne, Європейська відповідність).

Незважаючи на переваги самостійного декларування відповідності технічним регламентам для споживачів, підприємств, держави (див. п. 2.2), зараз у вітчизняних умовах існують вагомні перешкоди до його впровадження.

По-перше, це недосконалість інституціонального базису (табл. 4.2).

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

Таблиця 4.2

Інституціональне забезпечення технічного регулювання в Україні

№ п/п	Назва документа / інституції	Дата прийняття	Сутність
1	2	3	4
1	Законодавчі акти та нормативно-регламентні 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, у тому числі добровільного, 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
1.4	Закон України «Про метрологію та метрологічну діяльність»	05.06.2014 р.	Регулює відносини, що виникають у процесі провадження метрологічної діяльності
1.5	Постанова КМУ № 95 «Про затвердження модуль оцінки відповідності, які використовуються для розроблення процедур оцінки відповідності, та правил використання модуль 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»)	Стандарт-центр	Забезпечення функціонування та розвитку національної системи стандартизації, розроблення та експертиза стандартів, гармонізація національних стандартів з міжнародними та європейськими

Продовження таблиці 4.2

1	2	3	4
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		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	Оцінювання відповідності	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
2.9	Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів	Ринкові нагляди	Реалізує державну політику у галузі ветеринарної медицини, сферах безпеки та окремих показників якості харчових продуктів, карантину та захисту рослин, санітарного законодавства, метрологічного нагляду тощо

Складено автором

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 непідписання 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.

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. 4.13), 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

Розділ 4. Впровадження організаційно-інституціональних засад забезпечення споживання в підприємницьку діяльність на сучасному етапі євроінтеграції України

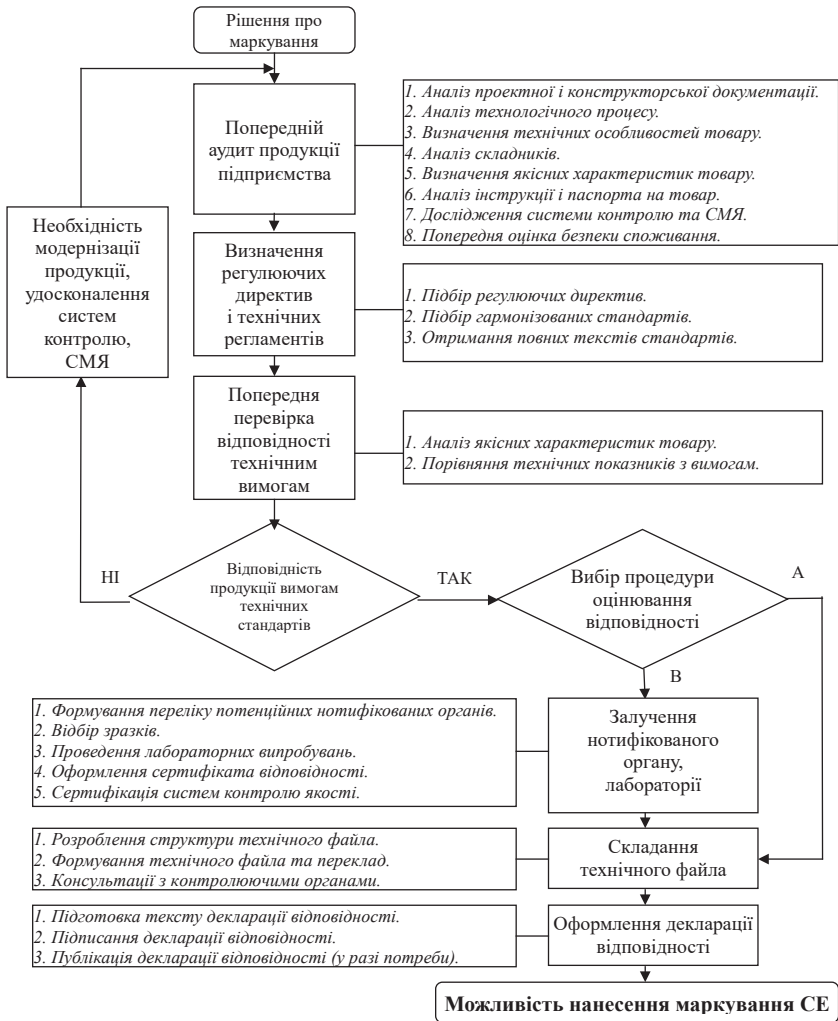


Рис. 4.13. Структурно-функціональна схема «Дорожньої карти» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками

Розроблено автором

має сприяти розроблена «Дорожня карта» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками, а також впровадження заходів ЗБС в підприємницьку діяльність.

4.2. Обґрунтування пріоритетів забезпечення безпеки споживання в підприємницькій діяльності

Імплементація 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 недавно. 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 забезпечення 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, ураховувати зміну спожив-

вчих 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 маркетингового 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 [285, с. 479].

Філософія маркетингу і концепція TQM близькі [383, 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 [384, 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. 4.14). 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 наглядним та потребує розроблення рекомендацій щодо ефективного їх використання.

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 [44].

Розділ 4. Впровадження організаційно-інституціональних засад забезпечення споживання в підприємницьку діяльність на сучасному етапі євроінтеграції України

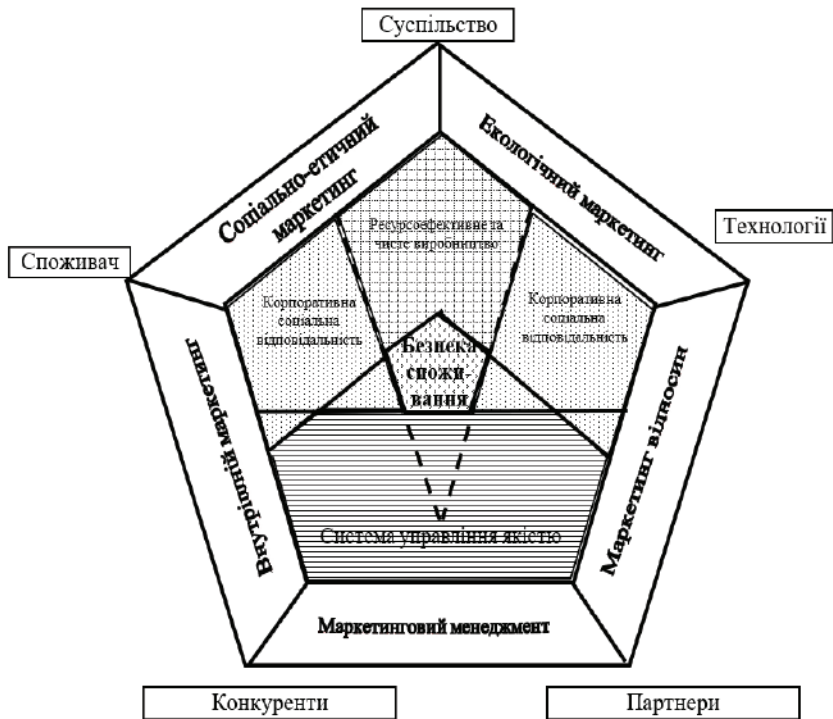


Рис. 4.14. Структура взаємозв'язків напрямів забезпечення безпеки споживання на підприємстві

Розроблено автором

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності, на думку О. Грішної [50], сприяє:

- оцадливого споживання (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 [48; 49]. 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, безпечне, а з ним стале споживання можуть стати етапом соціально-відповідального споживання.

У наукових працях і в практичній діяльності розрізняються два види соціальної відповідальності бізнесу [385]:

– 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,

підприємств, 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. 4.14), 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 [386, с. 224].

У контексті сучасних концепцій маркетингу К. Белявська до компонент КСВ зараховує [387, 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; заборона 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 [388, с. 200]. Залежно від діяльності підприємства його КСВ має будуватися на певних принципах (табл. 4.3).

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 статуетки 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 брэнда [389, с. 334].

Таблиця 4.3

Принципи соціально відповідальної діяльності підприємств в галузевому контексті

№ з/п	Галузь	Принципи КСВ
1.	Виробництво тютюнової продукції	Маркетинг має бути спрямований лише на дорослу аудиторію 20+; заборона рекламувати продукцію неповнолітнім, використовувати канали комунікації, основною аудиторією яких є неповнолітні, і розміщувати рекламу в закладах освіти; 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; заборона використання в рекламних кампаніях відомих особистостей, оскільки така реклама викликає асоціацію з успішним життям; обов'язкове вказування на негативний вплив паління на здоров'я на упаковках від сигарет
2.	Виробництво алкогольної продукції	Інформування споживачів про ризики, з якими вони можуть зустрітись після вживання алкогольних напоїв; зобов'язання не спрямовувати свою комерційну комунікацію на неповнолітніх осіб; заборона розміщення реклами алкогольної продукції у джерелах, переважно більшість аудиторії яких (більше 70%) складають повнолітні особи; заборона асоціювати споживання продукції з особистим або професійним успіхом
3.	Фармацевтична галузь	Відповідальне ставлення до рекламування власної продукції та інформування споживачів. Основною цільовою аудиторією, на яку спрямовуються маркетингові бюджети, є лікарі; 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); 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
4.	Виробництво продукції масового споживання	Відповідність продукції стандартам якості; зобов'язання не рекламувати свою продукцію дітям; заборона використання у маркетингових комунікаціях героїв мультфільмів, а також використання реклами у медіа, основною аудиторією яких є діти

Складено за [395]

На вітчизняних підприємствах, які є філіями іноземних компаній чи великими холдингами («Мегінвест», «ДТЕК», «Приват», «1+1» [390]), 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 [391, с. 307; 392, с. 215] (див. рис. 4.14).

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 [394].

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 врахувати все, що відбувається у сфері державного управління), громадські організації, місцева громада, суспільство в цілому, внутрішні контактні аудиторії (персонал фірми, добровільні помічники, управління, члени ради директорів) [395, с.111–113]. Для нашого дослідження вважаємо за доцільне зупинитися на контактних аудиторіях з безпосереднім впливом на безпеку споживання (табл. 4.4).

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

Таблиця 4.4

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 на громадянській відповідальності, чесності, взаємній довірі, принципів 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	Прибутток; контроль за менеджерами всіх рівнів; соціально-моральна роль підприємства; моральний характер ведення бізнесу.
	Клієнти	Виробництво якісної продукції; гарантія 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.
зовнішні	Державні установи	Легальність, прозорість сплати податків; інвестування в економіку, формування зовнішнього оточення з рівним 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 освіту, медичні, соціально-культурні заклади); підтримка молодіжних проектів та ініціатив; сприяння економічному розвитку регіону. Збалансування екологічних інтересів.

Розроблено автором

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 [396, с. 243–244]. На наш погляд, існують інші негативні тенденції розвитку КСВ в Україні.

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 [397] 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 дотри-

мання 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 [397].

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 [397]. 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 [398]. 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 [399], 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 [400–402].

До основних мотивів сертифікації СУЯ [401] 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 через 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 [401] 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'юнктурні 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. 4.5). Припускаємо, що перший етап охоплює виконання більшості з маркетингових функцій. Подібний підхід щодо місця маркетингу в процесі забезпечення якості на підприємстві зустрічаємо в праці [403], 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 зацікавлені суб'єкти споживання, тоді викликає сумнів коректність цього. Тому важливою постає роль вищого менеджменту, який повинен стати максимально відповідальним щодо споживача продукції.

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. 4.14). 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, урахування особливостей яких набуває

домінантного 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. 4.14).

Механізми мотивування та стимулювання працівників детально розроблені в межах відповідних дисциплін, тому зупинимось 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» [404, с. 454]. Основні учасники внутрішнього маркетингу охоплюють [405, с. 450] операційний та контактний персонал, відділ маркетингу та їх керівників. Наведене

Таблиця 4.5

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	Стрияння поширено 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. Стрияння налагодженню маркетингової взаємодії в межах відповідної стратегії.	Сприяння поширенню навичок сталого, безпечного споживання
10	Технічна допомога та обслуговування	Підтримання зворотного зв'язку	
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

визначення фахівців Британської школи маркетингу [406, 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 [407], є подібним до одного з основних положень функціонування СУА.

Втім, вкажемо на меншу важливість положення американських шкіл маркетингу послуг та маркетинг-менеджменту («ставлення до працівника як до клієнта» [406, 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 [34, с. 21]; роль працівників, які беруть участь у процесі маркетингу, але працюють за межами маркетингового відділу – «маркетологи за сумісництвом» [408, 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 [409, с. 285], первинність орієнтації на високі стандарти якості обслуговування [410, 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 [411, с. 58]. Таким чином, успіх підприємства на ринку залежить від взаємоузгодженості низки стратегій та тактик: «корпоративна стратегія – маркетингова стратегія – маркетинговий план – стратегія внутрішнього маркетингу» [410, 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. 4.14), принципи та положення щодо якої зустрічаємо і в СУЯ, і в КСВ, вважаємо за доцільне реалізовувати 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 забезпечення 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 [412, 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. 4.14). 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 ефективно 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 (RMC²)) 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 [413].

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 [414, с. 54–56].

Економію природних ресурсів у виробництві досліджують за двома напрямками [415, 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 методикку пошуку балансу між екологічним впливом та економічною стабільністю підприємства. Поєднання екологічної ефективності виробництва з економічним зростанням підприємства є основною ідеєю РЕЧВ (рис. 4.15).

В Україні основні засади ресурсоефективного та більш чистого виробництва закладено експертами промислової програми ООН – ЮНІДО [417]. У Національній академії наук України розроблено проект Національної концепції впровадження та розвитку екологічно чистого виробництва в Україні [418]. Незважаючи на це, розроблення Концепції ресурсоефективного та більш чистого виробництва, яка відповідає нормативним засадам [419], 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 [415].

Ступінь забруднення навколишнього середовища безпосередньо пов'язаний з рівнем промислового виробництва у певному регіоні. Східні регіони України залишаються найбільш



Рис. 4.15. Концептуальна схема послідовності впровадження РЕЧВ на підприємстві

Складено за [416]

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 [417].

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 загальноукраїн-

ських 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. 4.6).

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 [420].

До того ж невіршеними 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.

Невіршеним 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 сприйняття 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.

Таблиця 4.6

**Обсяги витрат на охорону навколишнього середовища
за джерелами фінансування та регіонами (2018), 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 [421]

(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. У стандартах запропоновані підходи до розроблення і реалізації екологічної політики та наведено приклади неналежних практик (узагальненість, формальність, популізм, незрозумілість 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 [422].

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 [282]. 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 майбутніх 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 екологічного складника на всіх аспектах діяльності [423].

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.

4.3. Модернізація ринкової інфраструктури підприємництва України з орієнтацією на безпеку споживання

На забезпечення споживання товарів (послуг) істотно впливає діяльність не лише підприємств-виробників, а й ринкових посередників, залучених до стадій розподілу і обміну в процесі суспільного відтворення. Як суб'єкти господарювання представники ринкової інфраструктури в своїй діяльності керуються тими самими мотивами, як і виробники (див. п. 4.3). Отже, від загальної філософії їх діяльності залежить ступінь спрямованості на забезпечення споживання. І хоча виробники (зокрема великі підприємства) можуть достатньо успішно виконувати відповідні функції самостійно, втім порівняна економічна вигода посередництва, аутсорсингу, консалтингу як для великих, так і для середніх та малих підприємств обумовлює доцільність використання послуг сторонніх організацій. Отже, доцільним є визначення особливостей розроблення та виконання завдань забезпечення споживання представниками ринкової інфраструктури підприємництва, які безпосередньо контактують із кінцевими споживачами (маркетингу, логістики торгівлі).

На безпеку споживання суттєво впливають особливості купівлі товару, місце та час, що обумовлює необхідність аналізу тенденцій розвитку торгівлі в Україні. Зазначимо, що частка доданої вартості, що формується у сфері оптової та роздрібною торгівлі, складає більше 16%, частка зайнятого населення – близько 26%, а частка

реалізованої продукції у загальному обсязі досягає 38%, що доводить значення торгівлі як суспільно важливого сегмента національної економіки [424]. Інтенсивний розвиток цієї сфери діяльності супроводжується суттєвими структурними трансформаціями та протиріччями і створює загрози безпеці споживання. Кількісні та якісні перетворення в торгівлі відбуваються під впливом низки факторів: купівельної спроможності населення, рівня товарозабезпечення, рівня матеріально-технічного розвитку підприємств-виробників, інституціонального базису та можливості доступу на ринок зарубіжних товарів (послуг), а також рівня концентрації і конкуренції.

Одним із ключових показників діяльності підприємств роздрібною торгівлі є роздрібний товарообіг, який визначає фінансовий стан підприємств, задоволення купівельного попиту, а також рівень витрат обігу, валового доходу й одержаного прибутку. Показники роздрібною торгівлі в Україні за 2010–2017 рр. свідчать про щорічне зростання роздрібного товарообігу (рис. 4.16, крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) як у спеціалізованих і неспеціалізованих магазинах продовольчими та непродовольчими товарами, так і поза магазинами, з лотків на ринках.

Динаміка обороту роздрібною торгівлі (рис. 4.17), маючи позитивні тенденції в абсолютних показниках, демонструє спад відповідно до кризових явищ.

Ключовим індикатором розвитку роздрібною торгівлі є індекс фізичного обсягу роздрібного товарообігу, який характеризує вплив зміни обсягу продажу товарів на динаміку товарообігу. Цей показник опосередковано відображає купівельну спроможність населення, рівень збалансування попиту та пропозиції на споживчі товари за ціновими і кількісними параметрами, а відтак, соціально-економічне становище країни й окремих регіонів. Зниження індексу фізичного обсягу роздрібною торгівлі в Україні (рис. 4.18) у 2007–2009 рр. та 2012–2015 рр. стало наслідком

девальвації гривні та спричинило зниження купівельної спроможності потенційних споживачів продукції, що підтверджується зростанням частки продовольчих товарів у роздрібному товарообігу країни у 2009 та 2015 рр. Економічна стабілізація та зниження рівня інфляції у 2010–2012 рр. та у 2016–2019 рр. сприяли покращенню соціально-економічного становища країни, індикатором якого стало збільшення індексу фізичного обсягу роздрібної торгівлі у 2016–2019 рр. [429].

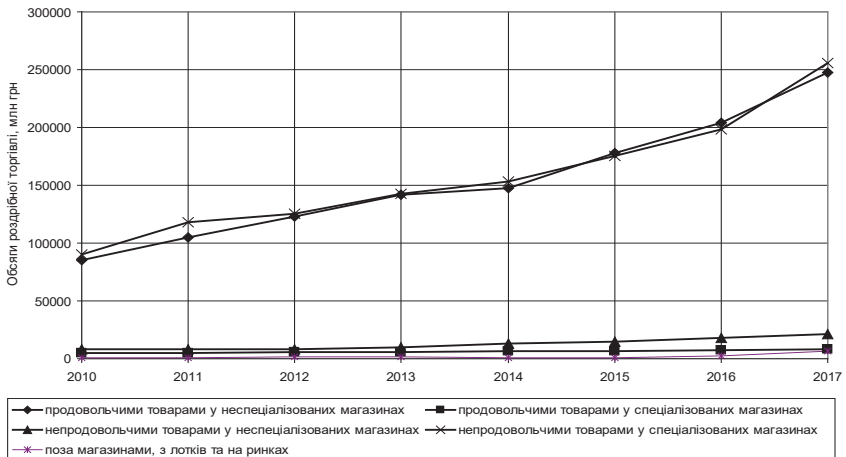


Рис. 4.16. Динаміка товарообігу підприємств роздрібної торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) в Україні (2010–2017), млн грн

Складено автором за [425–428]

Основними об'єктами роздрібної торговельної мережі є магазини та напівстаціонарні об'єкти торгівлі (займають окреме приміщення легкої конструкції, кіоски, ятки тощо), кількість яких за останнє десятиріччя зменшилась (рис. 4.19), при цьому кількість

магазинів почала істотно скорочуватись починаючи з 2014 р., а об'єктів напівстаціонарної торгівлі поступово з 2008 р. Слід підкреслити інтенсифікацію скорочення роздрібною торговельною мережі у сільській місцевості (рис. 4.20), що свідчить про погіршення розвитку внутрішнього споживчого ринку та якості життя населення, а отже зменшення інвестиційної привабливості сільських поселень, підвищення рівня їх депресивності.

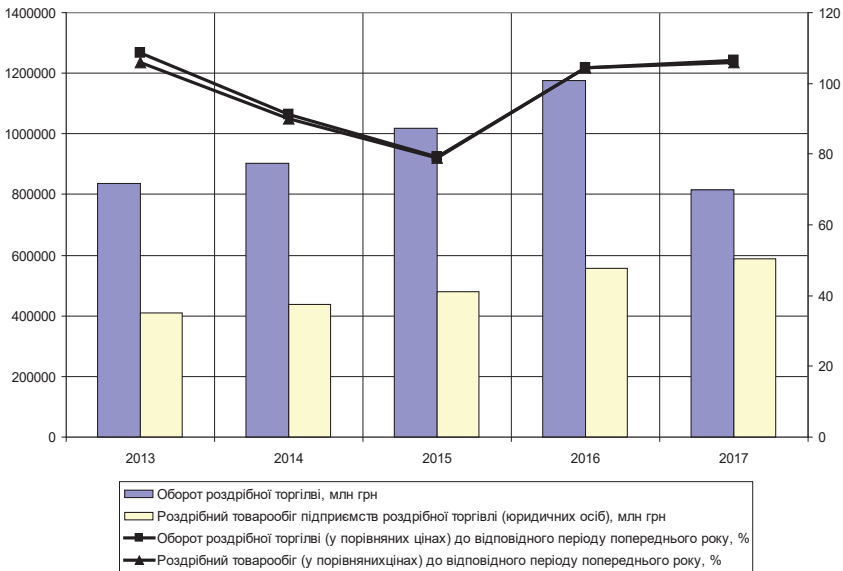


Рис. 4.17. Динаміка обороту роздрібною торгівлі (2013–2017)
Складено автором за [425–428]

Досліджуючи тенденції розвитку роздрібною торговельною мережі України, варто окремо проаналізувати показники діяльності підприємств, що торгують продовольчими і непродовольчими товарами [427, 428].

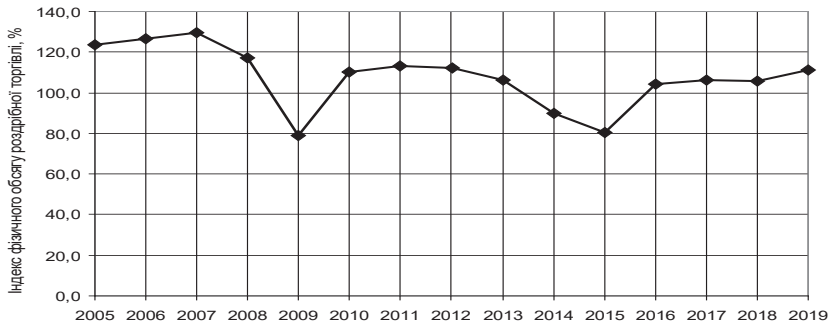


Рис. 4.18. Динаміка зміни індексу фізичного обсягу роздрібної торгівлі (2005–2019), %

Складено за [430]

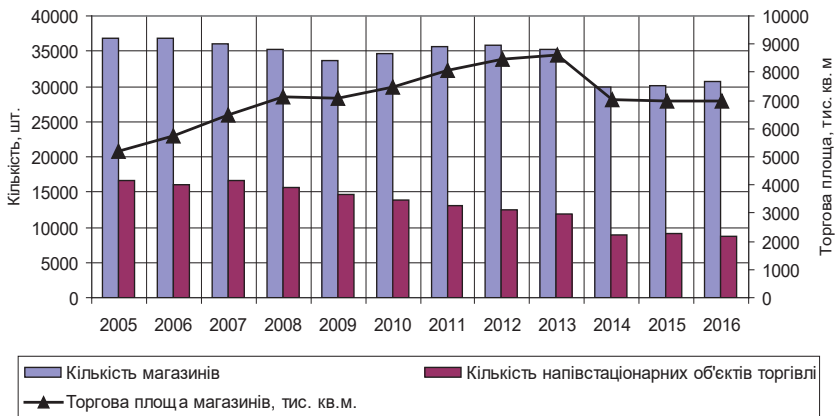


Рис. 4.19. Динаміка зміни кількості об'єктів торгівлі та торгових площ у міських поселеннях (2005–2016)

Складено за [425–428]

Розділ 4. Впровадження організаційно-інституціональних засад забезпечення споживання в підприємницьку діяльність на сучасному етапі євроінтеграції України

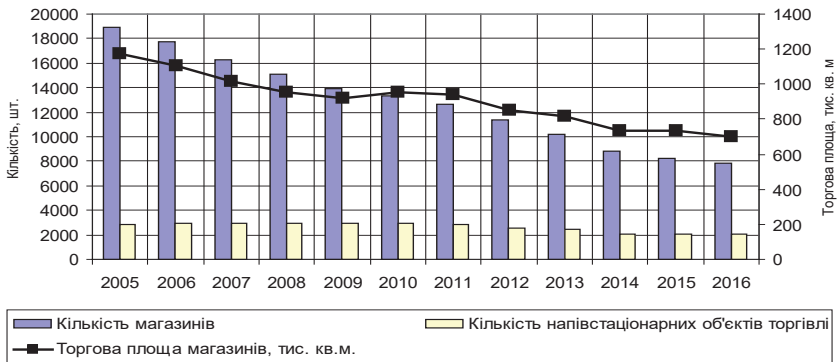


Рис. 4.20. Динаміка зміни кількості об'єктів торгівлі та торговельної площі у сільській місцевості (2005–2016)

Складено за [425–428]

Спостерігається зменшення загальної кількості спеціалізованих і неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари та зменшення їх торговельної площі. Напротивагу цій ситуації, зросла кількість супермаркетів та універсамів, їх торговельна площа. Це становить істотні загрози для безпеки споживання через споживачам з боку окремих торговельних мереж вузького асортименту товарів, реалізація яких є економічно вигіднішою, не зважаючи на якісні та безпекові характеристики. З появою нових універмагів за останні десять років їх торговельна площа збільшилась майже у десять разів. Кількість спеціалізованих непродовольчих магазинів знизилась на 12,9%, хоча їх торговельна площа залишилась незмінною, що свідчить про їх укрупнення [431].

Ключовим аспектом дослідження структури товарообігу є встановлення частки споживчих товарів, вироблених на території України (рис. 4.21), що дозволяє оцінити експансію імпорتنих товарів та виявити ті галузі (сфери діяльності), які неспроможні

задовольнити внутрішній попит конкурентоспроможною вітчизняною продукцією [432, с. 146; 433, с. 43].

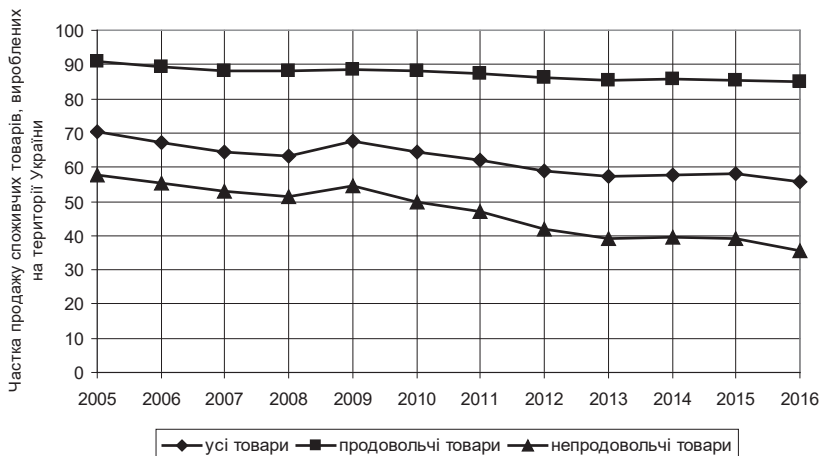


Рис. 4.21. Динаміки зміни частки продажу через торговельну мережу споживчих товарів, які виробляються на території України (2005–2016), %

Складено за [432, с. 147]

Слід відзначити тенденцію до зростання частки імпортової продукції на внутрішньому ринку України: якщо в 2005 р. частка виготовлених в Україні товарів становила 70,5 %, то в 2016 р. – лише 55,8%. Це свідчить про те, що практично половина товарів, яка реалізується на внутрішньому ринку України, є продукцією іноземного походження. Частка продовольчих товарів вітчизняного виробництва за 2005–2016 р. зменшилася лише на 6,4%, однак ситуація, яка склалася з непродовольчими товарами, вказує на надкритичний рівень імпортової залежності за окремими товарними позиціями. Частка непродовольчих товарів, які вироблені на тери-

торії України, в 2005 р. становила 57,6%, поступово зменшуючись щорічно і досягнувши 35,6% у 2016 р. [432, с. 146]. Це підтверджує доведену в підрозділі 4.1 тісну залежність внутрішнього ринку від імпорту, що створює істотну загрозу безпеці споживання.

Таким чином, результати аналізу розвитку внутрішньої торгівлі в Україні в контексті ЗБС свідчать, що на фоні її позитивної динаміки існують тенденції, які можуть чинити загрози БС, як-то: підвищення імпортозалежності з країн-членів ЄС, зменшення кількості точок торгівлі в сільській місцевості, укрупнення магазинів, зростання торговельних мереж у містах. Вітчизняним суб'єктам господарювання, залученим до сфери торгівлі з метою ЗБС, а отже, підвищенню власної конкурентоспроможності та своєї продукції на внутрішньому й зовнішньому ринках необхідно: залучатися до розроблення та імплементації сучасних заходів забезпечення безпеки (в межах нашого дослідження – в першу чергу БС), соціально відповідально ставитись до планування діяльності щодо відносин із споживачем (наприклад, з приводу формування асортименту через задоволення вимог інклюзивності та диференційованого підходу до вибору партнерів, надавати перевагу вітчизняним виробникам і посередникам тощо), робити компроміс між власними короткостроковими цілями на користь менш прибуткових довгострокових цілей суспільства та людства на засадах імплементації принципів корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку, що сприятиме формуванню довгострокових конкурентних переваг, зміцненню ринкових позицій, підвищенню лояльності споживачів.

Для маркетингової діяльності вдосконалення системи заходів із забезпечення споживання з боку суб'єктів господарювання актуалізує дослідження маркетингової інфраструктури підприємництва (МІП), до якої можна зарахувати різні види маркетингової діяльності (рис. 4.22), які сприяють поліпшенню ринкових позицій підприємств.

Функціональні складники маркетингової інфраструктури підприємництва можна розкрити через такі напрями (рис. 4.23):

- маркетинг в межах функціонування інфраструктури підтримки підприємництва, де його завдання полягають у визначенні та забезпеченні потреб суб'єктів підприємництва (насамперед малих та середніх) в інформаційних, консультаційних, інших послугах; сприянні ефективній реалізації державних і регіональних програм розвитку підприємництва, а також поширенню маркетингової філософії;

- інфраструктура реалізації маркетингових функцій (маркетинговий аутсорсинг, маркетингове посередництво), яка займається: проведенням маркетингових досліджень, консалтингом; розробленням маркетингових комунікацій (рекламні, PR, копірайт-, event-агенції, виробництво маркетингової продукції (сувеніри, дизайн)); виставковою діяльністю;

- маркетингова інфраструктура підтримки інноваційного розвитку, яка відповідає за маркетингове забезпечення діяльності організацій, що сприяють інноваційному розвитку регіону, країни, у тому числі шляхом участі у міжнародному 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



Рис. 4.22. Функціональна побудова маркетингової інфраструктури підприємництва

Розроблено автором

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 загрозовими видаються комунікаційні заходи: відкриті (реклама, ПР, стимулювання збуту, особистий продаж або директ-маркетинг) та приховані (брендинг, спонсоринг, продукт-плейсмент). Загрозою, насамперед, є те, що комунікації не лише інформують та стимулюють, а й керують поведінкою споживачів



Рис. 4.23. Маркетингова інфраструктура підприємництва

Розроблено автором

через формування потреб з урахуванням психологічних особливостей споживчого сприйняття, ставлення до товару.

Вбачаючи ймовірний позитивний вплив маркетингу на безпеку споживання завдяки сприянню формуванню відповідних споживчих звичок, доцільно визначити проблеми забезпечення ринкової діяльності підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності, обумовлені неефективністю маркетингових заходів, а саме:

- неефективністю організації маркетингової діяльності через: невідповідність організаційної структури підприємства та маркетингового підрозділу цілям і завданням діяльності; нерозуміння керівництвом принципів маркетингу та його місця в системі управ-

ління підприємством (зосередженість лише на збутових методах, комунікаційному складникові, невірне використання результатів маркетингових досліджень); несприяття або протистояння співробітників впровадженню та виконанню маркетингових програм;

– недостатньою ефективністю 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 моментів, а також поліпшення кваліфікації персоналу). Це може бути наслідком неправильного формулювання стратегічних цілей і завдань, встановлення відповідності між ними і ресурсним забезпеченням.

В контексті забезпечення безпеки споживання потребує уваги логістика як невід’ємний складник процесу задоволення потреб споживачів. 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»: швидкокопсувні 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) [434, 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 [435, 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 [436]. За кластерної моделі логістики [437, 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 забезпечення економічного простору за рахунок поліпшення якості його підсистем та елементів, а в їх межах – компонентів та їх структури [438].

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. 4.7); 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.

У межах предмета дослідження зазначимо, що безпека логістики і логістичне забезпечення споживання ускладнюється багатокомпонентністю логістичних систем.

Таблиця 4.7

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 [439, с. 221]

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). 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 [438].

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 прилеглий 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 [440].

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 [441]), води, продовольства, фармацевтичної продукції.

По-третє, ризики логістичного забезпечення безпеки споживання існують на різних етапах логістичного процесу: транспортування, зберігання, завантаження, розвантаження, передачі-приймання, сортування, 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 [442]. 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 [443].

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 проєктів із захисту навколишнього середовища [444].

Розглянуті напрями істотно відрізняються від усталених тенденцій розвитку логістики в Україні [445]: 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; нерозвиненість 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 [445].

Виходячи з викладеного, зробимо висновок, що для подолання загроз безпеці логістики та логістичного забезпечення 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 недостач); несумлінності працівників (експедиторів і комірників);

- вирішити комплекс організаційних і правових завдань для створення ефективної інформаційної системи реагування на дії викрадачів, заснованої 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. Формування заходів забезпечення споживання товарів (послуг) в електронній торгівлі в умовах глобалізації

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 [446–449], 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 [450]. Безпека в Інтернеті, відсутність захисту споживачів стали системними проблемами розвитку електронної комерції [447], а отже загрозами безпеці споживання.

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 [454].

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 [455]. 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 роздрібною торгівлі випереджатимуть темпи зростання традиційних форм, що призведе до збільшення частки онлайн-продажів у загальному обсязі світової роздрібною торгівлі з 8,7% у 2016 р. та 10,1% у 2017 р. до 15,5% у 2021 р. (рис. 4.24). 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%) [456]. Інші країни світу забезпечували лише 14,8% онлайн-роздрібною товарообігу.

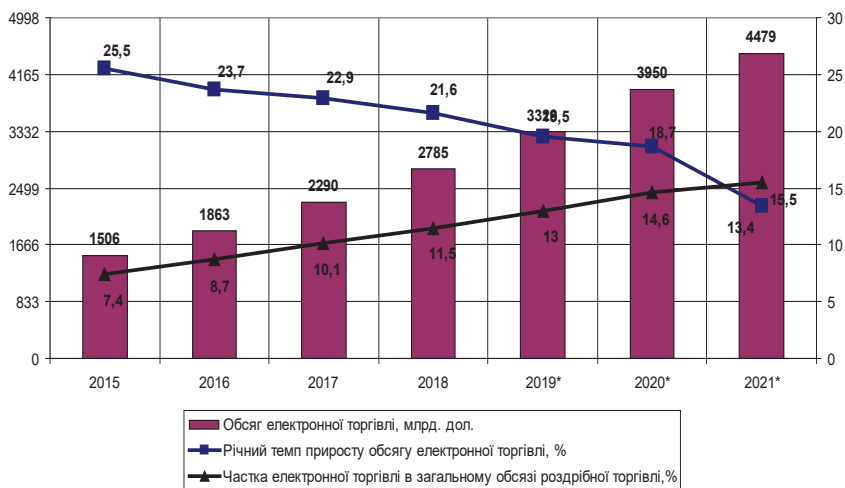


Рис. 4.24. Динаміка розвитку світової роздрібною електронної торгівлі

Розраховано за [455; 456]

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.

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. 4.8.

Таблиця 4.8

Динаміка показників розвитку електронної торгівлі ЄС та України (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
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 [455; 458; 460–464]

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 [457].

Важливою тенденцією є те, що темпи зростання розвинутих ринків знижуються, у той час як значні темпи властиві Азійському та Східно-Європейському ринкам, на останньому з яких за показниками зростання Україна займає одне з перших місць. Як бачимо з даних табл. 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), «супер-маркет + маркетплейс» (Rozetka.com, Lamoda.ua).

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 % [454]) 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 логістичного складника, 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 [447; 449; 450; 463–468], 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 [465]. Як свідчать дослідження [469], 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 [465], насамперед повинна стати інформаційна система. Як вважають експерти А. Павлов, А. Колосов [470], 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 [471]. За М. Новожиловою [472], 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 [473, 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» [464]) можна виокремити такі [446; 449; 463; 475; 476]:

– відсутність інформації про продавця та порядок подання претензій у разі їх виникнення, ігнорування відповідних вимог, що пов'язано із географічною віддаленістю між одержувачем і поставальником, 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, проведена за допомогою телекомунікаційних мереж, дійсною вважається головною у регулюванні електронної комерції в контексті її економічної безпеки [472]. Більшість нормативних актів з електронної торгівлі передбачає, що Інтернет-транзакції проводяться в межах юрисдикції країни-постачальника товарів [467]). 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).

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 [467]. 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 [472]. Як зазначає Д. Гнана [447], «...ми знаходимося в куточку зовсім іншого світу, у якому різні ролі фірми та споживача сходяться, а джерела створення цінності суттєво змінюються».

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, представлено виду на рисунку (фото, відео)	
		Неможливість попереднього ознайомлення	
Інформаційні	Недостатній захист інтелектуальної власності	Неусвідомлення наслідків споживання та користування товаром (послугою), невідповідних встановленим вимогам	
		Невміння аналізувати інформацію, її актуальність та достовірність	
Освітні	Оманлива реклама	Неправдивість інформації про акції	
		Відсутність навичок пошуку, замовлення, оплати товарів або послуг в Інтернет	
Фінансові	Інтернет-розрахунків	Незнання своїх прав та засобів захисту	
		Фінансовий ризик	
Технологічні	Кібератаки, віруси	Шахрайські дії з боку продавця	
		Покупці і продавці підпадають під вплив, тому що комп'ютерні віруси не розрізняють жертв	
Інституційна	Інституційна неврегульованість	Скептицизм клієнтів, побоювання, особливо щодо безпеки банківських реквізитів та інших особистих даних	
		Взаємодії «споживач-споживач» (С2С)	
		Недотримання, невиконання, невідпрацьованість та неконтрольованість процедури повернення товару	

Складено автором з використанням [447; 467; 477-479]

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. 4.25).

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, прощо споживачеві було повідомлено у підтвердженій інформації [475].

Основними напрямками захисту споживачами своїх прав у мережі Інтернет О. Письменна, О. Баранова, О. Шкринла [446] 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;
- 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);

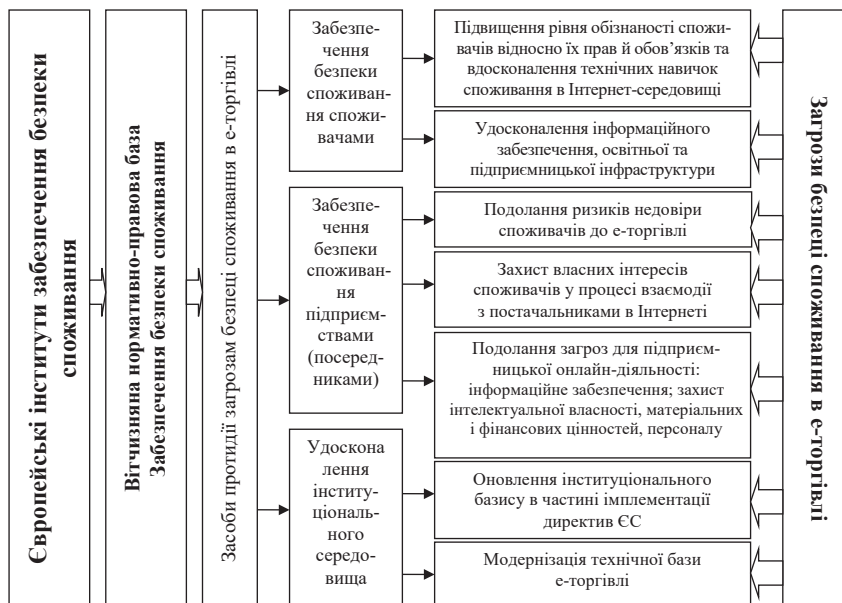


Рис. 4.25. Основні засоби протидії загрозам безпеці споживання в е-торгівлі

Складено автором

– 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 необхід-

ністю вдосконалення 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, проєкт DOLCETA за фінансування Європейської комісії, Європейський споживчий центр [480–482], 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 [447]. 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 забезпечення 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 електронного 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 [446; 483]. 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 [447].

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 [446; 465; 466], 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 [450; 484]. 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 європейської (тотальна регламентація та реєстрація суб'єктів е-торгівлі) [454].

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. 4.26) [485].

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.

Прийнятий у 2015 р. Закон України «Про електронну комерцію» [486] 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

Розділ 4. Впровадження організаційно-інституціональних засад забезпечення споживання в підприємницьку діяльність на сучасному етапі євроінтеграції України

	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	Проект закону України "Про електронні комунікації" Закони України "Про телекомунікації", "Про основні засади забезпечення кібербезпеки України"	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації
Загальне регулювання е-торгівлі	Директива 2000/31/ЄС "Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку"	Закони України "Про електронну комерцію"	Відсутні
Легалізація електронних документів і підписів	Директива 1999/93/ЄС "Про електронні підписи, що застосовуються в межах Співтовариства"	Закони України "Про електронний цифровий підпис" та "Про електронні документи та електронний документо-обіг", "Про електронні довірчі послуги"	Державне агентство з питань електронного урядування в Україні
Захист прав споживачів в е-торгівлі	Директива 97/7/ЄС "Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах"	Закон України "Про захист прав споживачів"	Держпродспоживслужба
Захист персональних даних	Директива 2002/58/ЄС "Про обробку персональних даних та захист тасмичні сектора електронних комунікацій"	Закон України "Про захист персональних даних"	Уповноважений Верховної Ради України з прав людини

— діючі документи чи установи
 — документи чи діяльність установ, що потребують удосконалення
 — документи чи установи, що потребують оновлення або створення

Рис. 4.26. Напрями модернізації інституціонального базису е-торгівлі в Україні в процесі євроінтеграції

Розроблено автором

з вирішенням спорів між покупцем і продавцем, захистом прав споживачів, врегулювання механізму надання електронних сервісів тощо [454; 487].

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 [490]) 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 [488]. Максимально враховує положення зазначеної Директиви прийнятий в Україні закон «Про електронні довірчі послуги».

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 пріоритети: безпека споживання; інформація та

просвіта споживачів; розвиток споживчого права; належне відшкодування у випадку порушень; правозастосування. В Україні має імplementована Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради ЄС «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20.05.1997 [489]. 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 [489].

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») [454, 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 [490] та Держпродспоживслужба (компетенція Мінекономрозвитку, торгівлі та сільського господарства) у захисті прав споживачів [491].

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. Плєскач та ін. [454] 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.

Висновки до розділу 4

За результатами проведеного дослідження запропонуємо прикладні аспекти впровадження безпекових імператив споживання в підприємницьку діяльність в Україні.

Результати аналізу зовнішньої торгівлі між Україною та ЄС показали, що окрім позитивних змін, обумовлених підписанням Угоди про асоціацію, існують загрози економічній безпеці та безпеці споживання України (негативне сальдо зовнішньої торгівлі з ЄС і зростання європейського імпорту, а також низький рівень показника покриття експортом імпорту, висока частка високотехнологічної продукції в структурі імпорту та висока частка сировинних товарів з низьким рівнем технологічності в структурі експорту, що шкідливе для екологічного та економічного складника безпеки споживання). В цих умовах 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 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 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.

Забезпеченню безпеки споживання в підприємницькому середовищі сприяє запровадження корпоративної соціальної відповідальності, для якої уточнено сутність, перешкоди розвитку в Україні та запропоновано забезпечити зовнішню спрямованість на збалансування інтересів усіх зацікавлених сторін (суспільства, підприємства, споживача, держави, партнерів тощо) та внутрішню – якість 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 безпосередньо реалізації останньої, так і вдосконаленню ринкових позицій підприємства на засадах КСВ.

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.

Результати аналізу розвитку внутрішньої торгівлі в Україні в контексті ЗБС свідчать, що на фоні її позитивної динаміки існують тенденції, які можуть чинити загрози БС, як-то: підвищення імпортозалежності з країн-членів ЄС, зменшення кількості точок торгівлі в сільській місцевості, укрупнення магазинів, зростання торговельних мереж у містах. Вітчизняним суб'єктам господарювання, залученим до сфери торгівлі з метою ЗБС, а отже, підвищенню власної конкурентоспроможності та своєї продукції на внутрішньому й зовнішньому ринках необхідно: залучатися до розроблення та імплементації сучасних заходів забезпечення безпеки (в межах нашого дослідження – в першу чергу БС), соціально відповідально ставитись до планування діяльності щодо відносин із споживачем (наприклад, з приводу формування асортименту через задоволення вимог інклюзивності та диференційованого підходу до вибору

партнерів, надавати перевагу вітчизняним виробникам і посередникам тощо), робити компроміс між власними короткостроковими цілями на користь менш прибуткових довгострокових цілей суспільства та людства. Дослідження показало, що для забезпечення безпеки споживання як на нижньому рівні ієрархії потреб, так і в межах концепції сталого розвитку важливе місце займають маркетинг та логістика. 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 постачань. 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.

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.

Основні результати дослідження за розділом опубліковані у працях [206; 244; 492–508].

Розділ 5

Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

5.1. Стратегічне програмування забезпечення безпеки споживання

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки однією з головних цілей є економічна безпека держави, досягнення якої потребує детальнішого дослідження зовнішніх і внутрішніх загроз, виокремлення пріоритетів гармонізації економічних інтересів, а також діагностування стану, розроблення та впровадження методів забезпечення економічної безпеки. В основі стратегування економічної безпеки повинна бути ідеологема розвитку (система наукових поглядів, що охоплює не лише економіку, а й філософію, соціологію, інформатику, право, політологію та геополітику тощо), яка, враховуючи стратегічні пріоритети, національні інтереси, мінімізує ризики та загрози безпеці. Якщо ринкові сили ще не спроможні забезпечити розвиток економіки і суспільства, то необхідно на основі глибокого аналізу ринкової ситуації закласти підстави для зростання обсягів виробництва. Без ідеології розвитку, культивування промислового та науково-технічного зростання неможливо вирішити такі завдання економічної безпеки, як збільшення доходів бюджету, забезпечення належного рівня зайнятості, якості життя та соціальної захищеності населення. Державне регулювання еконо-

мічних процесів повинно бути спрямоване на відтворення оптимальних пропорцій між виробництвом, обміном і споживанням.

Як показано у підрозділі 1.2, забезпечення безпеки споживання є складним суб'єктно-об'єктним процесом, який перебуває під впливом значної кількості ендогенних та екзогенних чинників. Можна стверджувати, що для ЗБС необхідна скоординованість дій усіх зацікавлених учасників, наукова обґрунтованість цілей, пріоритетів, напрямів та механізмів їх реалізації (рис. 5.1).

Генеральною метою сукупності заходів із ЗБС визначимо створення підстав усвідомленого задоволення людиною потреб у самовідтворенні через збереження здоров'я та довкілля як базису майбутнього розвитку. Пояснимо сутність та взаємозв'язок ключових передумов досягнення цієї мети:

- потреба як умова розвитку суспільства і людини;
- задоволення потреби і виникнення нових потреб та забезпечення прогресу людства;
- конкретизація потреби людини (нанорівень) як чинник розвитку суб'єктів різних рівнів системної ієрархії управління (мікро-, мезо-, макро-, мега- та глобального) у стратегічній перспективі;
- усвідомлене споживання, коли споживачу відомо про склад продукту, він розуміє вплив кожного складника на здоров'я і довкілля, зважає корисність і ціну товару (послуги), стежить за корпоративною соціальною відповідальністю виробників (постачальників і посередників), здатний визначати деструктивність маркетингових та дистрибуційних заходів (нав'язування, оманлива реклама тощо);
- здоров'я – піклування про здоров'я, раціональне формування раціону у вигляді споживчого кошика з урахуванням корисності товару (послуги) у короткостроковій і довгостроковій перспективі;
- стан довкілля, коли споживачеві відомі екологічні проблеми і при виборі товарів (послуг) він враховує рівень їх екологічної

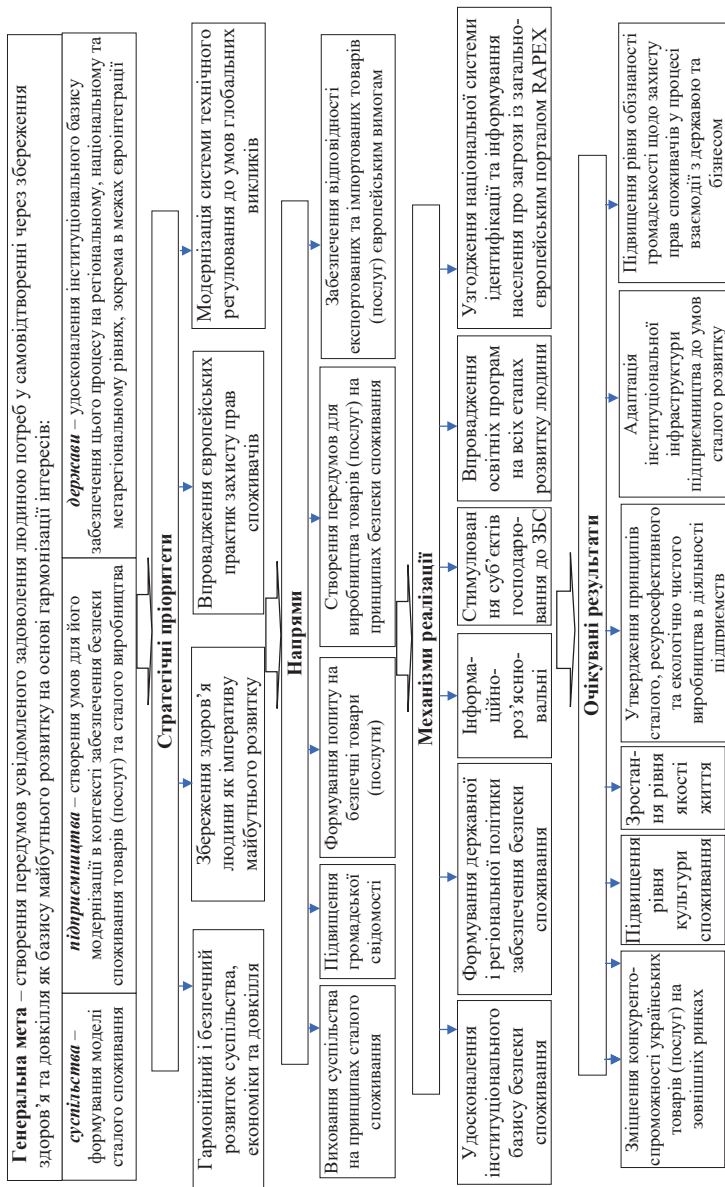


Рис. 5.1. Стратегічні пріоритети, напрями та механізми зміцнення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції

Розроблено автором

безпеки під час виробництва, зберігання, транспортування, використання, утилізації;

- майбутній розвиток, коли споживач розуміє і турбується про наслідки споживання для довкілля, здоров'я та майбутнього розвитку;

- розвиток – вбачається в удосконаленні та покращенні теперішнього стану.

Досягнення генеральної мети ЗБС передбачає гармонізацію інтересів суспільства (формування моделі споживання з урахуванням ознак безпеки), підприємництва (створення умов модернізації в контексті ЗБС товарів (послуг) та сталого виробництва) і держави (удосконалення інституціонального базису ЗБС на субрегіональному, регіональному, національному та мегарегіональному рівнях, враховуючи вимоги євроінтеграції). Зазначене є ключовими передумовами синергетичного ефекту модернізації економіки, тобто результату солідарної взаємодії громадянського середовища, підприємництва та держави, який забезпечить якісно новий стан і сталий розвиток.

Виходячи з поставленої мети, до стратегічних пріоритетів віднесемо:

- забезпечення гармонійного розвитку суспільства, виробництв та довкілля, насамперед йдеться про прагнення до так званого «нульового» екологічного «сліду» (footprint), екологічний складник довгострокового розвитку, з орієнтацією на який формуються підходи до виробництва та споживання;

- збереження здоров'я людини як імперативу майбутнього розвитку, що передбачає створення передумов свідомого та раціонального споживання, усунення недоліків надмірного та шкідливого споживання, погіршення якості товару (послуги) нижчої ціни як ознаки суспільства споживання;

- удосконалення системи захисту прав споживачів на основі європейського досвіду, охоплює вплив громадських організацій,

дієвість законодавчих актів, активну громадянську позицію та обізнаність з нормами та процедурою дій у випадку порушення прав на безпечне споживання;

– модернізація системи технічного регулювання в умовах глобальних викликів, що охоплює як підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на зовнішніх ринках, так і забезпечення стійких позицій в Україні, незважаючи на конкурентні переваги імпортерів з більшим досвідом діяльності на ринках з жорсткими вимогами до безпечності продукції та функціонування у досконалому нормативно-правовому полі. Не менше важливим в межах цього стратегічного пріоритету є вдосконалення вітчизняного інституціонального базису для забезпечення відповідності імпортованих товарів (послуг) європейським вимогам. В даний час відомі випадки зловживання недосконалістю вітчизняного базису неконкурентоспроможними та несумлінними імпортерами.

Таким чином, напрями ЗБС мають полягати у:

– вихованні суспільства на принципах розумного споживання, усвідомлення потреби, формування вимог до товару (послуги), пошуку та оцінювання варіантів, вибору, транспортування й зберігання (за необхідності), використання та утилізації;

– підвищенні рівня громадської свідомості (RAPEX, громадські об'єднання, зворотній зв'язок, турбота сьогодення), навичок та знань щодо захисту прав, удосконалення законодавства та інституціонального забезпечення захисту прав споживачів;

– створенні передумов зростання попиту на товари (послуги), безпечні для споживання (сприяння формуванню потреб у товарах (послугах) з орієнтацією на корисність для розвитку окремих осіб та суспільства, безпеку для здоров'я та довкілля, соціальну відповідальність виробників і посередників);

– створенні передумов для виробництва товарів (послуг) на принципах безпеки споживання, сприяння інституціональному (через технічні регламенти, інституціональні норми) та ринко-

вому (підвищення конкуренції (пріоритетність конкурентних переваг) за напрямками сталого розвитку) забезпеченню пропозиції безпечних (для здоров'я, довкілля, подальшого розвитку) товарів та послуг;

- забезпеченні відповідності експортованих та імпортованих товарів (послуг) інституціонально більш прогресивним європейським вимогам, розробленим та зваженим на необхідність дотримання умов сталого розвитку і, отже, безпечним.

Відповідно до очікуваних результатів віднесемо такі:

- поліпшення культури споживання завдяки зміні трансформації споживчих настроїв, звичок, чинників вибору товарів, етики споживання та зворотного зв'язку;

- зростання рівня якості життя, насамперед завдяки покращенню стану здоров'я і довкілля через зміну потреб і вимог до товарів (послуг), діяльності виробників та ринкових посередників;

- кращу обізнаність представників громадськості (як окремих груп чи об'єднань, так і окремих людей) щодо захисту прав споживачів та взаємодії з державою і бізнесом, активізація їх громадянської позиції;

- поширення засадах сталого, ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва в господарській діяльності за допомогою модулів СМК та впровадження принципів КСВ;

- адаптація механізмів і форм інфраструктури підприємництва до вимог сталого розвитку через зміщення акценту в маркетинговій діяльності з нав'язування пропозиції на забезпечення сталого споживання, врахування необхідності погодження або знаходження компромісу між інтересами зацікавлених учасників (виробників, споживачів, партнерів, інвесторів, працівників, громадських та державних інститутів);

- зміцнення конкурентних позицій вітчизняних товарів (послуг) на зовнішніх ринках через врахування потреб з погляду безпеки споживання та настроїв споживачів, що дозволить

конкурувати не лише за ціною, а й за функціональним наповненням, а також захищати позиції на внутрішньому ринку.

Для отримання цих результатів видаються доцільними такі механізми зміцнення ЗБС: удосконалення інституціонального базису безпеки споживання, формування державної і регіональної політики забезпечення безпеки споживання, інформаційно-роз'яснювальні заходи; стимулювання суб'єктів господарювання до ЗБС, впровадження освітніх програм на всіх етапах розвитку людини, узгодження національної системи ідентифікації та інформування населення про загрози із загальноєвропейським порталом RAPEX, доповнені конкретними заходами на різних рівнях системної ієрархії (табл. 5.1). Вважаємо доцільним також визначити організації та установи з потенціалом для впровадження відповідних дій, джерела фінансування запропонованих заходів та їх зв'язок із напрямками ЗБС, встановлення часового періоду розроблення та імплементації заходів, а також отримання очікуваних результатів від реалізації.

Погодимося, що важливою є інтеграція напрямів, механізмів, інструментів ЗБС, проте початковий етап процесу ЗБС виправдовує, на нашу думку, можливість впровадження низки заходів за основними напрямками (здоров'я, довкілля, захист прав споживачів, технічне регулювання, СМК), які пізніше можуть бути узгоджені. Іншим варіантом може бути паралельне або попереднє узгодження на різних рівнях системної ієрархії управління.

На мегарегіональному рівні у процесі ЗБС необхідно впроваджувати заходи з продовження адаптації національного законодавства до європейських вимог та вимог Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (в захисті довкілля, здоров'я, прав споживачів), у тому числі в межах перегляду Плану заходів з виконання Угоди про асоціацію, впровадження європейських директив та стандартів. Необхідно також поширювати у вітчизняному суспільстві культуру сталого споживання як підґрунтя глобального руху, зокрема в межах досягнення цілей сталого розвитку.

В сенсі аналізу і прогнозування ризиків за допомогою узгодження національної системи ідентифікації загроз та інформування про них населення (ресурс «Увага») із загальноєвропейським порталом RAREX доцільно забезпечити реалізацію таких заходів:

- нагромадження інформації (канали, стандартизовані форми, шляхи оброблення та систематизації) про небезпечні товари (послуги), яку надають кінцеві споживачі, торговельні посередники, державні органи та громадські організації із захисту прав споживачів;

- створення технічних умов та організаційних інструментів обміну інформацією з європейською системою (визначення процедури, відповідальних та контактних органів);

- розроблення та впровадження системи інформування громадськості щодо наявності небезпечних товарів (послуг) на вітчизняному ринку через інформаційно-комунікаційні засоби (телебачення, радіо, інтернет, друковані періодичні видання тощо).

Важливу роль в поширенні концепції безпечного споживання в економічному та громадському середовищі може відігравати міжнародна технічна допомога (МТД).

Для ЗБС на державному рівні необхідно розробити 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.

У напрямі забезпечення здоров'я в процесі споживання Держпродспоживслужбі необхідно модернізувати систему контролю за безпечністю харчових і побутових товарів, реклами, інтелектуальної власності, а також популяризувати споживання товарів для самодіагностики та зміцнення здоров'я (глюкометри, тонометри, масажери, побутове фізіотерапевтичне обладнання, тренажери тощо), сприяти

Системні заходи із забезпечення безпеки

Рівень системної ієрархії		Заходи забезпечення БС	Здоров'я	Довкілля	Захист прав споживачів
1		2	3	4	5
Мікро	Мегарегіональні утворення (ЄС)	Посилення плану заходів Угоди про асоціацію між Україною та ЄС з акцентом на забезпечення безпеки споживання	+	+	-
		Завершення процедури підписання угоди АСАА (про європейське визнання органів із сертифікації та лабораторій)	-	-	-
		Продовження адаптації національного законодавства до європейського у напрямках екології, здоров'я, технічного регулювання, захисту прав споживачів	-	+	+
		Поширення в суспільстві культури сталого споживання та його залучення до досягнення ЦСР	+	+	+
		Впровадження європейських директив та стандартів, які стосуються безпеки споживання	+	+	+
		Узгодження національного ресурсу «Увага» із загальноєвропейським порталом RAPEX	+	+	-
Макро	Держава	Модернізація системи контролю за безпечністю товарів, реклами, торговельних марок, винаходів	+	-	+
		Популяризація споживання товарів, спрямованих на самодіагностику та зміцнення здоров'я	+	-	-
		Дестимулювання споживання товарів, шкідливих для здоров'я	+	-	-
		Впровадження обов'язкового критерію прийняття програм та проектів, що фінансуються за рахунок бюджетних коштів, щодо екологічності та безпечності у довгостроковій перспективі (сталості, розумності, раціональності)	+	+	-
		Впровадження економічних механізмів (програма фінансової підтримки, пільги, штрафи, перерозподіл екологічного податку на екомодернізацію виробництва) стимулювання випуску продукції безпечної для здоров'я та довкілля	+	+	-
		Модернізація Закону України «Про захист прав споживачів»	-	-	+
		Періодичний випуск відеоряду «Лайфхак: як поводити себе споживачеві у випадку порушення його прав»	-	-	+

Розділ 5. Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

Таблиця 5.1

споживання на різних рівнях ієрархії управління

Технічне регулювання	Напрями	Механізми	Період отримання результатів	Відповідальні організації та установи / Джерела впливу	Джерело фінансування
6	7	8	9	10	11
+	Є	ІБ	середній	Кабінет міністрів України, Верховна рада України	МТД, Д
+	Є	ІБ, МП	короткий	Верховна рада України, Національне агентство з акредитації України	Д
+	В, Є	ІБ	середній	Кабінет міністрів України, Верховна рада України	Д
-	С, П, Г	ІР, ОП	тривалий	Міжнародні проекти – програми (ЦСР), просвітницькі організації	МТД, Д, Р
+	В, Є	ІБ, МП	середній	Верховна рада України, Кабінет міністрів України	Д, МТД
-	Г, В, Є	ІЗ	короткий	Міністерство економіки	Д, МТД
+	В	ІБ, СГ	середній	Держпродспоживслужба	Д
-	С	ІР	тривалий	Міністерство охорони здоров'я, громадські об'єднання	Д, Р, МТД
-	С	ІР	тривалий	Міністерство охорони здоров'я, громадські об'єднання	Д, Р
-	С	МП	середній	Кабінет міністрів; на регіональному рівні – обласні адміністрації і міські виконкоми	Д, Р
-	В	МП, СГ	короткий	Кабінет міністрів України, обласні та районні ради та виконкоми	Д, Р
-	Г, П	ІБ	короткий	Кабінет міністрів, Верховна рада України	Д
-	С, Г	ІР	короткий	Держпродспоживслужба	Д

АНТОНЮК К. І.

Убезпечення споживання на національному і мегарегіональному рівнях

		2	3	4	5
Мезо	Громадські об'єднання	Модернізація Закону «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», впровадження технічних регламентів	-	-	-
		Сприяння розвитку інноваційної діяльності з дотриманням вимог БС на різних рівнях системної ієрархії (програми, гранти)	+	+	+
	Область	Популяризація споживання товарів і послуг зі значним ефектом енергоефективності та формування відповідного попиту	+	+	-
		Підвищення рівня освіченості, професіоналізму громадськості у відстоюванні принципів безпеки споживання	-	-	+
	Місто, ОТГ	Формування моди на безпечне споживання (фешн покази, телебачення, спорт, кіно, освіта тощо)	+	+	-
		Локалізація виробництва для якісного обслуговування та мінімізації транзакційних витрат	+	+	+
		Проведення інформаційно-рекламних кампаній із пропагандою національного виробника на регіональному рівні, пропагування екологічно чистої харчової місцевої продукції тощо	+	+	-
		Зміни та доповнення до обласних стратегічних програмних документів в частині стимулювання розвитку сталого виробництва та споживання	+	+	-
		Створення умов для підвищення конкурентоспроможності безпечних товарів – проведення конкурсів «Безпечний товар»	+	+	-
		Проведення конкурсів інноваційних проєктів, комунікаційно-інформаційних заходів щодо ЗБС шляхом інноваційної діяльності	+	+	+
	Підприємство	Розвиток інфраструктури та інститутів внутрішнього ринку	+	+	+
		Розвиток мережі роздрібної торгівлі у малонаселених регіонах, відновлення споживчої кооперації, організації виїзної торгівлі	+	-	-
Підготовка інформаційних матеріалів для пропаганди охорони довкілля та сприяння екологічній освіті мешканців		-	+	-	
Створення умов для запобігання виникненню захворювань чи послаблення їх негативних наслідків.		+	-	-	
Мікро	Впровадження диференційованої шкали оподаткування залежно від рівня екологічності товарів (послуг) та відповідності вимогами БС	+	+	-	
	Поширення засад сталого виробництва через розроблення та реалізацію товарів (послуг), які задають мінімальну шкоду здоров'ю людей та довкіл्लю	+	+	-	
	Запровадження концепції КСВ, РЕЧВ	+	+	+	
	Удосконалення систем менеджменту якості	+	+	-	
	Впровадження механізму декларування відповідності продукції вимогам технічних регламентів на засадах ЗБС	-	-	-	

Розділ 5. Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

Продовження таблиці 5.1

6	7	8	9	10	11
+	В, Є	ІБ	короткий	Кабінет міністрів, Верховна рада України	Д
+	В, Є	МП, СГ	середній	Міністерство економічного розвитку і торгівлі	Д, Р
-	С, П	ІР	тривалий	Громадські організації, їх об'єднання	МТД, Р, П
-	Г	МП, ОП	середній	Громадські організації, міжнародні організації	МТД, Р
-	С	ІР	тривалий	Лідери думки	Д, Р, МТД, П
-	В	СГ	середній	Підприємства-виробники	Р
-	С, В, П	ІР, СГ, МП	середній	Обласні державні адміністрації, об'єднання підприємств	Р, П
+	С, П, В	МП, ІР, СГ	середній	Обласні державні адміністрації, обласні ради	Р
-	В, П	СГ, МП	короткий	Обласні адміністрації та міські виконкоми	Р
+	В, Є	МП, ІР, СГ, ОП	середній	Обласні адміністрації, міськвиконкоми, об'єднання підприємств	Р, МТД, П, І
-	Г, П, В	ІБ, СГ	тривалий	Обласні державні адміністрації, обласні ради	Р
-	П	МП, СГ	середній	Міські ради, міські виконкоми, асоціації підприємств	Р
-	С, П	ІР	середній	Міські виконкоми	Р, МТД
-	В	СГ	тривалий	Міські ради, міські виконкоми	Р, МТД
-	В	СГ	середній	Міські ради, міські виконкоми	Д, Р
-	В	СГ	середній	Підприємства, асоціації підприємств	П
+	В	СГ	тривалий	Підприємства, асоціації підприємств, експертні організації	П
+	В	СГ	середній	Підприємства, експертні організації	П
+	Є, В	СГ	короткий	Підприємства, експертні організації	П

АНТОНЮК К. І.

Убезпечення споживання на національному і мегарегіональному рівнях

		2	3	4	5
Об'єднання підприємств	Розроблення технологічних та продуктових інновацій з урахуванням аспекту ЗБС		+	+	
	Підготовка публікацій щодо ЗБС		+	+	+
	Підготовка рекомендацій із адаптації механізмів і форм інфраструктури підприємництва до умов сталого розвитку та безпечного споживання		+	+	-
	Підготовка рекомендації щодо усунення загроз безпеці споживання в е-торгівлі		+	-	+
	Випуск інформаційного видання «Безпечні товари» та відеороликів щодо результатів оцінювання відповідності продукції встановленим нормам		+	+	+
Нано Споживач	Освіта з забезпечення безпеки споживання		+	+	+
	Рекомендації щодо забезпечення споживання в умовах е-торгівлі з урахуванням європейського інституціонального базису та практик		-	-	+
	Розробка мобільного програмного забезпечення для визначення безпечності товарів за штрих-кодом		+	+	+
	Освітні програми щодо забезпечення прав споживачів		-	-	+
	Заходи із пояснення споживачам знаків щодо маркування товарів і наявності небезпечних складників		+	+	-

Напрями: С – Виховання суспільства на принципах сталого споживання, Г – Підвищення громадської свідомості, П – Створення передумов для зростання попиту на товари (послуги) безпечні для споживання, В – Створення передумов для виробництва товарів (послуг) на принципах безпеки споживання, Є – Забезпечення відповідності експортованих і імпортованих товарів (послуг) європейським вимогам.

Механізми: ІБ – Удосконалення інституціонального базису безпеки споживання, МП – Модернізація державної і регіональної політики в напрямі забезпечення безпеки споживання, ІР – Інформаційно-роз'яснювальні заходи, СГ – Стимулювання суб'єктів господарювання до ЗБС, ОП – Впровадження освітніх програм на всіх етапах розвитку, ІЗ – Узгодження національної системи ідентифікації загроз та інформування про них населення із загальноєвропейським порталом.

Джерело фінансування: Д – держава, Р – регіон, МТД – міжнародна технічна допомога, П – суб'єкти господарювання, Л – фізичні особи, І – інвестори.

Розроблено автором

Розділ 5. Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

Продовження таблиці 5.1

6	7	8	9	10	11
-	В, Є	СГ	середній	Підприємства, вітчизняні та іноземні інвестори	П, І
-	П	МП, ІР, ОП	короткий	Об'єднання підприємств, експертні організації	Д, Р, МТД
-	С, П	МП, ІР, ОП	тривалий	Об'єднання підприємств, експертні організації	Д, Р
-	П	МП, ІР	короткий	Об'єднання підприємств, експертні організації	П, МТД
-	П	ІР	короткий	Об'єднання підприємств, експертні організації	Д, Р, МТД
-	С, Г, П	ОП	тривалий	Заклади освіти, громадські організації	Д, Р, Л, МТД, П
-	Є, Г	МП, ІР, ОП	короткий	Громадські організації, міжнародні організації	Д, МТД
-	С, Г, П	ІР	короткий	Торговельні мережі, розробники програмного забезпечення, громадські організації	П
-	Г, П	ОП	середній	Громадські організації, активісти, заклади освіти	Д, Р, МТД, Л
+	П, Є	ІР, ОП	середній	Громадські організації, заклади освіти	Р, МТД, Л

впровадженню вітчизняних товарів та розробок у цих сферах. Доцільними видаються заходи дестимулювання споживання шкідливих для здоров'я товарів з надмірним вмістом трансжирів, цукру, а також тютюнових виробів і алкогольних напоїв. При чому продуктивним видається підкріплення інформаційного впливу відповідною податковою та акцизною політикою.

З позицій захисту довкілля актуальною є популяризація споживання товарів (послуг) із значним ефектом енергоефективності та формування відповідного попиту на них та технології їх виготовлення державного сектору економіки.

Необхідною також є модернізація Закону України «Про захист прав споживачів» щодо формування заходів із підвищення рівня обізнаності представників громадськості під час відстоювання інтересів суспільства щодо ЗБС, захисту прав споживачів у процесі взаємодії з державою і бізнесом.

Важливу роль у захисті інтересів населення, впровадженні принципів сталого розвитку відіграє громадянське суспільство та громадські об'єднання, здатні ефективно контролювати владу. Чинниками 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.

До напрямів діяльності громадських організацій, які сприятимуть ЗБС, віднесемо: захист прав споживачів, екології, здоров'я, сприяння інтеграції національного бізнес-середовища з європейським. Так, для збереження здоров'я викликають інтерес заходи (мода, так звані виклики (челенджи), інформаційні повідомлення) щодо екологічного, безпечного, раціонального споживання.

Для активізації діяльності громадянського середовища необхідне надання фінансової допомоги з боку держави або міжнародних програм допомоги.

Потребує модернізації Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», насамперед впровадження технічних регламентів для витіснення з внутрішнього ринку низькоякісних, часто «сірого» імпорту шкідливих товарів, «секонд-хенду» тощо з одночасним підвищенням попиту на брендovanі товари вітчизняного та місцевого виробництва, що зорієнтовані на стале споживання та виробництво.

На регіональному рівні ієрархії управління видається доцільним:

- ввести зміни та доповнення до регіональних стратегій і програм розвитку щодо стимулювання сталого виробництва та споживання;

- сприяти реалізації смарт-спеціалізації підприємництва як передумови використання інноваційних чинників розвитку потенціалу імпортозаміщення та зміцнення регіональних економік; поглибленню переробки вітчизняної сировини; інвестуванню в освіту для підвищення кваліфікації працівників; розвитку сегменту відновлюваної енергетики; забезпеченню якісного та динамічнозмінного сервісного та гарантійного обслуговування;

- проведення інформаційно-рекламних кампаній підтримки національних та регіональних виробників під гаслом «купуй українське»;

- стимулювати виробництво екологічно чистої місцевої продукції за рахунок зменшення транзакційних транспортних, логістичних та інших витрат;

- розвивати інфраструктуру та інститути внутрішнього ринку з метою оптимізації конкурентної взаємодії виробників та споживачів вітчизняної продукції, безперешкодного зростання внутрішньорегіонального попиту як домінанти економічного зростання [509, с. 136].

Варто зазначити, що в умовах глобалізації державна політика регулювання внутрішнього ринку повинна враховувати зміну уподобань споживачів та дотримання санітарно-гігієнічних умов функціонування підприємств роздрібної торгівлі, необхідність формування стандартів споживання, які забезпечують протиепідемічну стійкість, відповідальне споживання, поліпшення якості людського капіталу [509, с. 136].

Важливим напрямом є структурна трансформація споживання, яка під впливом наслідків пандемії COVID-19, а також довгострокових технологічних та соціальних змін, формує нові потреби, які повинен враховувати бізнес [509, с. 137]. Цьому сприятимуть:

- прогнозування попиту на традиційні та нові товари (послуги) з урахуванням регіональних та територіальних преференцій, регіональних програм розвитку та забезпечення відкритого доступу до цієї інформації для суб'єктів бізнесу;

- складення на конкурсній основі переліку ста перспективних інноваційних розробок вітчизняної науки, які відповідають очікуванням та потребам споживачів у середньостроковій перспективі та організація грантових і кредитних програм їх впровадження у виробництво та постачання внутрішнім споживачам;

- активна популяризація споживання товарів (послуг) зі значним ефектом енергоефективності та формування попиту на такі товари і технології у державного сектору економіки.

Система охорони здоров'я повинна створювати умови для запобігання захворюванням чи послаблення їх негативних наслідків. Практичне виконання цього завдання покладено на громади у сфері їхньої компетенції з відповідною координацією дій та об'єднанням у загальнонаціональну систему. Важливим є підвищення загального рівня здоров'я населення: подолання специфічних для регіону/громади ризиків для здоров'я та ендемічних захворювань на основі відповідних наукових досліджень, робота з групами ризику щодо захворювань коронавірусу, формування

навичок здорового способу життя, відповідального споживання, подолання шкідливих звичок, формування культури захисту здоров'я членів громади [509, с. 125].

Щодо ЗБС в містах та об'єднаних територіальних громадах зазначимо, що система охорони здоров'я повинна створювати умови запобігання захворюванням чи послаблення їх наслідків. Тенденція до локалізації споживання розширює можливості малого бізнесу в започаткуванні простих виробництв (повсякденний одяг, взуття, іграшки, побутові товари та ін.). Так, від початку пандемії COVID-19 дедалі частіше трапляються акції щодо підтримки придбання локальних товарів, розвитку роздрібної торгівлі у малих містах і віддалених сільських поселеннях, зокрема – відкриття магазинів у партнерстві з громадами, відновлення споживчої кооперації, організації виїзної торгівлі [509, с. 102]. В межах екологічного напрямку забезпечення БС доцільна підготовка інформаційних матеріалів для пропаганди охорони довкілля та сприяння екологічній освіті громадян.

Окремим напрямом є сприяння розвитку торговельної інфраструктури, спрямованої на розширення, забезпечення доступності та зручності придбання товарів (послуг) споживачами, що передбачає подолання монополізації роздрібної торгівлі великими торговельними мережами через збереження та розвиток малих торговельних підприємств, спеціалізованих на продажу продукції безпосередніми виробниками, муніципальних магазинів тощо [509, с. 137–138].

На мікрорівні доцільно: розробити і поширювати рекомендації із сталого розвитку, запровадити та втілити концепції КСВ, РЕЧВ; удосконалити систему управління якістю; розробити організаційно-економічний механізм декларування відповідності продукції вимогам технічних регламентів.

Завдання асоціацій та підприємницьких об'єднань полягає у підготовці публікацій щодо безпеки споживання, адаптації інфраструктури підприємництва до умов сталого розвитку та

безпечного споживання, усунення загроз безпеці споживання в е-торгівлі тощо.

Для споживачів у забезпеченні безпеки споживання першочергове набуття знань та навичок завдяки впровадженню тематичних освітніх програм з маркування, захисту власних прав, корисності або шкоди товарів, поширення в суспільстві культури сталого споживання, підвищення рівня якості життя населення; рекомендацій щодо забезпечення споживання в умовах електронної торгівлі з урахуванням європейських практик. Важливою є побудова системи безперервного інклюзивного навчання безпечному споживанню товарів (послуг) у всіх напрямках освіти, з урахуванням принципів інклюзивності, спадкоємності та європейського досвіду інтеграції підприємств, навчальних центрів і бізнес-асоціацій.

Значна кількість запропонованих заходів забезпечення БС обумовлює необхідність визначення їх пріоритетності. Так, встановлені причинно-наслідкові зв'язки між напрямками ЗБС (рис. 5.2) свідчать про базову роль виховання суспільства на принципах сталого споживання та підвищення громадської свідомості. Щодо первинності попиту відносно пропозиції виходимо з ринкових умов існування, що не заперечує доцільність централізованого регулювання через обмеження пропозиції небезпечних товарів (послуг).

Для механізмів ЗБС, виходячи зі встановлених між ними зв'язків (рис. 5.3), базовими визначено: удосконалення інституціонального базису, формування державної і регіональної політики та впровадження освітніх програм на всіх етапах розвитку, – які, своєю чергою, сприятимуть успішній реалізації інформаційно-роз'яснювальних заходів стимулювання суб'єктів господарювання до забезпечення безпеки споживання; узгодження національної системи ідентифікації загроз та інформування про них населення із загальноєвропейським порталом.

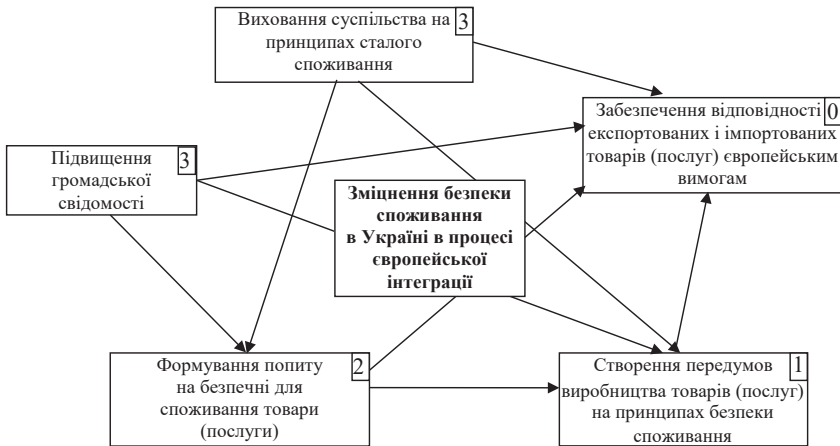


Рис. 5.2. Причинно-наслідкові зв'язки між напрямками зміцнення безпеки споживання в Україні

Розроблено автором

Співвіднесення пріоритетних напрямів і механізмів ЗБС із відповідними заходами свідчить про багатоаспектність, поліоб'єктно-суб'єктність та мультирівневість досліджуваного процесу. Це обумовлює необхідність систематизації і деталізації заходів для прийняття управлінських рішень (рис. 5.4). Структурна взаємообумовленість та інтегрованість окремих дій призводить до їх приналежності до декількох механізмів та напрямів ЗБС, у той час, коли часові показники досягнення очікуваних результатів дозволяють планувати їх черговість. Втім, зазначимо, що такий розподіл є, певною мірою, умовним і ґрунтується не лише на тривалості відповідних дій, але й на термінах підготовчих періодів та пролонгованості остаточних результатів.

Таким чином, виходячи з одержаних результатів, можна стверджувати, що забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) потребує подальшої розбудови інституціонального базису, впровадження освітніх заходів, вдосконалення економічної, соціальної,

екологічної політики та координації дій органів виконавчої влади, інститутів громадянського суспільства і підприємництва із забезпечення сталого розвитку.

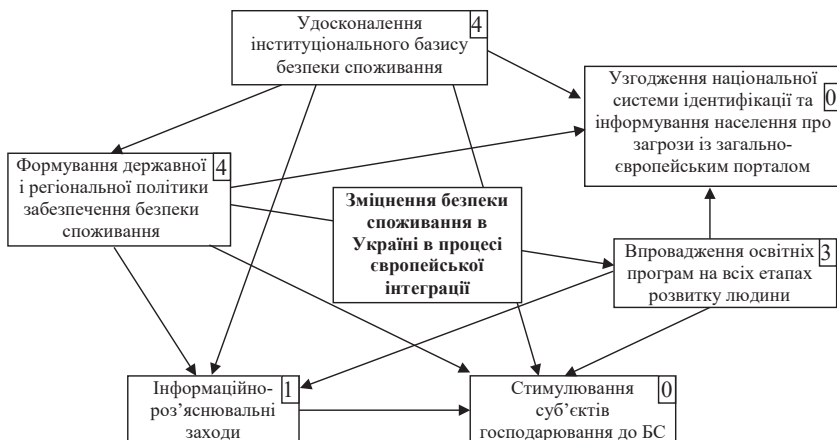


Рис. 5.3. Причинно-наслідкові зв'язки між механізмами забезпечення безпеки споживання в Україні

Розроблено автором

Генеральною метою ЗБС визначено створення передумов для усвідомленого задоволення людиною потреб у самовідтворенні через збереження здоров'я та довкілля як базису майбутнього розвитку. Виходячи з поставленої мети, обґрунтуємо стратегічні пріоритети (гармонійний розвиток суспільства, економіки та довкілля; збереження здоров'я людини як імперативу майбутнього розвитку; впровадження європейських практик захисту прав споживачів; модернізація системи технічного регулювання до умов глобальних викликів) та напрями (виховання суспільства на принципах розумного споживання; підвищення громадської свідомості; формування попиту на безпечні для споживання товари (послуги);

створення передумов для виробництва товарів (послуг) на принципах безпеки споживання; забезпечення відповідності експортованих і імпортованих товарів (послуг) європейським вимогам).

Виходячи з цього, запропоновано механізми ЗБС (удосконалення інституціонального базису; формування державної і регіональної політики забезпечення безпеки споживання; інформаційно-роз'яснювальні; стимулювання суб'єктів господарювання до ЗБС; впровадження освітніх програм на всіх етапах розвитку людини; узгодження національної системи ідентифікації та інформування населення про загрози із загальноєвропейським порталом RAREX) та відповідні заходи на різних рівнях системної ієрархії управління, визначено їх зв'язок із напрямками ЗБС, організації та установи з потенціалом для впровадження відповідних дій, джерела фінансування запропонованих заходів, а також тривалість їх розроблення та імплементації і відтермінованість у часі очікуваних результатів.

Під час визначення пріоритетності рекомендованих дій встановлена визначальна роль виховання суспільства на засадах сталого і обмеженого споживання та підвищення громадської свідомості і створення механізмів удосконалення інституціонального базису, модернізації державної і регіональної політики та впровадження освітніх програм, на основі чого систематизовані відповідні заходи шляхом побудови дерева рішень.

На цьому етапі важлива систематизація об'єктно-суб'єктних відносин у процесі ЗБС на основі гармонізації інтересів зацікавлених сторін та підвищення їх рівня освіти.

5.2. Мультиагентська модель гармонізації економічних та культурно-освітніх інтересів у процесі забезпечення споживання

Остаточним і головним результатом реалізації системи заходів зміцнення безпеки споживання є гармонізація інтересів суспіль-

ства, бізнесу та органів влади в формуванні підґрунтя сталого споживання і виробництва у стратегічній перспективі.

В умовах нестабільності глобального середовища, невизначеності та інформаційної перевантаженості підприємства 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, стимули забезпечення суспільного добробуту громадян і держави нівелюються впливом короткострокових кон'юнктурних чинників та соціально-економічних, політико-суспільних криз. Функція держави із стимулювання ділової активності ефективно не виконується і, отже, не забезпечується формування досконалих інститутів організаційного, економічного та екологічного середовища. В даний час ще не визначені чіткі суспільно визнані цільові орієнтири та обмеження підприємницької діяльності у відносинах із споживачами товарів (послуг), внаслідок чого економічні агенти, суспільство й органи державного управління та місцевого самоврядування не спроможні до інтеграції зусиль і ресурсів для формування політики безпечного споживання на основі гармонізації інтересів бізнесу та споживачів, особливо в процесі імплементації вимог Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, яка визначатиме перспективи подальшого розвитку України.

Попри вагомий науковий доробок щодо підпорядкування економічних інтересів інтересам суспільства, очевидним є запит на міждисциплінарний синтез різних аспектів цієї проблеми. Необхідно забезпечити, з одного боку, суспільний добробут, а з іншого, – зміцнити економічну безпеку суб'єктів підприємництва на внутрішньому та зовнішньому ринках. Йдеться про розроблення концептуальних засад стратегії модернізації економіки країни, заснованої на принципі безпеки розвитку та балансу інтересів кожного з учасників процесу, до яких віднесемо: підвищення якості життя населення через впровадження ідеології сталого

споживання; трансформацію діяльності підприємств на принципах сталого, ресурсоефективного та екологічночистого виробництва; модернізацію інституціонального базису безпеки розвитку країни та її регіонів.

Назрілою видається гармонізація інтересів суспільства, підприємництва та держави як базису для забезпечення добробуту і комплексної державної потужності, що може бути досягнуто об'єднанням зусиль і ресурсів для забезпечення безпеки споживання.

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 [510, с. 98]. На думку авторів, найважливішим є механізм державно-приватного партнерства у вирішенні проблем економічної та соціальної інфраструктури на підставі об'єднання зусиль і ресурсів держави та бізнесу.

Проте, з нашого погляду, саме недосконалість законодавчої бази обмежує практичне застосування цього механізму. Роль держави полягає у забезпеченні інформованості суспільства, розробленні правових норм, а головне, – у запобіганні корупції, наданні достатніх повноважень експертним інституціям, створенні додаткових інформаційних і контролюючих служб, що призведе до максимально можливого суспільного резонансу, сформує умови для альтернативного вибору і сприятиме запобіганню, або хоча б частковому уникненню окремими суб'єктами негативних 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 [126, с. 165].

Особливої уваги потребує інститут суспільного контролю партнерства, що надасть змогу, з одного боку, посилити контроль, а з іншого – залучити до партнерства неприбуткові громадські

організації для ідентифікації соціальних ризиків, відстеження реалізації соціальних ініціатив. Це позитивно вплине на впровадження екологічного виробництва і гармонізацію інтересів бізнесу та споживачів.

Для розуміння інтересів суб'єктів «суспільство – підприємство – 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 [56]. Генеза поняття «інтерес» полягає у свідомому відборі суб'єктом найважливіших для нього потреб та визначенні способів їх задоволення. Відповідно до теоретичних положень безпекознавства [62], носії інтересів (особа, група осіб, підприємство, інтегрована структура, громада, регіон, держава) є взаємозалежними об'єктами безпеки.

Неспівпадіння і, навіть, протиріччя інтересів у загальному вигляді полягає у прагненні бізнесу до концентрації благ у найбільш успішних секторах і сферах економіки, в той час як суспільство потребує рівномірного розподілу. При цьому держава повинна забезпечувати гармонізацію поточних інтересів для довгострокового розвитку. В сенсі суперечності інтересів суб'єктів ланцюга «виробництво – споживання» (рис. 5.5) суб'єкти підприємництва зацікавлені в підвищенні конкурентоспроможності продукції за ціновими (мінімізація витрат на виготовлення продукції, використання шкідливих ресурсів, нехтування певними екологічними заходами тощо) або за якісними параметрами. Суспільство прагне до підвищення якості життя, перебування в екологічно сприятливому середовищі, споживання безпечних товарів, усвідомлення захищеності власних інтересів і поглядів. Завданням держави залишається гармонізація інтересів учасників процесу споживання, створення інформаційного та інституціонального підґрунтя, а також соціально-економічних умов задоволення інтересів.



Рис. 5.5. Структурно-логічна схема взаємозв'язку інтересів суб'єктів триумваріату «суспільство – підприємництво – держава» в процесі забезпечення безпеки споживання

Розроблено автором

Суперечливість 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 взаємообумовлюють одне одного, а й кожне з них є відображенням іншого. Зазначене визначає сутність економічних суперечностей між виробництвом і споживанням, які за сучасних умов перетворюються у суперечності між пропозицією та попитом [511–513].

Однією з найважливіших цілей розвитку є забезпечення індивідуальної безпеки, яку в межах предмета дослідження розгля-

даємо з позиції екологічної безпеки як компоненти безпеки споживання. Г. Пирогов та О. Величко виокремлюють такі екологічні інтереси людини як окремої особи і члена соціальних груп та об'єднань [513; 514]:

- загальнонаціональні екологічні інтереси, які полягають у прагненні до такого стану природного середовища, який забезпечує нормальне відтворення та життєдіяльність;

- регіональні інтереси, які відображають залежність життєдіяльності населення окремих регіонів від впливу довкілля, 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 (ставлення хворих на легеневі хвороби, хвороби серця до якості повітря у місцях їх проживання).

У цьому випадку доцільне застосування методів стимулювання екологічно орієнтованого споживання для споживача, виробника та держави. Споживачі можуть стимулювати екоатрибутивне споживання через позитивне чи негативне ставлення до певних товарів (послуг). 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 до переходу на споживання екологічних товарів здійснюється за допомогою екологічного виховання, екологічної освіти. Для економічного стимулювання може

використовуватися регулювання та субсидування цін екологічних товарів. На цьому рівні особливо дієвим є вплив на товаровиробників (екологічна експертиза, контроль, пільгове кредитування, держзамовлення тощо), унаслідок якого розширюються можливості екоатрибутивного споживчого вибору. Подібним має бути і забезпечення безпеки споживання з огляду не лише на довкілля, але й на здоров'я і розвиток.

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» [515, с. 18]. Зауважимо, що виробництво якісної та безпечної для людей і навколишнього середовища продукції, особистісні та державні інтереси з позиції екологобезпечності споживання автором не враховані. Але може мати місце, якщо розглядати в ширшому розумінні.

Недостатня увага бізнесу до питань виробництва безпечної для споживачів продукції простежується у діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання. Для іноземних підприємств дотримання принципів сталого виробництва домінує вже багато десятиліть. Завдання зміцнення конкурентоспроможності українських підприємств на засадах екологобезпечності ускладнюється переходом від обов'язкових стандартів якості та інших вимог для всіх категорій продукції до системи технічного регулювання. Для своєчасної та успішної адаптації вітчизняних виробників до вимог Спільного доробку ЄС необхідно розробити «дорожню карту» одержання маркування ЄС. Як показано нами в підрозділі 4.2, важливе значення для запровадження технологій РЕЧВ мають системи менеджменту якості, які чітко регламентують ресурси та оцінюють ризики та загрози, у тому числі для здоров'я людини та довкілля.

С. Ілляшенко на основі графічної моделі «чаші» задоволення потреб [516, с. 301] доводить, що після задоволення потреб споживачів і виробників до «чаші» потрапляють потреби всього суспільства, які теж потрібно задовольняти. При цьому, якщо споживачі і виробники підтримуватимуть один одного, процеси виробництва і споживання інтегруються 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 [44].

Проте, погодимося з твердженням М. Багмета і В. Шатуна, які вважають, що «... особливістю реалій України є несформованість і недостатня визначеність системи цінностей та інтересів суспільства, наявність низки протиріч між інтересами різних соціальних спільнот і професійних груп, що спричиняє політичну та соціальну нестабільність. Внаслідок несформованості консенсусу в суспільстві щодо національних цілей, інтересів і цінностей відсутня належна конструктивність у забезпеченні національної та інформаційної безпеки країни» [517, с. 6].

Наголосимо, що забезпечення безпеки споживання потребує зміни моделі взаємодії держави, підприємництва та суспільства, врахування тенденції самоорганізації на споживчому ринку і комбінації інституціонального та ринкового механізмів забезпечення безпеки споживання. Подібна самоорганізація відбувається в умовах існуючої системи формальних і неформальних інститутів БС, які потребують модернізації під впливом процесу євроінтеграції.

Таким чином, необхідність врахування інтересів багатьох учасників (агентів) процесу забезпечення безпеки споживання на всіх рівнях системної ієрархії в умовах модернізації інституціонального базису обумовлює доцільність застосування мультиагентського підходу [148–150]. Структуруємо цей процес за допомогою інтелектуальної карти (рис. 5.6), яка дозволяє ідентифікувати та

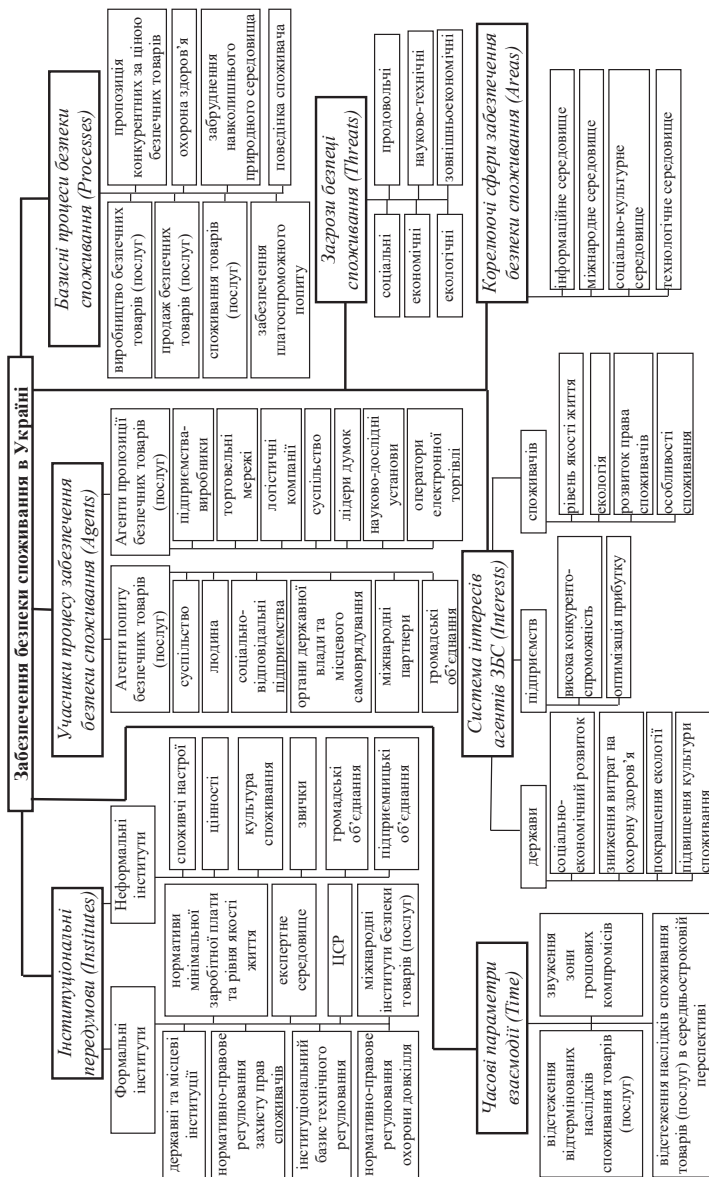


Рис. 5.6. Інтелектуальна карта забезпечення безпеки споживання

Складено автором з урахуванням [150]

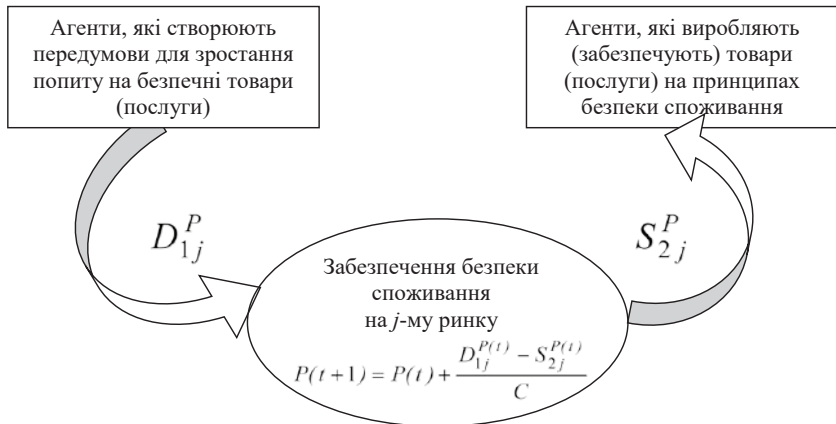
формалізувати всіх агентів, елементи, параметри та обмеження їх взаємодії. За В. Сибірцевим [150], у загальному вигляді мультиагентський підхід передбачає формування переліку агентів (множина $\{A\}$, які відповідатимуть реальним об'єктам $\{O\}$, представленим в процесі забезпечення безпеки споживання. Між такими об'єктами та між відповідними до них агентами виникають зв'язки, які формалізуються множиною $\{R\}$) і утворюють основу мультиагентської системи $R=A \times O$.

Агентська модель відображає взаємодію гетерогенних (неоднорідних за поведінкою, прийнятими нормами та структурами) економічних агентів на основі узгодження ціни (P) в межах співвідношення попиту (D) та пропозиції (S) на безпечні товари (послуги) в моделі ринкового механізму забезпечення безпеки споживання (рис. 5.7) [150].

Агентів взаємодії (*Agents*, див. рис. 5.6) розділимо на агентів попиту безпечних товарів (послуг) і агентів пропозиції. До першої групи віднесемо суспільство, людину, підприємства, які є споживачами продукції; органи державної влади, міжнародні організації, зарубіжних торговельних партнерів, громадські об'єднання, які також створюють передумови для зростання попиту на безпечні для споживання товари (послуги). Другу групу формують суб'єкти, задіяні у виробництві, розподілі, просуванні та реалізації безпечних для споживання товарів (послуг). Сюди віднесемо також науководослідні установи, які удосконалюють товари та послуги для задоволення потреб більш високого рівня. Лідери думок впливають на усвідомлення потреб та обґрунтування критеріїв вибору товарів (послуг). При цьому слід передбачити дифузю учасників між означеними групами агентів, а також те, що виробники також виступають споживачами на B2B ринку.

У запропонованій мультиагентській моделі ціна $\{P\}$ входить до складу множини інтересів (*Interests*, див. рис. 5.6) учасників процесу забезпечення безпеки споживання (держави,

підприємство, суспільство). Наявність різних груп інтересів у агентів взаємодії обумовлює складність системи забезпечення безпеки споживання та її взаємозв'язок із інформаційним, міжнародним, соціально-культурним і технологічним середовищем (*Areas*, див. рис. 5.6). Агенти процесу забезпечення безпеки споживання взаємодіють в інституціональному середовищі під впливом формальних і неформальних норм (*Institutes*, див. рис. 5.6), які модернізуються в процесі євроінтеграції.



i – номер агента; j – ринок (сегмент, сфера) забезпечення безпеки споживання; P – ціна забезпечення безпеки споживання; D_{1j}^P – попит на безпечні (екологічні, «зелені») товари (послуги); t – час, за якого розглядається споживання; S_{2j}^P – пропозиція безпечних товарів (послуг) на ринку (сегменті); C – константа ітерації для ринкового механізму досягнення рівноваги в системі забезпечення безпеки споживання.

Рис. 5.7. Динамічне відображення взаємодії учасників мультиагентської моделі забезпечення безпеки споживання
Складено за [150]

З урахуванням цих параметрів мультиагентська модель забезпечення безпеки споживання (рис. 5.8) відображає взаємодію агентів

в рамках інституціональних норм, зорієнтована на гармонізацію інтересів держави, підприємництва та суспільства на основі ринкового узгодження ціни в рамках співвідношення попиту та пропозиції на безпечні товари (послуги). При цьому, крім узгодження параметрів попиту й пропозиції, в основу моделі покладається досягнення бажаного рівня задоволення інтересів учасників процесу, тобто максимізація зближення інтересів розглядається як досягнення рівноважного стану системи.

В основу моделі (див. рис. 5.8) покладені визначені у п. 5.1 напрями забезпечення безпеки споживання (зростання попиту на безпечні товари (послуги), виробництво товарів на засадах безпечного споживання, підвищення громадської свідомості, виховання на принципах сталого споживання та забезпечення відповідності експорту (імпорту) європейським стандартам).

Згідно моделі, зростання попиту на безпечні товари (послуги) визначатиметься попитом з боку споживачів (D_{sg}^P) та пропозицією підприємств-виробників (S_{sg}^P) і торговельних мереж (S_{sg}^P). Зростання вартості попиту в наступному періоді визначатиметься поточною ціною та різницею між попитом і пропозицією безпечних товарів з певним кроком ітерації, що безперечно сприятиме задоволенню економічних інтересів всіх агентів взаємодії: підприємств-виробників (збільшення доходів), держави (підвищення рівня безпечності товарів, збільшення податків) і суспільства (споживання безпечних товарів, забезпечення здоров'я і добробуту населення).

Таким чином, задоволення або гармонізацію економічних інтересів доцільно розглядати як незмінність сформованої системи інтересів та рівня їх задоволення впродовж певного періоду часу ($Interests(t+1) = Interests(t)$) або як відповідність поточного та перспективного рівня задоволення інтересів бажаному значенню ($Interests(t) \equiv Interests'$; $Interests(t+1) \equiv Interests'$). Відповідність інтересів визначається на рівні певного агента процесузабезпечення

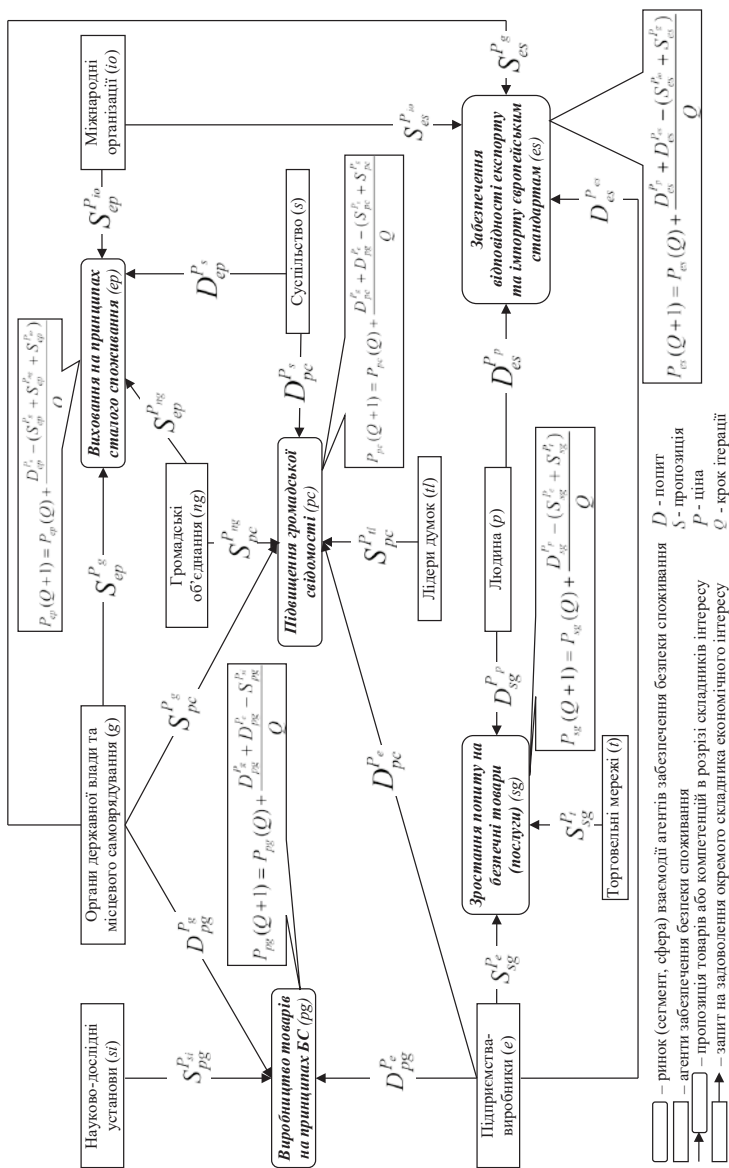


Рис. 5.8. Модель мультиагентської взаємодії учасників процесу забезпечення безпеки споживання

Складено автором з урахуванням [150]

безпеки споживання ($Agents(Interests(t+1)) \geq Agents(Interests(t))$) або ($Agents(Interests(t)) \equiv Agents(Interests'(t))$). Оскільки досягнення такої повної відповідності інтересів є об'єктивно неможливим, то для мультиагентської моделі введемо діапазон відповідності інтересів: ($Agents(Interests \pm Interests(t+1)) \geq Agents(Interests(t))$).

Слід зазначити, що на формування необхідних для забезпечення споживання потреб та інтересів у різних агентів взаємодії впливає одержана освіта, як базова передумова впровадження принципів сталого споживання та виробництва у соціально-економічний розвиток України. На нашу думку, це також сприятиме розробленню та імплементації положень моделі інклюзивного розвитку як окремих індивідів, соціальних груп, так і локальних територій. Погодись із [518, с. 47], що обставини, які складаються навколо проблеми безпечного і здорового споживання, вимагають всеохоплюючих, конкретних, узгоджених і відповідальних дій з боку влади, науковців, громадських об'єднань і населення. Про невідкладність розв'язання цих проблем свідчить, щонайперше, ескалація серцево-судинних і онкологічних захворювань, яка, виходячи із застережень науковців щодо наслідків наукових новацій, хоча б у харчовій промисловості, зумовлена не лише гіподинамією, погіршенням показників екологічного забруднення або ж генетичною спадковістю, а технологічними перемогами цивілізації у галузях, продукти виробництва яких супроводжують людину [518, с. 47].

Як зазначалося вище, для створення попиту на безпечні товари (послуги) необхідно переконати споживачів у важливості переходу на стале споживання через формування динамічної концепції освіти в інтересах сталого розвитку [266, с. 19]. Така концепція повинна трансформувати культуру споживання населення для забезпечення демократичних свобод у конструюванні власного здорового способу життя та державної політики споживання [126, с. 165]. Сприяти цьому можуть програми міжнародної технічної допомоги, подібні до Об'єднаної ініціативи «зеленої економіки»

чи десятирічної програми сталого споживання та виробництва (Sustainable Consumption and Production, SCP) [22, с. 11].

З урахуванням викладеного вище та у пп. 3.4, 5.1 тощо, наголошено на ролі освіти та сім'ї як базових передумов впровадження принципів сталого споживання та виробництва в Україні для ЗБС. На нашу думку, це сприятиме розробленню та імплементації положень концепції інклюзивності стосовно розвитку як окремих індивідів, соціальних груп, так і певних територій.

Проводячи паралель із етичним споживанням, детально розглянуте в [267], яке є, з нашого погляду, невід'ємним складником безпеки споживання у її стратегічній перспективі, можна стверджувати, що основним завданням громадського руху забезпечення безпеки споживання повинна стати просвітницька діяльність. Як зазначає [267], перспективою відповідального споживання в Україні повинно стати створення загальнонаціонального руху за дотримання етичних принципів споживання. На нашу думку, для кращого розуміння та дотримання цих принципів для більшої частини населення нашої країни краще апелювати до необхідності забезпечення безпеки споживання. Можна погодитись із тезою, що поточна соціально-економічна ситуація дає підстави сподіватися на нові можливості для розвитку. Так, за останній час вітчизняні покупці проявляють високу свідомість, патріотизм, прагнення захистити свою економіку, згуртованість та творчість.

Дослідження сучасних тенденцій в освітній діяльності доцільно проводити в поєднанні з тенденціями соціально-економічного розвитку країн і окремих регіонів. Конвергенція та уніфікація стандартів у торгівлі, управлінні, екології, соціальній сфері обумовлюють впровадження єдиної системи норм і правил в освітньому процесі, у тому числі при підготовці професійно-технічних спеціалістів для підприємств. Ця потреба актуалізується завданням інтеграції освіти, науки та бізнесу в програмах соціально-економічного розвитку регіонів, муніципальних і бізнес-проектах, ефективність

реалізації яких залежить від гармонізації інтересів учасників, їх ресурсних можливостей, наявності координуючого органу, кваліфікації і компетенції персоналу.

Важливим завданням є надання споживачам інформації стосовно складу, екологічної безпеки виробництва продукції. В даний час такі просвітницькі проекти реалізуються, але всі вони роблять акцент на шкідливості певних речовин деяких видів упаковок для здоров'я покупців, тобто апелюють до виробника. З нашого погляду, удосконалення просвітницької діяльності полягає у: (1) визначенні через впроваджені інформаційні програми конкретні вимоги перед споживачем, на якого покладена така ж моральна відповідальність за спожиту продукцію, як і на виробника; (2) лобіювання створення інституціонального базису регулювання виробництва продукції із заборонаю аморальних та антисоціальних способів і технологій виготовлення товарів (послуг); (3) викриття несумлінних виробників і бойкотування їх продукції [267].

У розвинених країнах споживачі переважно надають перевагу компаніям та організаціям, які проявляють турботу про добробут суспільства, відмовляються від виробництва товарів, що суперечать суспільним інтересам, не завдають шкоди довкіллю, піклуються про збереження екологічної рівноваги та використовують «зелені» та екологічно безпечні і ресурсощадні технології у виробництві.

В даний час реальною можливістю для вітчизняного споживача здійснити усвідомлений вибір продукції, урахувавши її вплив на здоров'я і довкілля, є ознайомлення з маркуванням етикеток й упаковки [23]. Причому все більшої уваги споживач приділяє 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 на основі оцінювання життєвого циклу

продукту, підвищенню свідомості громадськості про екологічні продукти, що виходять за межі маркованої групи [519, с. 14].

На сучасному етапі розвитку глобальної економіки і обґрунтованої А. Крисоватим, Р. Зваричем, І. Зварич, А. Мокієм парадигми альтерглобалізації [520, с. 7], виникає потреба у формуванні культури споживання. Становлення цінностей особистого споживання потребує методологічного підґрунтя такої моделі споживання. У межах концепції сталого споживання актуальним є формування споживчих звичок, які допомагають не стільки заощаджувати кошти, а й поліпшувати здоров'я, дозволяють зберігати ресурси та обмежувати негативний вплив на довкілля. Останнє є домінантою якості життя людей, особливо у великих містах (йдеться про раціональність вибору в умовах обмеженості часу, зберігання, утилізації). Поширення засад раціональної культури споживання в сім'ї і домогосподарстві здійснюється в таких формах: емуляція дітьми поведінки споживачів своєї сім'ї з подальшою їх асиміляцією; формування відповідального ставлення до споживання у зіставленні з реальними потребами; формування психологічного імунітету до реклами і стереотипів престижного та ірраціонального споживання; залучення до креативної трудової діяльності, що сприяє людському розвитку [521].

І цьому має сприяти, не лише, як зазначено в межах Національної парадигми сталого розвитку [149], формування культури сталого споживання. Перспективною формою розвитку безпеки споживання може стати викладання навчальної дисципліни «Безпека споживання» у навчальних закладах за умови відповідності навчальних програм сучасним досягненням науки [518, с. 50].

Як зазначає [514, с. 16–17], психологічно найбільше запам'ятовуються правила, які надаються в дитинстві людини. Саме за свідомого ставлення до споживання молодого покоління виробникам та продавцям складніше буде маніпулювати поведінкою

покупців. Зокрема, при викладанні теорії маркетингу повинна формуватися культура сталого виробництва у студентів. Яка повинна передбачати врахування принципів соціально-етичного, відповідального маркетингу, як в процесі планування продукції, так і на етапах менеджменту якості, її просування до споживача. Важливим у цьому вважаємо спрямування викладання у напрямі, щоб студенти у науковій, навчальній і професійній діяльності не застосовували неетичні методи збільшення прибутку, деструктивного маркетингу (нав'язування, введення в оману, несумлінної конкуренції тощо), а навпаки сприяли формуванню навичок безпеки споживання як передумови сталого споживання, виробництва і розвитку держави.

У контексті досягнення соціально-економічної справедливості за умови прийняття рішень про виробництво небезпечної продукції особами, які не є її кінцевими споживачами, складності оцінювання втрат для здоров'я людини та наслідків для екології (нечіткість, нагромадження і відтермінованість негативних ефектів), політичної інтерпретації технічного й природничо-наукового знання [522, с. 98] (формування суспільних інтересів у вирішенні проблем через їх ідентифікацію експертами, як самодостатніми групами, які визначають рівень небезпечності продукції), бюрократичних затримок та корупції, а також ієрархічності впливу технологій, вагомої ролі набуває грамотність споживача та турбота про власне здоров'я і, внаслідок цього, створення відповідних знань. Як зазначено у [518, с. 49], актуальна «турбота про себе» за нинішніх умов неможлива без відповідної освіченості споживачів.

Вадливого значення для безпеки споживання набуває неформальна освіта як організована громадянським середовищем пізнавальна діяльність з поширення знань про потенційні ризики і загрози споживання широким верствам населення, яка не упорядковується кількістю та формою освітніх заходів і не передбачає

отримання формальних підтверджень про одержані знання. Винятковість неформальної освіти з безпечного споживання полягає в тому, що вона не зорієнтована на професійне навчання, а покликана слугувати запобіганню небезпек і покращенню фізичного та духовного здоров'я громадян України за допомогою інформативних лекцій, тренінгів, дискусій, презентацій, фільмів, інтерв'ю з фахівцями. Однією з першочергових перешкод неформальній освіті є відсутність сталої громадянської мобільності і зацікавлення широких верств населення, що є неодмінною умовою створення ефективної системи неформальної освіти у контексті безпечного споживання [518, с. 48–49].

Активізація формування неформальної освіти з безпеки споживання ускладнюється віковими характеристиками соціальних суб'єктів: активність в опікуванні власним здоров'ям безпосередньо залежить від його втрати з віком [518, с. 49–50].

Основні труднощі виникають з освітою населення від 20 років і до пенсійного віку, для подолання яких необхідно змінити ставлення до власного здоров'я. Сучасна криза ідентичності, спричинена глобалізацією, через технологічні ризики, нестачу достовірного експертного знання обумовлює втрату довіри громадян до авторитету науки і провідних науково-технічних закладів, акумулювання незадоволення законодавчою і виконавчою владою та загострення соціальної напруги [518, с. 50]. Ймовірно, для цієї категорії споживачів мативацією до неформальної освіти з приводу ЗБС може бути турбота про близьких (дітей та дорослого покоління). Також погодимось і підкреслимо, що окрім гострої необхідності державної підтримки неформальної освіти нагальною проблемою є підґрунтя професійних освітянських кадрів.

Таким чином, для виховання суспільства на засадах забезпечення споживання та запровадження відповідних освітніх програм необхідно інтегрувати зусилля держави на різних рівнях системної ієрархії управління (національному, регіональному)

за різними напрямками (освіта, охорона здоров'я, тощо) суспільства, підприємництва та їх об'єднань, а також кінцевих споживачів. Важливим вбачається значення просвітницької діяльності, зокрема в межах неформальної освіти, яка може надаватися громадськими об'єднаннями. Актуальним також є розроблення навчальних програм на різних освітніх рівнях: дитячі садки – школи – ВНЗ, післядипломна освіта, підвищення кваліфікації, самоосвіта (тренінги, вебінари). Необхідною передумовою є організація «освіти освітян», завдяки якій має відбуватися подальша популяризація підходів до ЗБС. Відповідні заходи можна запроваджувати за напрямками діяльності бізнес-асоціацій (виставки, форуми, тренінги, семінари тощо), перевагою яких є професіоналізм, масштаб охоплення, інноваційність, досвід із залучення міжнародної технічної допомоги як джерела фінансування в умовах складної економічної ситуації.

Очікуваними результатами щодо освітніх послуг з приводу ЗБС стануть:

- оволодіння знаннями щодо основних положень безпечного споживання (вибір на користь раціональності замість надмірності, турбота про здоров'я, довкілля та майбутній розвиток; розуміння необхідності оцінювання впливу на безпеку споживання товарів (послуг), процесів виробництва, транспортування, зберігання, використання та утилізації);
- здобуття навичок та вмінь використання одержаних знань (пошук, сприйняття інформації; оцінювання ризиків та загроз; вибір альтернатив; аналіз результатів споживання);
- формування активної громадської позиції щодо: захисту прав споживачів, забезпечення попиту на продукцію соціально-відповідального бізнесу, обміну інформацією про небезпечні товари (RAPEX, соціальні мережі) або інші загрози безпеці споживання (склад, діяльність виробника, проблеми утилізації тощо).

5.3. Використання міжнародної технічної допомоги для забезпечення безпеки споживання в Україні

Одним із джерел фінансування заходів із забезпечення безпеки споживання на різних рівнях системної ієрархії управління може бути залучення міжнародної технічної допомоги (МТД). Враховуючи невизначену, турбулентну соціально-економічну ситуацію в Україні, ускладнену впливом чинників ендегенного та екзогенного характеру, які за неприйняття необхідних заходів можуть бути загрозливими для безпеки споживання, доцільним вважаємо проаналізувати можливість розроблення шляхів його забезпечення на основі міжнародного співробітництва.

Останні десятиліття розвиненими країнами надається значна підтримка в проведенні соціально-економічних і політичних реформ країнам, що розвиваються (або перебувають на стадії ринкових трансформацій) у вигляді міжнародної технічної і гуманітарної допомоги, кредитів на пільгових умовах на погашення зовнішньої заборгованості. Міжнародна технічна допомога (МТД) є важливим інструментом прискорення інтеграції України до глобальної економіки та мегарегіональних економічних утворень, сприяння сталому соціально-економічному розвитку, вирішення структурних та інституціональних проблем, а також забезпечення економічної безпеки держави, у тому числі безпеки споживання. Ґрунтовне дослідження впливу МТД на економіку є передумовою створення ефективних взаємовідносин з міжнародними донорами, раціонального планування змісту та бюджетів проектів і програм МТД.

Наявність значної кількості визначень МТД потребує уточнення з урахуванням світової практики (табл. 5.2). Відповідно до цих тлумачень МТД має певні особливості: носить цільовий характер, тобто може бути використана у визначених у програмі цілях; грошові кошти в рамках МТД не надхо-

дять безпосередньо в розпорядження країни-реципієнта, а спрямовуються на оплату й організацію роботи відповідних фахівців [523].

Поняття «технічне співробітництво» в Європейській комісії та ОЕСР (див. табл. 5.2) розглядається в межах технічної допомоги. Технічне співробітництво передбачає сприяння розвитку через освітні заходи, а технічна допомога – через персонал, який забезпечує технічне співробітництво. На нашу думку, поняття «технічне співробітництво» є ширшим і потребує окремого дослідження, тому запропоновані трактування пропонуємо розглядати як різні аспекти категорії «технічна допомога».

Таблиця 5.2

Сутнісні характеристик термінологічного апарату МТД

Інституція	Термін	Сутнісна ознака
1	2	3
Європейська комісія [524]	«технічне співробітництво» (technical cooperation)	надання нау-хау у формі персоналу, забезпечення навчання, дослідження з метою прямого двостороннього технічного співробітництва, взаємодопомоги та супутніх витрат
	«технічна допомога» (technical assistance)	розглядається у формі залучення кадрів для розвитку знань, навичок, технічного нау-хау, продуктивних сил тощо
Організації з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [525]	офіційна допомога у розвитку	є гранти та позики, які надаються країнам та регіонам
	технічне співробітництво	надання грантів громадянам і організаціям на проведення освітніх заходів країні або за її межами; оплата послуг консультантів, радників і персоналу, а також викладачів та адміністративних працівників в країнах-реципієнтах, включно з вартістю необхідного обладнання
Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) [526, с. 57]	МТД	надання за участю місцевих або міжнародних спеціалістів інформації, професійного навчання, консалтингових послуг, практичних знань, а також технічних ресурсів
Міжнародний валютний фонд (МВФ) [526]	МТД	спрямування персоналу, експертів, радників для проведення технічних чи діагностичних досліджень, курсів навчання чи підвищення кваліфікації, консультацій

Продовження таблиці 5.2

1	2	3
Кістерський Л. [527, с. 18]	технічна допомога	передача країнам-реципієнтам ресурсів на безвідплатній і неповоротній основі для підтримки соціально-економічного розвитку та ринкових перетворень у країнах реципієнтах; цільове використання та нефінансова форма допомоги

Розроблено автором

Вітчизняне законодавство розкриває поняття «міжнародна технічна допомога», як: «ресурси, які відповідно до міжнародних договорів України надаються донорами (державами, урядами іноземних держав, а також організаціями, установами, фондами, уповноваженими урядами іноземних держав, міжнародними організаціями, що надають міжнародну технічну допомогу Україні) на безоплатній основі Україні для здійснення програм, проектів міжнародної технічної допомоги з метою проведення реформ та реалізації програм соціально-економічного розвитку України» [528]. Така допомога надається у вигляді: передачі у власність, користування майна і майнових прав, яке ввозиться або набувається в Україні; робіт і послуг; прав інтелектуальної власності; фінансових ресурсів (грантів) у національній чи іноземній валюті; консультацій із залученням експертів, у тому числі іноземних; фінансування витрат на навчання та підвищення кваліфікації спеціалістів; обміну спеціалістами; грантів [528].

Міжнародна технічна допомога надається Україні практично в усіх секторах економіки та суспільного життя більше, ніж 20-а країнами світу (США, ЄС, Канада, Німеччина, Швеція, Швейцарія, Японія, Данія тощо), а також міжнародними організаціями (ООН, Світовий банк, ЄБРР). Аналізуючи хронологію (рис. 5.9) отримання донорської допомоги, варто звернути увагу на пікові роки (2008 р., 2013–2017 рр.), коли істотні політичні та економічні зміни (фінансово-економічна криза 2008–2009 рр.; революція гідності 2013–2014 рр.; укладення Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та її імплементація; реформа

децентралізації; судова, медична та освітня реформи) підкріплювалися значними обсягами зовнішньої фінансової підтримки.

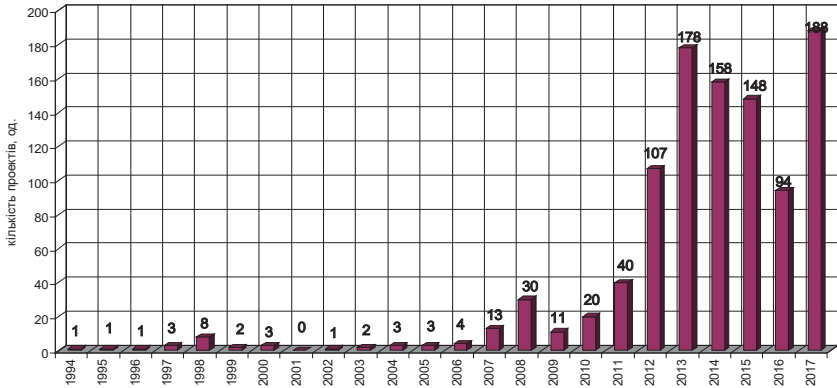


Рис. 5.9. Динаміка зростання кількості проектів МТД, реалізованих в Україні (1994–2017), од.

Складено за [529]

У регіональному вимірі більшість проектів спрямовувалися у західні (Львівська, Закарпатська, Волинська, Івано-Франківська) та Київську області, а також на національний рівень (рис. 5.10). Це може бути пояснено: (1) територіальною близькістю до країн ЄС, менталітетом і навичками населення в діяльності організацій і установ; (2) апробованими процедурами поширення, реалізації та звітування в цих регіонах; (3) зацікавленістю сусідніх країн у розвитку прикордонних територій.

В секторальній структурі (рис. 5.11) у 1994–2015 рр. найбільше фінансувалися проекти і програми МТД, пов'язані з ядерною безпекою (26,6%), підтримкою промисловості та малого і середнього підприємництва (19,9%), енергетики та енергоефективності (16,7%), очищенням водних ресурсів і антисанітарією (12,7%).

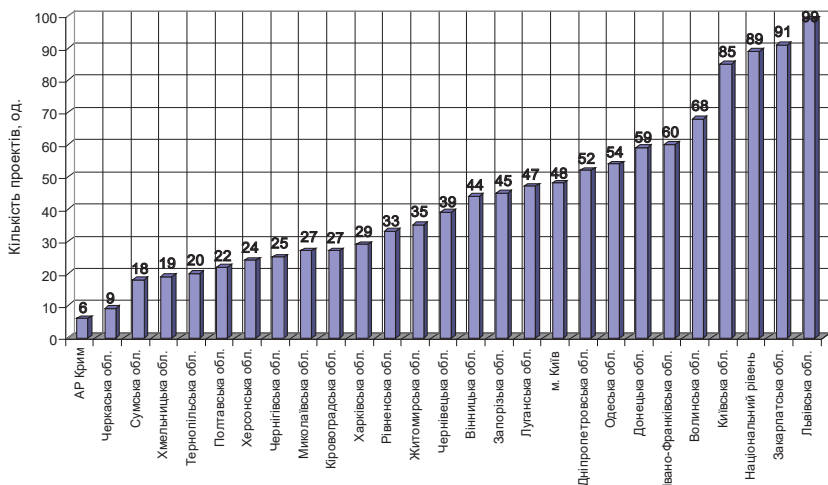


Рис. 5.10. Просторова структура проєктів і програм МТД в Україні (1994–2017), од.

Складено за [529]

Така структурна побудова пов'язана з пріоритетністю безпекових заходів на об'єктах атомних електростанцій, утилізацією ядерного палива, охороною навколишнього природного середовища, необхідністю енергетичної модернізації житлово-комунального сектору, промислових підприємств та удосконаленням підходів до управління підприємствами сектору малого та середнього бізнесу.

В умовах євроінтеграції України значної секторальної підтримки з боку ЄС, з одного боку, та військово-політичного конфлікту з РФ і створення зовнішньо-торгівельних бар'єрів, – з іншого, пріоритетні галузі, обсяги фінансування та ключові країни-донори МТД також змінилися (рис. 5.12).

Вагомим зовнішнім викликом погіршення показників соціально-економічного розвитку України, стали анексія АР

Крим та збройний конфлікт на території Донецької і Луганської областей. У зв'язку з цим, у 2015–2017 рр. значно зростає кількість і обсяги фінансування проектів і програм, спрямованих на відновлення Донбасу, підтримку, поселення та працевлаштування внутрішньо-переміщених осіб (ВПО), соціальну та психологічну адаптацію учасників антитерористичної операції (АТО), підтримку національної безпеки й оборони України та її регіонів. Розпочаті реформи децентралізації, медицини, освіти, поліції, судової системи були підкріплені відповідними проектами МТД, про що свідчать значні обсяги фінансування за цими секторами. При цьому питання енергетичної ефективності, безпеки споживання, екології, розвитку інфраструктури, банківського та фінансового сектору в Україні не виходили за межі інтересів міжнародних донорів.

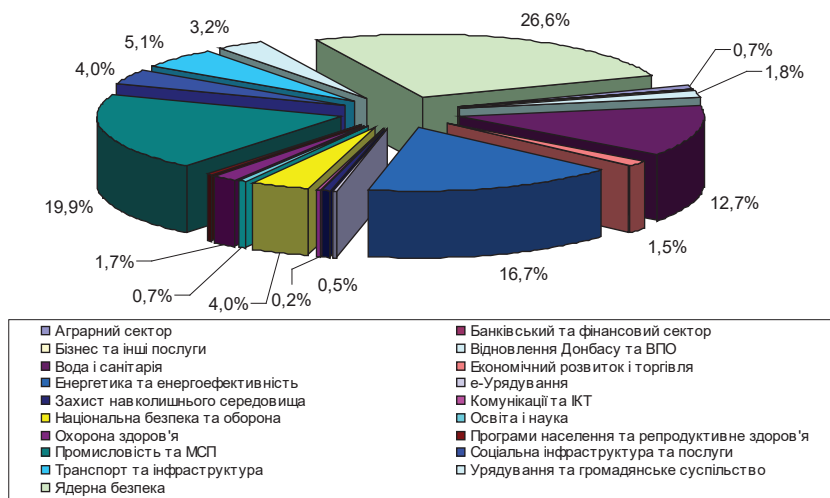
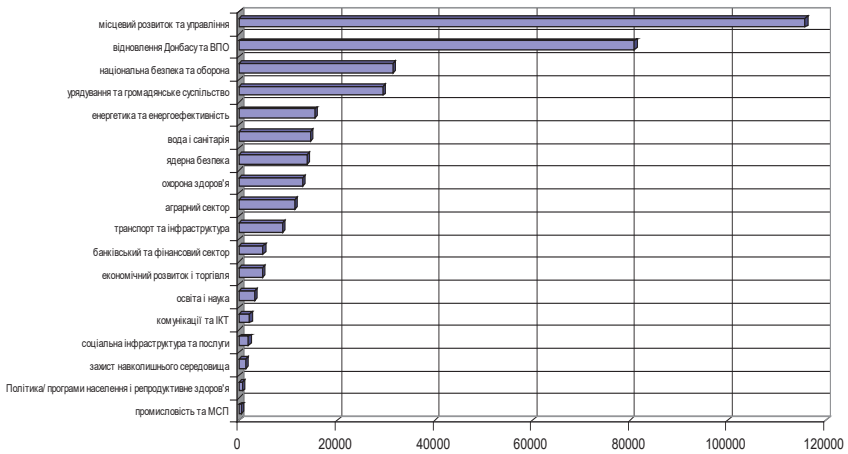


Рис. 5.11. Секторальна структура проектів і програм МТД в Україні (1994–2015), млн дол. США

Складено за [529]



Обсяги допомоги, тис. дол. США

Рис. 5.12. Обсяги проектів і програм МТД (2015–2017), тис. дол. США

Складено за [529]

Ключовими донорами України у 2018–2020 рр. стали США, ЄС, Швеція, Японія, а також окремі фінансові інституції цих країн (Шведська міжнародна агенція з розвитку і співпраці (SIDA), Шведський орган по радіаційній безпеці (SSM), Державний департамент США, Міністерство оборони США, Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), Японське агентство міжнародного співробітництва (JICA) та інші).

За даними статистики [529], у 2017 р. в Україні реалізовувалося 547 проектів міжнародної допомоги обсягом понад 5,7 млрд дол. США (рис. 5.13). Співробітництво з надання МТД здійснювалося із понад 15 країнами, зокрема із США, ЄС, Канадою, Німеччиною, Швецією, Швейцарією, Японією, Данією, а також з понад 20 міжнародними організаціями (ООН, Світовий банк, ЄБРР та інші) [529].

Розділ 5. Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

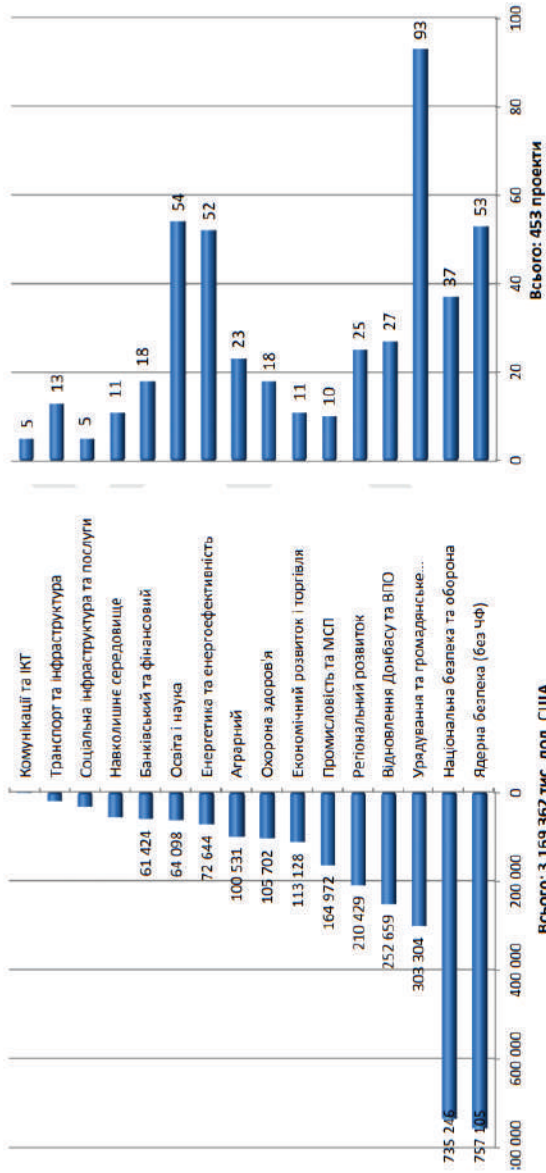


Рис. 5.13. Розподіл обсягів МТД та кількості проектів за секторами

Складено за [529]

Із загального обсягу МТД на проекти, що фінансуються з Чорнобильського Фонду Укриття та Рахунку ядерної безпеки, виділено 2,4 млрд дол. США, на державний сектор виділено близько 3,1 млрд дол. США. Значна частина цих ресурсів передбачалась на здійснення реформ: антикорупційної, енергетичної, державної служби, децентралізації, судової, поліції, транспортної, медичної, освітньої. Громадським організаціям за останні роки виділено 214 млн дол. США, бізнесу – 156 млн дол. США, безпосередньо громадянам – 121 млн дол. США.

Незважаючи на тривалий досвід співпраці України з зарубіжними донорами, в суспільстві, наукових і політичних колах тривають дискусії щодо ефективності МТД. Дослідники зазначають [530, с. 17], що оцінювання реального впливу програм і проектів міжнародних донорів на економічні перетворення є надзвичайно складним завданням. Існуючі методи оцінювання ефективності допомоги можна узагальнити [531; 532] за збільшенням аналітичної потужності, як: експертно-описові (експертний метод, метод конкретної оцінки ефективності); методи визначення потенціалу поліпшення ефективності (бенчмаркінг одиничних витрат та порівняльний аналіз інших показників часткової ефективності; метод відстежування витрат; фінансовий аналіз; порівняльний рейтинг зацікавлених сторін) та методи порівняння ефективності всіх втручань (аналіз витрат і вигід; метод ефектів; аналіз ефективності витрат). В науково-практичній площині важливим завданням є пошук методик кількісного оцінювання ефективності МТД. У світовій практиці головним індикатором ефективності МТД є створені на її основі товари (послуги), які продовжать існувати після завершення проектів. Проте, економісти приходять до висновку, що не існує тісного взаємозв'язку між обсягами допомоги та економічним зростанням.

Технічна допомога неодноразово піддавалася критиці в багатьох країнах, що стало стимулом для зміни її концепції, а саме традицій-

ного підходу як «трансфер навичок» на стратегічний – «розвиток потенціалу» з акцентом на його ефективності [530].

Якщо окремі науковці вважають допомогу країн-лідерів більше політичним інструментом, ніж «добрими намірами», які не можуть позитивно вплинути на розвиток [533, с. 536], інші дотримуються положення, що розвинені країни зобов'язані допомагати менше розвиненим. Це в умовах зростання взаємозалежності та досягнення соціальної рівності є пріоритетом довгострокових інтересів розвинених країн [534]. На нашу думку, альтруїзм розвинених країн в фінансовій допомозі є маловірогідним. Переважно передбачаються політичні та економічні вигоди, наприклад, активна підтримка лідерів суспільної думки з політичним підтекстом, надання пов'язаної допомоги із зобов'язаннями щодо постачання товарів (послуг) з країн-донорів. Якщо розглядати ключових донорів – ЄС і США через різні інституції (МВФ, ЄК, ЄБРР та інші організації), очевидними є політичні вигоди – противага Росії, економічні – адаптація інституціонального середовища для розширення ринків збуту та перенесення виробничих потужностей в Україну з більш дешевою, але інтелектуально розвинутою робочою силою та значною сировинною базою.

Використання ресурсів міжнародних донорів викликає дискусії серед державних діячів, науковців і громадськості, особливо в контексті забезпечення національної безпеки, у тому числі безпеки споживання. Стислий аналіз результатів реалізації проектів і програм МТД в різних країнах світу доводить неоднозначність результатів підтримки, оскільки в одних країнах зовнішня допомога істотно вплинула на соціально-економічний і політичний розвиток, а в інших – спостерігається негативний ефект. В нашій країні поза увагою залишається ефективність МТД, вплив програм і проектів на динаміку трансформаційних процесів, показники якості життя населення в контексті економічної безпеки держави.

Дискусійним залишається вплив МТД на економічну безпеку держави, оскільки надання допомоги передбачає нав'язування країною-донором певної політичної позиції (рис. 5.14). Політичний аспект надання МТД зумовлює втрату самостійності у прийнятті стратегічних рішень з міжнародної інтеграції, обрання постачальників продукції, особливо, коли завдання та зміст проектів і програм МТД не відповідає стратегічним цілям економічних і соціальних реформ. Країна, регіон чи організація-реципієнт допомоги не має інших альтернатив, ніж розвиток за апробованим на інших суб'єктах сценарієм. Вагомими залишаються загрози, пов'язані з втратою самостійності та інноваційності, нав'язуванням персоналу певної позиції чи відтік інтелектуального капіталу. Важливим є покращення інформованості суспільства щодо МТД, залучення громадськості до планування та реалізації допомоги, що дозволить підвищити рівень суспільної підтримки та довіри до міжнародної допомоги.

Загальною проблемою в отриманні Україною МТД є її низька ефективність, незначний, а інколи й невизначений вплив на розвиток окремих сфер діяльності. Насамперед, це пов'язано із внутрішніми проблемами внаслідок недосконалості інституціонального базису залучення та використання МТД, істотними правовими та організаційними прогалинами адміністрування. Все це, посилене складнощами та бюрократичними затягуваннями в процедурах реєстрації обумовлює цілу низку інших проблем: відсутність прозорості у здійсненні політики щодо реалізації проектів технічної допомоги; низький рівень зацікавленості окремих бенефіціарів та реципієнтів МТД у ретельному та якісному плануванні та моніторингу проектів; неналежний нагляд з боку бенефіціарів за реалізацією проектів, неефективне використання ресурсів тощо. Не менше вагомими є проблеми з боку донорів – недостатньо якісна і об'єктивна інформація стосовно регіонів, окремих галузей, реципієнтів МТД; недостатня скоординованість допомоги, неузгодженість із пріоритетами розвитку країни-реципієнта МТД.



Рис. 5.14. Структурно-функціональна побудова МТД в системі національної безпеки з позицій ЗБС

Розроблено автором

Системний аналіз реалізовуваних проєктів показує, що на вирішення безпекових завдань спрямовані лише окремі з них, зокрема проєкти з фізичної та ядерної безпеки, утилізації ядерного палива. На забезпеченні гідних умов життя населення, охороні навколишнього середовища, доступі до освіти зосереджені лише 13 проєктів і програм, і тільки 3 («Програма підтримки «зеленої» модернізації української економіки» Уряду

Німеччини, «Програма залучення до спільної біологічної діяльності» Уряду США, «Створення системи контролю за безпекою харчових продуктів на основі оцінки ризиків у циклі виробництва та збуту молочних продуктів» Уряду Швейцарії) стосуються безпеки споживання.

Зазначимо, що для ООН традиційними є завдання зниження рівня бідності, пом'якшення соціальних ризиків і зміцнення середнього класу; всебічний і гармонійний людський розвиток (поліпшення доступу до якісної освіти, підвищення частки населення, яке користується питною водою), охорона довкілля (зменшення показника викидів CO₂ на душу населення). Так, 30 листопада 2017 р. підписано рамкову програму партнерства між Кабінетом Міністрів України та ООН на 2018–2022 рр. обсягом близько 675 млн дол. США. Ключовими напрямками допомоги стануть такі актуальні в контексті безпеки споживання, як: стале економічне зростання, навколишнє середовище, зайнятість; рівний доступ до якісних та інклюзивних послуг і соціального захисту; безпека громад, соціальна єдність і відновлення з акцентом на проблемах Східних областей України [529]. Ці напрями пов'язані, насамперед, з векторами руху «Безпека держави, бізнесу та громадян» і «Відповідальність і соціальна справедливість» Стратегії сталого розвитку «Україна–2020» та Указом Президента України «Про Цілі сталого розвитку для України до 2030 року» [535].

Очевидно, що такі проекти і програми не матимуть прямого економічного чи політичного ефекту, проте в умовах нестачі бюджетних коштів мають надзвичайно важливе значення для країни.

Для забезпечення БС важливим є стимулювання розвитку підприємництва на відповідних засадах, чому має сприяти створення умов інноваційного зростання.

5.4. Зміцнення безпеки споживання на основі інклюзивного розвитку та використання інноваційного потенціалу регіонів

Зміцнення безпеки споживання має відбуватися на всіх рівнях системної ієрархії (державний, регіональний, місцевий), при цьому заходи державного рівня пов'язані переважно з реалізацією стратегічних пріоритетів, удосконаленням інституціонального базису, модернізацією державної політики у забезпечення споживання. На регіональному рівні забезпечення безпеки споживання значною мірою визначається соціально-економічним розвитком області чи громади, рівнем освіти і заробітної плати, якістю життя населення, наявністю інноваційно-активних підприємств. Все це формує інноваційний потенціал регіону, який має важливе значення для забезпечення безпеки споживання, тому що впровадження змін у технологічні процеси виробництва та забезпечення безпекових характеристик товарів (послуг) саме й відбувається на основі інноваційного розвитку. Головна причина низького рівня інноваційної активності полягає у тому, що не вдається об'єднати в єдине ціле основні складники національної інноваційної системи – бізнес, науку, освіту і державу.

Інноваційний розвиток регіонів визначається взаємодією трьох складників: наявністю державної підтримки, участю великих підприємств, залученням малого бізнесу. При цьому інтенсифікація інноваційної активності в регіоні передбачає тісну взаємодію із зовнішнім середовищем. Перешкодою для інноваційної діяльності найчастіше є не стільки нерозвиненість інноваційної інфраструктури та відсутність інвестицій, скільки недостатній розвиток маркетингової інформаційної системи та використання інструментарію вивчення господарської діяльності провідних галузей, відсутність зв'язку із зовнішнім ринком, особливо малого та середнього підприємництва. В контексті безпеки споживання актуальним

є визначення пріоритетної для інноваційного розвитку смарт-спеціалізації та використання обмежених ресурсів для досягнення конкретних цілей.

Реалізацію проектів смарт-спеціалізації розглянемо на прикладі Запорізької області як «старопромислового» регіону з низкою гострих екологічних проблем і відповідних негативних наслідків для здоров'я населення, як вагомих загроз безпеці споживання. В регіоні протягом останніх десятиріч відбувається поступове зменшення кількості наукових організацій і їх працівників, що пов'язано з недостатнім фінансуванням та відсутністю мотиваційних механізмів залучення науковців і, головне, молодих спеціалістів до наукової діяльності.

Запорізька область входить до групи регіонів України, що складають основу економічного й інтелектуального потенціалу країни. Тут зосереджені майже всі основні галузі промисловості, з яких найбільш значущими є електроенергетика, металургія, машинобудування, металообробка і хімічна промисловість. Запорізька область характеризується високим рівнем інноваційного потенціалу.

Проте, аналіз показує, що протягом 2013–2018 рр. у області спостерігається значне зниження інноваційної активності промислових підприємств: якщо у 2013 р. цей показник становив 28,8% від загальної кількості промислових підприємств області, то у 2018 р. – менше 19%, тобто у 2018 р. лише кожне п'яте підприємство було інноваційно активним, у 2013 р. – кожне третє [536].

Станом на 2018 р. область не входить до регіонів-лідерів за інноваційною активністю, хоча цей показник вищий за середнє значення по Україні. У 2018 р. область посідала вже 8-е місце серед регіонів України за часткою інноваційно активних підприємств (у 2013 р. займала першу позицію).

Незважаючи на зменшення протягом 2013–2018 рр. кількості підприємств, які впроваджували інновації, обсяг реалізованої інно-

ваційної продукції збільшився з 1671,1 млн грн до 4041,2 млн грн (у 2,4 раза). За обсягами реалізованої інноваційної продукції область у 2018 р. посідала перше місце, що складало 22,8% загального обсягу реалізованої інноваційної продукції в Україні.

Негативним вважаємо низьку частку інноваційної продукції в обсягах реалізованої продукції області (2,3–2,4%). Незначним залишається і обсяг принципово нової інноваційної продукції, чим підтверджується, що промислові підприємства реалізують інноваційну продукцію, виробництво якої є новим лише для підприємства, але не для ринку.

Зростання випуску інноваційної продукції обумовлено збільшенням витрат підприємств на проведення інноваційної діяльності. Протягом 2013–2018 рр. в області спостерігалися позитивні тенденції збільшення витрат на проведення інноваційної діяльності: з 298,7 млн грн до 1393,4 млн грн (у 4,7 раза), на тлі їх зниження загалом в Україні на 4,7%. У 2018 р. область займала друге місце (після м. Києва) в загальних обсягах фінансування інноваційної діяльності по Україні. На область припадало 15,3% загального його обсягу.

Протягом 2013–2018 рр. інноваційні витрати в області здійснювалися на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення.

Поряд з аграрною, промисловою, у тому числі машинобудівною спеціалізацією Запорізької області сприяє тому, що 88,6% обсягу досліджень та розробок за пріоритетними напрямками розвитку науки і техніки припадає на новітні та ресурсозберігаючі технології в енергетиці, промисловості й агропромисловому комплексі. Крім цього, впроваджуються нові технології під час проектування та будівництва об'єктів сільського господарства, металургії, високотехнологічного машинобудування.

Аналіз джерел фінансування інноваційної діяльності показує, що більшість наукових робіт проводиться за власні кошти підприємств,

інвестиції частіше здійснюються у науково-технічні розробки при незначному фінансуванні фундаментальних наукових досліджень.

Найактивніше впроваджують інновації підприємства машинобудування та інформаційно-технологічної сфери. Динаміка імплементації нових технологій загалом нестабільна, але позитивна, що може бути пов'язано з наукомісткістю машинобудування, як ми показали в [537].

В господарській діяльності підприємств, залучених до розроблення інноваційних продуктів, як показав [538, с. 19] існує низка проблем, які можна проектувати на інші старопромислові регіони, та загалом на вітчизняну економіку, а саме: нестача власних коштів, недосконалість законодавчої бази, низький рівень платоспроможного попиту на нову продукцію, неготовність підприємств до нововведень і нових технологій, високий ризик, нестача інформації про нові технології, ринки збуту, значні обсяги витрат на нововведення та тривалий період їх окупності, відсутність попиту на інноваційну продукцію.

Спостерігається істотна недосконалість механізму взаємодії між споживачами і виробниками інноваційної продукції, при тому, що існує активний ринок інновацій і інтелектуальних продуктів як в Україні, так і за її межами. Причиною цього є відсутність інституціональної інфраструктури, яка б дозволила трансформувати результати НДіДКР в технології та нові продукти. З урахуванням міжнародного досвіду в Запорізькій області ця проблема повинна бути вирішена за рахунок розвитку інноваційної та інформаційної інфраструктури підприємництва: бізнес-коопераційних бюро, торгово-промислових палат, бізнес-інкубаторів, рамкових програм, консалтингових компаній.

Виходячи з зазначеного, доцільним можна вважати такі шляхи розвитку та використання інноваційного потенціалу Запорізької області на основі реалізації регіональної інноваційної системи (рис. 5.15).

Розділ 5. Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

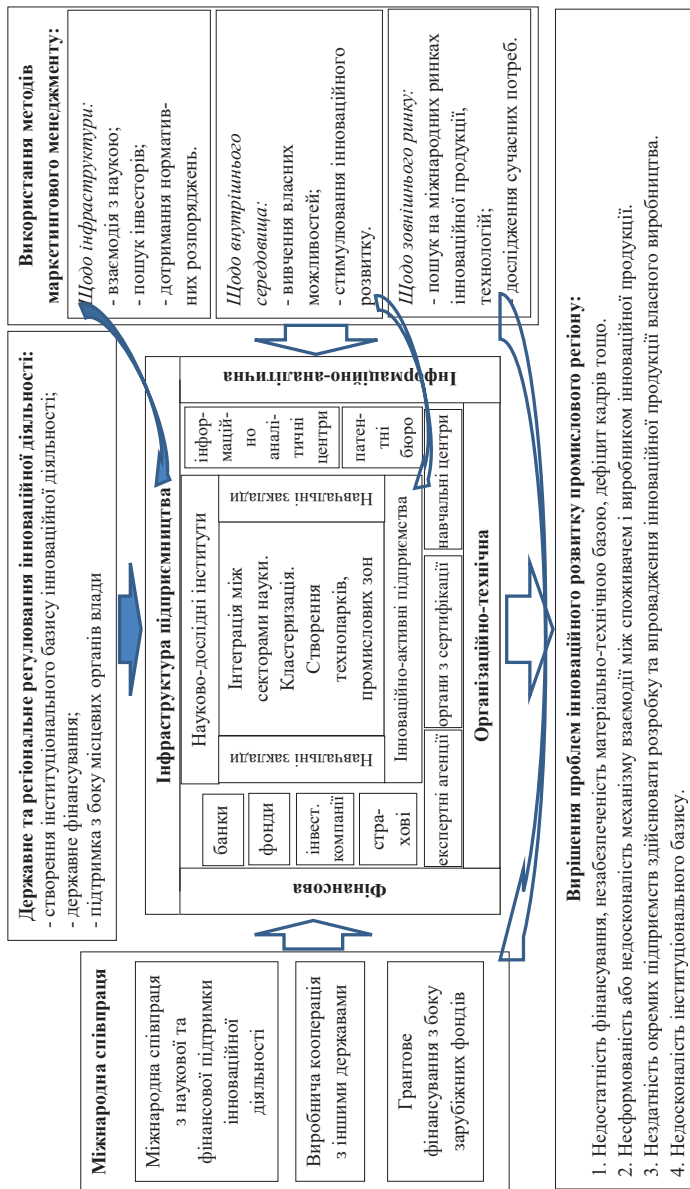


Рис. 5.15. Модель регіональної інноваційної системи

Розроблено автором

1. Вдосконалення нормативної бази, насамперед реальна підтримка з боку місцевих органів влади. Так, в області існувала цільова економічна програма інноваційного розвитку (2008–2012 рр.), метою якої було створення інноваційної інфраструктури, здатної забезпечити підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки, ефективне використання науково-технічного потенціалу через створення інноваційних підприємств. Своєчасним є оновлення і прийняття такої програми з урахуванням нових викликів в контексті забезпечення безпеки споживання товарів (послуг).

2. Міжнародна співпраця з наукової та фінансової підтримки інноваційної діяльності є однією з умов ефективного розвитку інноваційного потенціалу. Залучення фінансових ресурсів можливе як від зарубіжних фондів та компаній з управління активами, так і шляхом посилення інституційної, культурної та фінансової основи конкурсного грантового фінансування. Із цього приводу в [539] наголошується, що отримуючи конкурсні гранти, університети та інші організації стають науковими центрами не за адміністративного розпорядження, а на основі досягнень і винахідливості їх співробітників. Погоджуючись, хотілося б вказати на бар'єри реалізації цього напрямку в Україні: менталітет, бюрократія, нечесність. Важливу роль відіграє виробнича кооперація з іншими державами, яка останніми роками набула стрімкої динаміки в світі.

3. Міжрегіональна співпраця на базі кластерної моделі. Аналіз потенційних кластерів в Запорізькій області [540] дозволив виокремити декілька провідних галузей, які в найближчій перспективі можуть інтенсивно розвиватися: металургійний; теплоенергетичний; машинобудівний; транспортно-логістичний; інноваційно-освітній; регіональний будівельний; переробки відходів; швейний; агрохарчовий; бджільництва та туристично-рекреаційний (рис. 5.16).

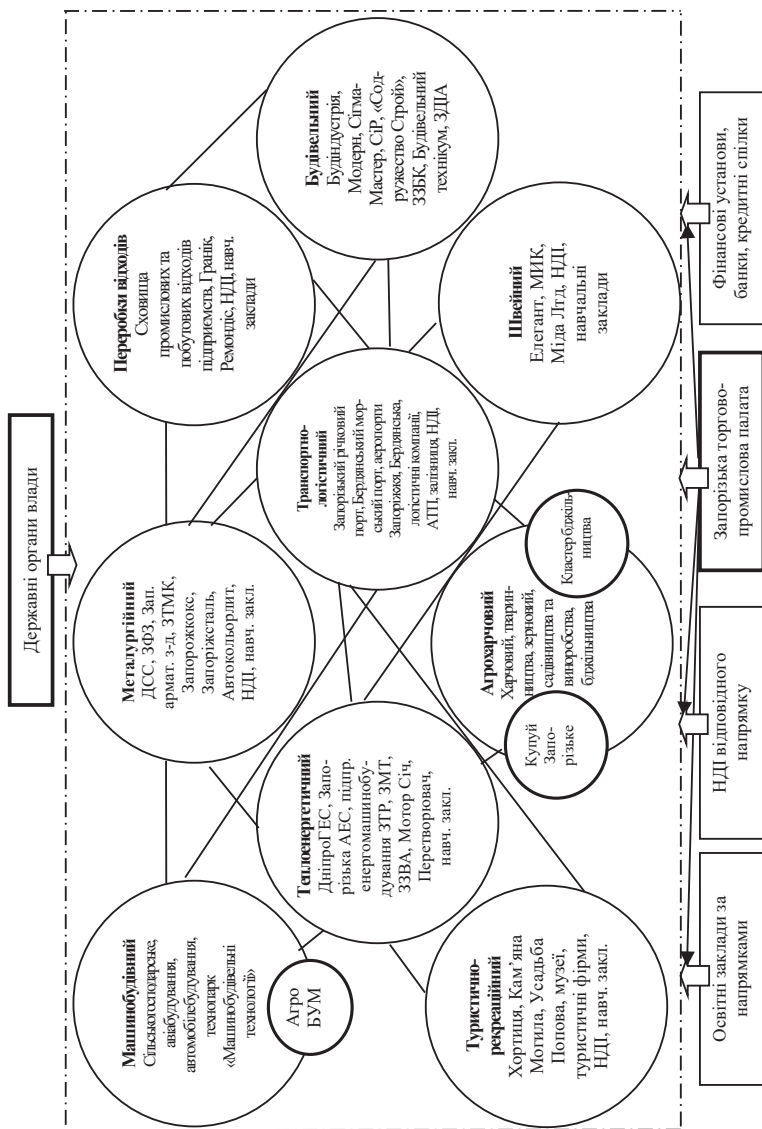


Рис. 5.16. Просторово-галузева структура кластерних утворень Запорізької області
Розроблено автором

На жаль, тим недостатня розробленість в Україні нормативно-правової бази та національних програм щодо створення кластерів, неповне розуміння сутності кластерів викликає перешкоди у їх становленні. Пріоритетним напрямом діяльності регіональних органів державного управління повинно стати усунення цих перешкод при створенні нових та розвитку існуючих кластерів. Особливої уваги заслуговує реальна підтримка кластерних ініціатив в регіонах на основі інфраструктури, яку забезпечують незалежні організації (торгово-промислові палати, спілки, асоціації, бізнес-клуби тощо).

Для Запорізької області саме кластери можуть стати генеральним напрямком реалізації конкурентних переваг та економічного зростання, а також інклюзивних засад безпеки споживання, що пов'язано з промисловою спеціалізацією регіону та наявністю значної кількості інфраструктурних підприємств, які за високої конкуренції забезпечують роботу металургійних, машинобудівних підприємств, енергогенеруючих станцій тощо.

Враховуючи особливості забезпечення безпеки споживання, наголосимо на вирішальній ролі інновацій як передумови та результату діяльності кластерів, які впливають на конкурентну боротьбу за рахунок чинників [541]: (1) підвищення продуктивності підприємств та галузей; (2) підвищення здатності до впровадження інновацій і, отже, до підвищення продуктивності; (3) стимулювання нових видів бізнесу, що підтримують інновації та розширюють межі кластера.

За М. Портером [541], хоча кластери краще всього розглядати як прояв взаємодії між усіма чотирма сторонами ромбу конкурентних переваг, самі вони є однією з його граней – споріднені та підтримуючи галузі. До них відносять торговельні асоціації, спілки, ТПП та інші організації, які підтримують членів кластеру.

В межах своєї діяльності ТПП в площині кластеризації здатні впливати на ЗБС шляхом сприяння розвитку інновацій та створення нового бізнесу, забезпечуючи:

- 1) проведення діалогу між зацікавленими сторонами: державою, виробниками, споживачами тощо;
- 2) можливість дешевого доступу до спеціалізованих чинників виробництва, зокрема до бізнес-послуг, кадрового потенціалу;
- 3) доступ до інформації на основі задоволення вимог та концентрації спеціалізованих структур збору інформації;
- 4) взаємодоповнюваність на основі сумісного маркетингу, шляхом проведення торгових виставок, рекламних кампаній, випуску журналів тощо;
- 5) доступ до організацій та суспільних благ, через розширення можливостей наймання працівників, підготовлених в процесі місцевих програм.

4. Для розв'язання проблем дефіциту фінансових ресурсів, матеріально-технічної бази, кадрів необхідна інтеграція, об'єднання, кооперація всіх складників науково-технічного потенціалу в різних секторах наукової діяльності.

Досвід постіндустріальних країн показує, що найбільш успішні технологічні інновації мають місце на межі фундаментальних досліджень та прикладних інновацій. Причинами того, що університети є сприятливим середовищем для наукових досліджень, є: активна робота студентів і молодих учених у добре оснащених лабораторіях, систематична інтеграція науки й освіти, культура відвертості та сприяння новому. В той же час домінування академічної системи разом із відносною слабкістю університетів як центрів якісної науки та освіти є однією з основних причин зниження спроможності України раціонально розподіляти кошти на науку та вирішувати ключову проблему браку дослідників у віці 30–50 років [542].

До шляхів вирішення цих тісно взаємозв'язаних проблем відноситься розвиток наукового потенціалу провідних університетів України з об'єднанням їх із сильними елементами академічного і заводського наукового секторів в національну наукову систему.

Наприклад, шляхом використання матеріально-технічної бази галузевих і академічних структур в заводських і вузівських дослідженнях.

Необхідно акцентувати увагу на низькому рівні науки в заводському секторі, в даний час на нього припадає лише 0,2% загальної вартості основних засобів (79% зосереджено в галузевих наукових організаціях і 21,1% – в академічних).

Спостерігається відсутність у цьому секторі наукових розробок за пріоритетними напрямками розвитку, включаючи збереження довкілля та запровадження ресурсозберігаючих технологій. Отже, існує необхідність впровадження заходів із розв'язання цієї проблеми через надання пільг підприємствам, що використовують наукові розробки, що своєю чергою, сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності, стимулюватиме залучення до розробок університетів і держави через надання їм грантів.

В Запорізькій області активно ведеться обговорення проектів технопарків, промислових зон або зон пріоритетного розвитку, зокрема індустріальних парків для розвитку високотехнологічного машинобудування і харчової промисловості.

5. Формування та розвиток дієвої інноваційної та інформаційної інфраструктури підтримки підприємництва в регіоні стосується ефективного функціонування системи організацій і установ, які забезпечують захист прав інтелектуальної власності, проведення експертизи інноваційних, науково-технічних проектів, сертифікацію наукомісткої продукції, надання послуг у сфері метрології, стандартизації, контролю якості, інформаційне та консультативне забезпечення реалізації інвестиційних проектів, підвищення кваліфікації працівників підприємств і підприємців в інноваційній діяльності, питаннях інтелектуальної власності та міжнародного трансферу технологій.

6. Розроблення та впровадження ефективних методів маркетингового менеджменту для інноваційно-активних підприємств,

причому функції маркетингового менеджменту як важливого чинника інноваційної моделі розвитку повинні полягати в такому:

6.1. В діяльності на зовнішніх (регіональних, національному, мегарегіональних та світовому) ринках:

1) пошук інноваційної продукції, технологій для впровадження їх на підприємствах, генерування власних ідей;

2) дослідження сучасних потреб і ніш щодо їх задоволення;

6.2. На внутрішньому мікросередовищі:

1) оцінювання власних можливостей підприємства щодо створення та впровадження інновацій;

2) стимулювання інноваційного розвитку підприємства, спрямування корпоративної культури на досягнення цієї мети, залучення необхідних ресурсів тощо;

6.3. Напрями діяльності суб'єктів ринку:

1) налагодження взаємодії з представниками науки;

2) пошук інвесторів, джерел фінансування інноваційних розробок;

3) забезпечення дотримання нормативних документів, донесення інформації про потреби суб'єктів інноваційної діяльності до представників місцевих органів влади, участь у розробленні заходів сприяння задоволенню цих потреб тощо.

Важливою також є роль маркетингового менеджменту з погляду комерціалізації знань, оскільки на даний час відсутня розвинена і стійка інфраструктура підтримки доведення результатів науково-дослідної діяльності до їх відтворення у виробництві товару, його просуванні на ринок і реалізації [541].

Зазначимо, що значною мірою ефективність регіональної політики інноваційного розвитку знижується внаслідок недосконалості маркетингового забезпечення інноваційного розвитку області.

Результати SWOT-аналізу (рис. 5.17, 5.18) дозволили визначити стратегічні напрями розвитку сфери науки та інновацій області

можливостей, що відкриваються («сила-можливості»), усунення слабких сторін і запобігання виникаючим загрозам [543, с. 13].

За результатами аналізу Запорізька область має значний потенціал і перешкоди інноваційного розвитку. Так, перевагою є велика кількість навчальних закладів та науково-дослідних організацій, проте недоліком є відсутність ділових навичок у наукових працівників та відірваність освіти і розробок від практичних потреб бізнесу. Запорізька область має розвинуту металургію, машинобудівну промисловість, але залишається проблемою моральне і фізичне зношування обладнання та складність інформаційного, фінансового доступу до новітніх розробок та технологій.

Недостатньо розвинена інноваційна культура у регіоні, відсутність культури інвестування у розвиток інновацій, причому незначна фінансова допомога держави знижується через нестабільну політичну, економічну ситуацію та недосконалість інституціонального забезпечення інноваційного розвитку.

Однією з проблем інноваційного розвитку регіону є відсутність інноваційної культури, яка відображає не лише рівень розвитку інноваційних процесів, але й ступінь участі усіх елементів інноваційної структури. З погляду маркетингу, характерною рисою інноваційного клімату є інноваційна сприйнятливість суспільства, тобто здатність до швидкого та ефективного освоєння інновацій.

Розвиток інноваційної культури та вдосконалення інноваційної інфраструктури – сприятливого середовища для ЗБС передбачає такі заходи:

- покращення інноваційної культури та академічного підприємництва в університетах та інших ВНЗ через: запровадження навчальних програм з інновацій та підприємництва; організацію семінарів, фестивалів та олімпіад науки та інновацій для студентів із залученням експертів з науково-дослідних організацій та підприємств. Результатом цих заходів має бути підвищення інноваційного

Розділ 5. Соціально-економічні детермінанти інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України

<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - визнання муніципалітетом пріоритету інноваційного розвитку регіону; - значний внутрішній та зовнішній ринок; - можливість участі у міжнародних програмах; - можливість участі і проведення заходів з активізації науково-інноваційної діяльності; - популяризація успіхів і досвіду роботи в науково-інноваційній сфері. 	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> - недовгонала державна інноваційна політика; - низький платоспроможний попит на інноваційну продукцію; - перевантаження ресурсно-сировинної моделі в сфері зовнішньоекономічного та міжрегіонального обміну; - негативний вплив технологізації на розвиток науково-інноваційної сфери регіону.
<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - потужний науковий потенціал; значна кількість ВНЗ, науково-дослідних організацій тощо; - зосередження в регіоні наукомістких галузей промисловості; - наявність інфраструктури інноваційного розвитку; центру розвитку, маркетингові агенції тощо; - пріоритетність проєктів із модернізації обладнання; - наявність вільних виробничих потужностей і потенційних можливостей для випуску конкурентоспроможної продукції. 	<p>«Сила – можливість»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - визначення муніципалітетом інноваційного розвитку пріоритетним має забезпечити розвиток традиційних для регіону сфер діяльності та підтримка наукомістких виробництв за перспективними напрямками (енергозбереження, екологічна безпека); - участь у міжнародних програмах наявний науковий потенціал та інфраструктура, які сприятимуть залученню іноземного капіталу; - наявність інфраструктури інноваційного розвитку та популяризація успіхів у науково-інноваційній сфері для формування інноваційної культури та підвищення інноваційного іміджу Запорізької області; - інфраструктура інноваційного забезпечення за допомогою заходів активізації науково-інноваційної діяльності для стимулювання тосподарюючих суб'єктів до розробки та освоєння інновацій; - встановлення і розвиток науково-технічного співробітництва з іншими регіонами та країнами здійснене за участі інфраструктури та міжнародних програм. <p>«Сила – загрози»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наукові організації області можуть впливати на інноваційну державну політику у формі подання звітів, запитів-лобювання інтересів; - підвищення інноваційної активності промислових підприємств збільшить випуск кінцевої продукції, а не сировини та полу фабрикатів; - обмеженість використання іноземних технологій за негативного впливу глобальних процесів може сприяти прискоренню розвитку власного потенціалу області.

Рис. 5.17. SWOT-аналіз інноваційного потенціалу Запорізької області: аспект сильних сторін

Розроблено автором

<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутній зв'язок між ВНЗ, науково-дослідними організаціями та виробництвом; - тенденція до зменшення кількості науково-дослідницьких організацій; - нестача високо-технологічного обладнання; - дефіцит висококваліфікованих фахівців у науково-дослідній сфері; - недостатнє фінансування з боку приватних та державних інвесторів, відсутність ноземного капіталу, зацікавленість приватних інвесторів «швидкими грошима»; - нестача інформації про ринки збуту; - відсутність знань у виробників інновацій про методи просування продукції на вітчизняних і закордонних ринках. 	<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - визнання муніципалітетом пріоритету інноваційного розвитку регіону; - значний внутрішній та зовнішній ринок; - можлива участь у міжнародних програмах; - можливість участі і проведення заходів, спрямованих на активізацію науково-інноваційної діяльності; - популяризація успіхів і досвіду роботи в науково-інноваційній сфері. 	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> - недосконалі державна інноваційна політика; - низький платіжеспособний попит на інноваційну продукцію; - переважання ресурсно-сировинної моделі у зовнішнь-економічному та міжрегіональному обміні; - негативний вплив глобальних процесів на розвиток науково-інноваційної сфери регіону.
<p>«Слабкість – можливість»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутність зв'язку між наукою та виробництвом призводить до складності визначення пріоритетів науково-інноваційного розвитку регіону; - декларативний характер програм інноваційного розвитку, відсутність коштів для їх виконання; - практична відсутність маркетингових досліджень потенційних ринків; - у зв'язку з незначною кількістю сучасного обладнання, виготовлена продукція не конкурентоспроможна на міжнародних ринках; - недостатня інформація про інноваційну продукцію та відсутність знань виробників інновацій про методи просування не дозволяє реалізувати інноваційну продукцію на потенційних ринках; - обмежена можливість (фінансова, інформаційна, технологічна, освітня) участі у міжнародних проєктах. 	<p>«Слабкість – загрози»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутність престижності наукової праці та відсутність стимулів з боку держави для залучення молоді в науково-інноваційну сферу регіону; - відсутність платіжеспособного попиту на інноваційну продукцію та державної підтримки у формі пільг та кредитування може призвести до зменшення інноваційної активності підприємств; - нестабільна економічна та політична ситуація зменшує обсяги інвестиційного капіталу; - нестача сучасного обладнання та незначна частка державних інвестицій може привести до зменшення основних фондів сфери науки і інновацій. 	

Рис. 5.18. SWOT-аналіз інноваційного потенціалу Запорізької області: аспект слабких сторін

Розроблено автором

іміджу Запорізького регіону та стимулювання до появи нових актуальних ідей;

– актуалізація попиту на інновації в бізнес середовищі області через:

1) надання інформаційно-консультаційних послуг з питань інноваційного підприємництва; проведення циклу навчань із залученням сторонніх експертів для працівників центру, підготовка та видання посібника

Стратегія розвитку науково-інноваційної сфери регіону повинна бути спрямована насамперед на реалізацію сильних її сторін з урахуванням з основних питань інформаційно-консультаційної діяльності. Такі центри призначені для проведення маркетингових досліджень і надання актуальної інформації. Консультаційні центри повинні підвищити обізнаність суб'єктів інноваційного ринку про останні тенденції, споживчі уподобання та надавати консультації з питань просування продукції тощо;

2) запровадження спільного навчання з інноваційного маркетингу керівників державних установ, керівників бізнес-компаній та представників неприбуткових організацій;

3) розроблення маркетингових заходів із стимулювання малих та середніх підприємств до проведення наукових досліджень, здійснення інноваційної діяльності (маркетингові дослідження, надання допомоги у підготовці інноваційних проектів, пошук партнерів, інвесторів, споживачі, розробити комплекс маркетингових комунікацій);

4) проведення соціальної реклами для стимулювання ЗБС, підвищення інноваційної активності підприємств та мотивування інвесторів вкладати капітал у інноваційні проекти;

– позиціонування Запоріжжя як регіону інновацій та підприємництва із ЗБС:

1) проведення щорічних тематичних форумів;

2) створення інноваційного порталу, удосконалення веб-сторінок районів, міст, інноваційних підприємств та інвестиційних

проектів тощо; забезпечення актуальності представленої інформації;

3) сприяння участі дослідників і підприємців у виставках національного та міжнародного рівнів через проведення заходів, публікації в ЗМІ, видання інформаційних буклетів про інноваційні наукові розробки, організація семінарів;

4) налагодження діалогу та формування ефективного міжсекторального партнерства для розвитку інновацій шляхом поглиблення співробітництва між представниками бізнесу, університетами та науково-дослідними інституціями, суб'єктами громадянського суспільства та місцевими органами виконавчої влади. Маркетинг взаємовідносин у рамках маркетингу інновацій націлений, насамперед, на створення ланцюгів взаємодії учасників інноваційного процесу та ЗБС.

Реалізація заходів у наведених напрямках повинна сприяти ефективному виконанню маркетингових функцій в інноваційній сфері та позитивно вплинути на інноваційний розвиток Запорізької області.

У контексті подальшого розвитку і ефективного використання інноваційного потенціалу як необхідної передумови зміцнення економічної безпеки на різних рівнях ієрархії управління, у тому числі безпеки споживання доцільним є розроблення стратегій смарт-спеціалізації, які полягають у виявленні та реалізації унікального для кожного об'єкта спеціалізації потенціалу економічного зростання, заснованого на його специфічних конкурентних перевагах [544]. На основі аналітичних результатів нашого дослідження вважаємо за необхідне розширити об'єкт спеціалізації до сектора економіки його субрегіону. Такий підхід спрямований на стимулювання інновацій завдяки гармонізації інтересів, інтеграції ресурсного потенціалу та компетенцій учасників (місцевої влади, науковців, бізнесу та громадянського суспільства) і дозволяє узгодити цілі розвитку промислових, сільськогосподарських підпри-

емств з Цілями сталого розвитку із посиленням цільової орієнтації на безпеку споживання. В цьому контексті стратегії смарт-спеціалізації полягають у створенні передумов для соціально-економічних об'єктів управління для перетворення потреб з використанням сильних сторін та конкурентних переваг в товари (послуги), безпечні для споживання. Об'єкти (сектори, галузі, економіки, регіони, субрегіони, міста) спеціалізації визначаються на основі аналізу динаміки та тенденцій розвитку регіональної економіки тісно пов'язані з регіональними кластерами, в основу створення яких покладені методи розрахунку коефіцієнтів локалізації виробництва.

Розумні стратегії є невід'ємною частиною європейської концепції розвитку інновацій та інструментом регіональної інноваційної політики. Для розповсюдження позитивного досвіду Єврокомісією у 2011 р. створено Платформу смарт-спеціалізації, яка об'єднує регіони ЄС та інших країн, надаючи їм консультативну, інформаційно-аналітичну та інші види підтримки. Регіони України (Харківська, Черкаська, Чернігівська та Закарпатська області) також долучилися до Платформи з зосередженням на ключових і важливих для зміцнення безпеки споживання пріоритетах: ресурсоефективні технології та альтернативна енергетика, розвиток технологій екологічно чистого виробництва, виробництво нових матеріалів та нанотехнології тощо.

Інституціональне підґрунтя цього процесу в Україні сформоване положеннями Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26.11.2015 № 848-VIII, постанови КМУ «Про затвердження Порядку розроблення Державної стратегії регіонального розвитку України і плану заходів з її реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених Стратегії і плану заходів». Зазначимо, що до цього часу ця стратегія ще не розроблена і не затверджена.

Головними партнерами впровадження розумної спеціалізації в Україні є Генеральний директорат Єврокомісії і її Спільний

дослідницький центр (Joint Research Center), яким розроблена методика смарт-спеціалізації в ЄС та за його межами. Для її запровадження в Україні було обрано три пілотних регіони (Харківська, Одеська та Запорізька області), в другу чергу проекту включені Черкаська та Закарпатська області. Проте в даний час відсутня інформація про реалізацію цих програм і проектів. Для регіонів, які визначилися зі своєю смарт-спеціалізацією та отримують підтвердження Європейської комісії, буде відкрито доступ до фінансової та технічної підтримки ЄС (Horizon 2020, COSME). Так, сферами спеціалізації у Харківській області пропонуються: виробництва з високою доданою вартістю, біоекономіка та агротехнології, освіта майбутнього, Smart-IT рішення; у Рівненській області – деревообробна та меблева галузі, перероблення сільгоспсировини, органічне сільське господарство, ягідництво та садівництво, логістику, IT-сектор [544].

В Запорізькій області експертами JRC та ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього» в рамках Стратегії розвитку Запорізької області на період до 2027 року визначено перелік видів діяльності, як основа смарт-спеціалізації [536]: виробництво ендопротезів з молібденового і титанового матеріалів; виробництво електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільчої та контрольної апаратури, проводів, кабелів і електромонтажних пристроїв; виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства, двигунів та запчастин до гвинтокрилів. Ці види діяльності характеризуються значною динамікою за часткою зайнятих і можуть стимулювати зростання обсягів випуску продукції в суміжних галузях і видах економічної діяльності. Необхідно забезпечити виробництво товарів за цими видами діяльності з урахуванням принципів безпеки споживання, у тому числі охорони довкілля, здоров'я людей. В галузі сільськогосподарського машинобудування важливим є впровадження технологічних процесів виробництва зі зменшеним негативним впливом готової продукції на ґрунти та зниженням частки післязбиральних відходів.

Все це повинно бути усвідомлено усіма учасниками процесу проектування, виробництва та продажу продукції, відповідно до стратегії смарт-спеціалізації регіону. Застосування секторального підходу до смарт-спеціалізації сформує передумови для позиціонування регіональних виробників і продукції як ресурсо- та екологобезпечної, що сприятиме зміцненню конкурентоспроможності, збільшенню доходів підприємств, зменшенню негативного впливу на довкілля та зростанню рівня якості життя населення регіону.

Окрім регіональної смарт-спеціалізації для підвищення конкурентоспроможності в глобальному вимірі та якості життя важливою є секторальна і субрегіональна смарт-спеціалізація – на рівні об'єднаних територіальних громад, районів міст, сільських поселень. Поряд із вагомими перешкодами імплементації смарт-спеціалізації у цих об'єктах, пов'язаних з обмеженими людськими, інтелектуальними, фінансовими ресурсами, відсутністю достатніх статистичних даних, необхідних для першого етапу стратегічного програмування, доцільно проводити для локальних територій за наявності в ній організацій, які можуть створювати інноваційні продукти чи рішення, або з метою відновлення та поживлення старопромислових підгалузей і субрегіонів. Після цього до смарт-спеціалізації на засадах інклюзивності мають залучатися інші, менше розвинені території.

Вплив секторальної і субрегіональної смарт-спеціалізації на зміцнення безпеки споживання розглянемо на прикладі Дніпровського району м. Запоріжжя, інтенсивний розвиток якого, як і всього міста розпочався у 20-х рр. ХХ ст. будівництвом найпотужнішої на той час у Європі Дніпровської гідроелектростанції. Основними видами промислової діяльності в районі є: обробна промисловість, виробництво і розподілення електроенергії, електротехнічне машинобудування, будівництво та транспорт. Останніми роками економічне становище підприємств потужного електротехнічного кластеру, сформованого на території Дніпровського району (ПрАТ «Запоріжтрансформатор», КТ «Запорізький завод

високовольтної апаратури «Вакатов і кампанія», ПрАТ «Завод «Перетворювач», Український НДІ трансформаторобудування ПАТ «ВІТ», ПАТ «Запорізький кабельний завод» та інші) значно погіршилось, що пов'язано з втратою конкурентоспроможності продукції порівняно зі світовими аналогами. Певною мірою, цьому сприяла обмеженість експорту в європейські країни після укладення Угоди про асоціацію між Україною та ЄС через відсутність можливості оцінки відповідності та сертифікації в Україні і значними витратами часу і коштів на це в європейських інституціях. Внаслідок цього рівень податкових надходжень, відрахувань у соціальну сферу, якості життя, а відповідно, безпеки споживання істотно зменшився.

Незважаючи на це, в районі збережена і діє розвинута мережа освітніх закладів (19 дошкільних навчальних закладів, 2 дошкільних відділення, 21 загальноосвітній навчальний заклад, 3 середньо-технічні та професійнотехнічні навчальні заклади, 2 вищих навчальних заклади), яка має позитивну тенденцію розвитку і оновлення. Науковий і проектно-технологічний потенціал субрегіону представляють: Запорізька медична академія післядипломної освіти; АТ «Український НДІ «ВІТ»; Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій; ПрАТ «КБ «Запоріжгідросталь». Для забезпечення мешканців району кваліфікованою, доступною та якісною медичною допомогою стабільно та налагоджено працює мережа лікувальнопрофілактичних установ. На території району розташовані об'єкти культури та мистецтва, основною метою роботи яких є сприяння духовному розвитку мешканців засобами культурно-мистецької та просвітницької роботи, формування у громадськості національної самосвідомості, створення умов для реалізації творчого потенціалу та нових творчих ініціатив.

Аналіз соціально-економічного розвитку дозволяє зробити висновок, що соціально-політична ситуація в районі стабільна і прогнозована, проте, зважаючи на негативні тенденції в роботі підприємств має негативну динаміку.

Для диверсифікації економіки субрегіону на засадах інклюзивного розвитку та смарт-спеціалізації необхідно терміново розвивати інституціональну інфраструктуру підприємництва, сферу консультаційних та навчальних кластерів, адже маючи широко розвинену структуру проектних бюро та заводів, район позбавлений об'єднуючого ядра, технологічного або інноваційного парку, а також можливості користування сучасними експертно-технічними, сертифікаційними, лабораторними послугами, які відповідають вимогам ЄС. Активного розвитку потребують інструменти передачі технологій (офіси обміну технологіями серед ВНЗ, технологічні брокери в центрах досліджень тощо).

Найбільший вплив на економіку субрегіону може здійснити зосередження на відновленні таких його смарт-спеціалізацій:

- високоточні електротехнічні підприємства, які мають перспективи для подальшого розвитку, в тому числі завдяки впровадженню новітніх інформаційних технологій, змінам у підходах до організації діяльності та розширенню співробітництва з іноземними та вітчизняними партнерами;

- високоточні проектувальні вишукування – підприємства та бюро демонструють високий рівень інноваційної та патентно-винахідницької активності та науково-технічного потенціалу при низькому рівні співробітництва з науковими та освітніми закладами з європейських країн. Звернемо увагу, що підприємства субрегіону мають вузькоспеціалізовані ринки збуту (військово-промисловий комплекс, медичне обладнання, авіаційна сфера), розвиток яких потребує насамперед державної, ніж регіональної, політики, підтримки.

Реалізація проекту субрегіональної смарт-спеціалізації може закласти базис для розвитку Дніпровського району, сприятиме зменшенню рівня дивергенції порівняно з сусідніми субрегіонами. Наголосимо, що виявлена Т. Бурлай подальша дивергенція економік України та ЄС після укладання Угоди про асоціацію, як стверджують

А. Мокій, Г. Бублей [545], проявляється і у національній соціально-економічній макросистемі на різних рівнях вертикальної і горизонтальної ієрархії. Причому дивергенція посилюється ексклюзивністю і обумовленою нею дисфункціональністю управління за О. Сухаревим [546], а також інституціональною недосконалістю державного управління.

Враховуючи викладене, концептуальні засади стратегії субрегіональної смарт-спеціалізації сформулюємо таким чином.

Насамперед йдеться про орієнтованість проектів на усунення загроз безпеці споживання, пом'якшення проблем дивергенції національної і регіональної економік.

По-друге, важливе узгодження проектів з іншими недостатньо ефективними формами інклюзивної моделі зростання – проектами державно-приватного партнерства, кластерної організації виробництва і реалізації продукції, кооперативного руху.

По-третє, погодимось з Д. Олійник, необхідна асиміляція в процесі розробки і реалізації проектів стандартів ISO «Розумні інфраструктури громади».

По-четверте, на всіх етапах розробки і реалізації проектів, особливо на передпроектному, необхідна методологічна основа, якою вважаємо положення Іншого Каону Е. Райнерта [547] для вибору видів діяльності і зростаюча віддача, спадні видатки, синергійний ефект науково-технологічної активності.

Висновки до розділу 5

У процесі визначення соціально-економічних детермінант інституціонального забезпечення безпеки споживання в умовах євроінтеграції України можна зробити такі висновки.

Забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) потребує розбудови інституціонального базису, впровадження освітніх

заходів, вдосконалення економічної, соціальної, екологічної політики та координації дій органів виконавчої влади, інститутів громадянського суспільства і підприємництва з забезпечення сталого розвитку та гармонізації інтересів. Відповідно, як мету ЗБС визначено створення передумов для усвідомленого задоволення людиною потреб у самовідтворенні через збереження здоров'я та довкілля як базису майбутнього розвитку. Виходячи з цього обґрунтовані стратегічні пріоритети (забезпечення гармонійного розвитку суспільства, виробництв та довкілля; збереження здоров'я людини як імперативу майбутнього розвитку; удосконалення системи захисту прав споживачів на основі європейського досвіду; модернізація системи технічного регулювання) і напрями та запропоновано механізми ЗБС. Окреслені відповідні їм заходи на різних рівнях системної ієрархії управління, встановлено організації та установи з потенціалом для їх здійснення, джерела фінансування, а також тривалість розроблення та імплементації і відтермінованість у часі очікуваних результатів. Під час визначення пріоритетності рекомендованих дій встановлена базова роль напрямів виховання суспільства на принципах сталого споживання та підвищення громадської свідомості й механізмів удосконалення інституціонального базису, модернізації державної і регіональної політики та впровадження освітніх програм, на основі чого систематизовані відповідні заходи шляхом побудови дерева рішень.

Обґрунтована необхідність систематизації об'єктно-суб'єктних відносин у процесі ЗБС на основі гармонізації інтересів зацікавлених сторін (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) та підвищення їх рівня освіти. У сукупності вирішення цих завдань забезпечить зростання добробуту населення і сприятиме підвищенню економічної безпеки суб'єктів

підприємництва на внутрішньому та зовнішньому ринках. За результатами ідентифікації всіх учасників (агентів) процесу ЗБС, формалізації елементів, інституціональних норм, параметрів та обмежень їх взаємодії на основі мультиагентської моделі обґрунтовано необхідність забезпечення ринкового механізму узгодження ціни в рамках співвідношення попиту та пропозиції на безпечні товари (послуги) за визначеними напрямками забезпечення безпеки споживання і з максимізацією наближення інтересів як умови досягнення рівноважного стану системи.

Оскільки освіта є передумовою виникнення певних видів потреб та інтересів, виховання суспільства на засадах забезпечення споживання та запровадження відповідних освітніх програм, необхідно інтегрувати зусилля держави, суспільства, підприємництва та їх об'єднань, а також кінцевих споживачів. Важливим вбачається значення просвітницької діяльності, зокрема в межах неформальної освіти, яка може надаватися громадськими об'єднаннями.

Дослідження впливу МТД на соціально-економічний розвиток та безпеку споживання в Україні дозволило встановити: багатоаспектність трактування та особливостей категорії МТД, еволюцію інституціонального базису МТД в Україні, коло проблем, які перешкоджають залученню та ефективній реалізації відповідних програм і проєктів; структурно-функціональну побудову МТД в системі національної безпеки України (серед чинних проєктів, більшість з яких останнім часом спрямовані на відновлення Донбасу, підтримку внутрішньо-переміщених осіб, місцевий розвиток та управління, урядування та громадянське суспільство, незначна кількість спрямована на вирішення завдань національної безпеки та безпеки споживання зокрема) та шляхи зменшення загроз від залучення МТД. Проєкти і програми, які опосередковано стосуються ЗБС (ключові напрями допомоги в контексті безпеки споживання: стале економічне зростання, навколишнє середовище, зайнятість; рівний доступ до якісних та інклюзивних послуг

і соціального захисту; безпека громад, соціальна єдність і відновлення з акцентом на Сході), не матимуть прямого економічного чи політичного ефекту, проте в умовах нестачі бюджетних коштів мають надзвичайно важливе значення для розвитку.

У процесі ЗБС важливе значення має інноваційний потенціал, оскільки впровадження змін у технологічні процеси виробництва та забезпечення безпекових характеристик товарів (послуг) відбувається на основі інноваційного розвитку. За результатами проведеного аналізу, Запорізька область має значний потенціал інноваційного розвитку (кількість навчальних закладів, науково-дослідних організацій, потужні галузі спеціалізації), але зустрічає суттєві перешкоди (відсутність ділових навичок у наукових робітників, відірваність освіти/розробок від практичних потреб бізнесу, недостатньо розвинута інноваційна культура, відсутність культури інвестування у розвиток інновацій; низька ефективність фінансової допомоги з боку держави через нестабільну політичну, економічну ситуацію та недосконалість інституціонального забезпечення інноваційного розвитку). Це обумовлює необхідність розроблення заходів послаблення загроз та подолання перешкод розвитку регіону, зокрема шляхом розвитку смарт-спеціалізації (для спрямування на її розвиток обмеженої кількості ресурсів і видів економічної діяльності) на основі кластерних утворень та підвищення інноваційної привабливості території.

Основні результати дослідження за розділом опубліковані у працях [501; 532; 548–569].

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 внутрішньосистемних загроз соціально-економічного і політико-суспільного характеру, низькою купівельною спроможністю населення, насиченістю ринку небезпечною для споживання продукцією та негативним впливом виробництва, використання і споживання товарів та утилізації на довкілля. Проблема зменшення реальних доходів населення внаслідок несприятливих умов і, отже, економічної доступності товарів (послуг) загострюється через природні та техногенні надзвичайні ситуації і набирає катастрофічних масштабів під впливом глобальних викликів, подібних до пандемії COVID-19 та епізоотій. Дослідження актуальної наукової проблеми розроблення теоретико-методологічних засад зміцнення БС в процесі євроінтеграції на основі обґрунтування категоріального апарату, структурно-сутнісних характеристик, концептуальних положень методології та науково-практичних рекомендацій її забезпечення дозволило зробити такі висновки.

Сутнісні характеристики процесу споживання в безпековому вимірі визначаються в міждисциплінарному контексті понятійного апарату різних наук. На сутнісних ознаках еволюції БС істотно відображаються трансформаційні зрушення ринкових відносин (а саме: попиту (через моделі і підходи до споживання) та пропозиції (шляхом еволюції підходів до виробництва і маркетингових концепцій як інструментів задоволення потреб споживачів)), обумовлені зміною технологічних укладів на сучасному

етапі розвитку глобальної економіки. Щільний діалектичний зв'язок з БС понять, які відповідають різним параметрам сталості («стале», «розумне», «раціональне», «зелене», «відповідальне», «етичне» споживання) обумовлює необхідність формалізації взаємозв'язків, за яких безпека споживання формує базис сталого споживання та усіх його складників: до екологічного входять зелене та (або) органічне споживання; до економічного – раціональне та обмежене; до соціального – відповідальне або соціально-відповідальне споживання.

Безпека споживання в роботі розглядається у взаємозв'язку із економічною, соціальною, екологічною, продовольчою, інформаційною та іншими компонентами національної безпеки як всеохоплююча, вертикально і горизонтально пронизуюча підсистема, яка входить до складу економічної безпеки держави (оскільки споживання є одним із етапів процесу відтворення і формує підґрунтя для забезпечення інших компонентів безпеки) і взаємопов'язана з її складниками, але також тісно пов'язана з екологічним та інформаційним складниками національної безпеки. Безпека споживання є складною багатооб'єктною та суб'єктною багатотиповою системою, забезпечення якої ускладнюється впливом різних загроз, а також динамічністю самого процесу та його складників, і визначається як здатність держави, підприємництва і суспільства створювати передумови усвідомленого задоволення людиною потреб у самовідтворенні через збереження здоров'я та довкілля як імперативу майбутнього розвитку.

Динамічність процесу та складників споживання, постійна зміна щільності, якості та характеру суб'єктно-об'єктних зв'язків, наявність значної кількості загроз БС обумовлюють вибір методології дослідження на засадах системного підходу до окреслення її принципів, структури, ієрархії, взаємодії із зовнішнім середовищем з урахуванням основних положень теорій безпекознавства, неінституціоналізму, глобалістики, міжнародних економічних відносин,

споживання та системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків і застосування методів таксономічного, регресійно-кореляційного, мультиагентського аналізу, нечіткої логіки, соціологічного опитування, дерева рішень у системі ЗБС.

Доведений у роботі щільний зв'язок БС з глобальними цілями сталого розвитку на різних рівнях ієрархії управління, у тому числі найщільніший з 12-ю ЦСР «Забезпечення стійкого споживання та виробництва» дає підстави порівняти завдання та індикатори для ЄС та України, встановити відповідності та суперечності їх сутності й економічного змісту. Так, в ЄС спостерігається їх стратегічний характер на противагу тактичному рівню планування та узгодженістю із спеціалізацією в Україні. Якщо для країн ЄС головна мета полягає у прагненні до дистанціювання економічного зростання та поліпшення рівня життя від використання ресурсів, то в Україні акцент робиться лише на часткових підцілях скорочення післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції, а також ефективному поводженні з відходами. Тобто, розуміння значущості впровадження відповідального споживання та виробництва є, але збалансоване врегулювання цих питань потребує певних зусиль, сфокусованих як на виробництві, так і на споживанні.

Інституціональний базис БС охоплює сукупність інститутів захисту довкілля, прав споживачів, технічного регулювання харчових і нехарчових товарів, які модернізуються в процесі євроінтеграції відповідно до вимог Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Як показано в дослідженні, позитивні законодавчі зміни в них обмежені відсутністю взаємозв'язку між окремими складниками БС в єдиній цілісній системі, неузгодженістю інституцій і нормативно-правових актів, що потребує подальшої трансформації інституціонального підґрунтя на основі гармонізації із Спільним доробком ЄС у процесі євроінтеграції з урахуванням ментальних, організаційних і ресурсних особливостей України.

На основі аналізу чинників впливу на БС в коротко- і довгостроковій перспективі в країнах ЄС і Україні ідентифіковано найактивніші країни, товари, типи ризиків, причини, об'єкти та суб'єкти системи БС, доведена недосконалість системи державного ринкового нагляду в Україні, яка створює загрози БС в довгостроковій перспективі. Йдеться 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-партнерами на основі взаємоузгодження розробленого в Україні ресурсу «Увага» з загальноєвропейською системою RAPEX.

Для моделювання безпекових параметрів поведінки необхідно враховувати такі інститути, як: споживчі вподобання, цінності, мотивації, критерії купівлі товару (послуги), моделі поведінки та чинники впливу на них. Показано, що з мотивів ЗБС споживачі надають перевагу безпеці здоров'я, а з критеріїв вибору товарів (послуг) основну увагу приділяють ціні, натуральності виробів, складу, наявності акцій, корисності, торговельній марці та репутації виробника. Чинники впливу на поведінку споживачів переважно мають негативний характер: складна макроекономічна ситуація та недосконале інституціональне середовище, низький рівень споживчих та загальних цінностей, культури споживання, етики, труднощі сприйняття комунікаційних повідомлень, які супроводжують пропозицію товарів (послуг).

Структурно-компонентний аналіз споживання в Україні доводить: ірраціональність структури споживання, обумовлену дефіцитом ресурсів та недосконалістю порядку формування споживчого кошика; домінування споживчих витрат, зокрема витрат на товари першої необхідності, у загальній їх структурі; дуалізм ефекту збільшення витрат населення на охорону здоров'я, освіту та культуру, що забезпечує зменшення загроз БС, проте розширює можливості

маніпулювання свідомістю споживачів; щільний кореляційний зв'язок між динамікою зміни обсягів споживання та ВВП, показниками споживання та продовольчої безпеки, фінансовою спроможністю та рівнем добробуту населення, обсягами утворених відходів у домогосподарствах та БС.

Для ідентифікації загроз і ризиків, визначення показників стану БС в Україні під впливом процесу євроінтеграції обґрунтована цілісна сукупність критеріїв та індикаторів, обраних з аналізу загальноприйнятих методик оцінювання якості життя, згрупованих за функціональними складниками (соціальні; економічні; охорони довкілля; продовольчі; зовнішньоекономічні; науково-технологічні). Структурно-функціональний аналіз показав низький рівень розвитку БС в Україні, який, починаючи з 2016 р., за багатьма показниками дещо поліпшується, проте залишається досить низьким за напрямками формування соціального базису існування людини (умови життя, праці, здоров'я, життєдіяльності). Безпека 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 0,434 у 2018 р. Незважаючи на негативну динаміку зміни показника, важливий встановлений взаємозв'язок між окремими функціональними складниками БС, а також їх вплив на розвиток соціально-економічної макросистеми держави.

Причинно-наслідкові зв'язки БС розглядаються в дослідженні з положень системної динаміки у вигляді балансуєчих і посилюєчих контурів для дійсного та бажаного рівнів споживання, який пов'язаний зі станом здоров'я людини, довкіллям та виробництвом (негативний вплив виробництва на довкілля та здоров'я споживачів). Системно-динамічна модель побудована з блоків, які відповідають контурам споживання (на основі доступності грошових ресурсів, 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 ЗБС визначено зміну потреби в споживанні як різницю потреби в споживанні та його безпечного рівня.

Важливу роль у процесі ЗБС 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 БС. Досягти високого рівня БС можливо через забезпечення визначених на основі методу нечіткої логіки рівнів показників внутрішнього та зовнішнього впливу, а у стратегічній перспективі – через посилення показника внутрішнього впливу, який включає цінності людини, які потребують підвищення освітнього та культурного рівня, пов'язаного з рівнем доходів населення.

Забезпеченню безпеки споживання в підприємницькому середовищі в процесі євроінтеграції сприяє запровадження корпоративної соціальної відповідальності для збалансування інтересів усіх зацікавлених сторін (суспільства, підприємства, споживача, держави, партнерів тощо) та створення передумов підвищення обізнаності та вмотивованості персоналу до забезпечення безпечних умов споживання у коротко-, середньо- і довгостроковій перспективі. Впровадження принципів БС доцільно здійснювати в межах існуючих на підприємствах систем управління якістю, належне маркетингове забезпечення яких сприятиме як поліпшенню показників безпосередньо їх реалізації, так і вдосконаленню ринкових позицій підприємства загалом, у тому числі на засадах КСВ. Налагодження зв'язків із зовнішнім і внутрішнім середовищем повинно

відбуватися шляхом використання окремих підвидів маркетингового інструментарію: соціально-етичного, екологічного, партнерського та внутрішнього. Показано, що в межах екологічного напрямку ЗБС на підприємстві доцільним є впровадження принципів РЕЧВ. Незважаючи на поліпшення основних показників стану довкілля, актуальними залишаються завдання досягнення відповідності результатів діяльності екологічним європейським стандартам та подолання псевдоекологічної поведінки виробників і продавців.

Виникнення зовнішньоекономічних загроз, спричинених участю в процесах глобальної та мегарегіональної економічної інтеграції, у тому числі підписанням Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (негативне сальдо зовнішньої торгівлі з ЄС, зростання європейського імпорту, низький рівень показника покриття експортом імпорту, висока частка високотехнологічної продукції в структурі імпорту та сировинних товарів з низьким рівнем технологічності в структурі експорту) обумовлює необхідність зміцнення БС в Україні через впровадження системи технічного регулювання, гармонізованої до вимог ЄС, яка дає змогу підвищити якість та безпечність продукції, розширити доступ бізнесу до ринку ЄС, стимулювати впровадження інновацій і модернізації виробництва. Незважаючи на переваги самостійного декларування відповідності технічним регламентам, для вітчизняних підприємств виявлені загрози, пов'язані з недосконалістю інституціонального базису, соціально-ментальними особливостями вітчизняних споживачів та виробників, функціонуванням на внутрішньому ринку більш обізнаних та досвідчених у питаннях технічного регулювання іноземних підприємств. Виявлена недостатня інституціональна, інформаційна, організаційна, управлінська, кадрова підготовленість підприємств обумовлює необхідність проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи, надання консалтингових послуг, розширення мережі органів із сертифікації та лабораторій підтвердження відповідності продукції. Вирішенню зазначених завдань,

систематизації методів дослідження процесу має сприяти розроблена «Дорожня карта» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками.

Одержані результати аналізу внутрішньої торгівлі в контексті ЗБС підтверджують, що вітчизняним суб'єктам торгівлі з метою ЗБС та зміцнення конкурентних позицій на внутрішньому й зовнішньому ринках необхідно: взяти участь у розробленні та імплементації європейських практик забезпечення безпеки, соціально відповідально ставитися до планування діяльності у відносинах із споживачами (в формуванні асортименту через задоволення вимог інклюзивності та диференційованого підходу до вибору партнерів, надавати перевагу вітчизняним виробникам і посередникам тощо), знаходити компромісні рішення між власними короткостроковими цілями на користь довгострокових цілей розвитку суспільства. При цьому, для ЗБС як на нижньому рівні ієрархії потреб, так і в межах концепції сталого макророзвитку важливе місце займають маркетинг та логістика.

У маркетинговій діяльності загрозовими залишаються відкриті та приховані комунікаційні заходи, які не лише виконують функції інформування та стимулювання, а ще й впливають на формування потреб споживачів, керують їх поведінкою з урахуванням психологічних особливостей. В контексті сталого розвитку важливим є логістичне забезпечення споживання і безпосередньо безпека логістики в процесі захисту коротко- та довгострокових інтересів держави, зокрема на засадах «холодної», «зеленої» (екологічної) логістики, європейських практик менеджменту ланцюгів постачань.

Електронна торгівля як один з видів торговельної діяльності з найбільш високими темпами розвитку в доповнення до традиційних негативних ознак торгівлі характеризується специфічними загрозами та ризиками, засобами послаблення впливу або протидії яким для споживачів визначено підвищення рівня освіти в напрямі вдосконалення як технічних навичок, так і знань власних прав та

заходів їх захисту, розвиток інформаційного забезпечення та освітньої інфраструктури. Цим зумовлена необхідність ґрунтового та швидкого оновлення інституціонального базису у частині імплементації існуючих директив ЄС та модернізації технічної бази е-торгівлі.

Для ЗБС в процесі євроінтеграції встановлено мету, обґрунтовані стратегічні пріоритети і напрями та запропоновано механізми ЗБС, окреслені відповідні заходи на різних рівнях системної ієрархії управління, визначені організації та установи з потенціалом для реалізації, джерела фінансування, тривалість розроблення та відтермінованість очікуваних результатів. Доведено домінуючу роль виховання суспільства на принципах сталого споживання та підвищення громадянської свідомості, удосконалення інституціонального базису, модернізації державної і регіональної політики. З використанням методів мультиагентського моделювання обґрунтовано необхідність забезпечення ринкового механізму узгодження ціни в межах співвідношення попиту та пропозиції на безпечні товари (послуги) за визначеними напрямками ЗБС із максимізацією наближення інтересів як передумови досягнення рівноважного стану системи.

Потенційним джерелом фінансування ЗБС є залучення міжнародної технічної допомоги, яка на даний час недостатньо спрямована на вирішення розглянутих завдань і має загрозливий характер для національної безпеки. При цьому проекти і програми, які опосередковано стосуються ЗБС не матимуть прямого економічного чи політичного ефекту, проте мають надзвичайно важливе значення в умовах дефіциту бюджетних ресурсів. Також встановлений зв'язок інноваційного потенціалу регіонів із ЗБС, оскільки впровадження змін у технологічні процеси виробництва та забезпечення безпекових характеристик товарів (послуг) відбувається на основі інноваційного розвитку. В контексті забезпечення безпеки споживання актуальним є визначення пріоритетних для інноваційного

розвитку смарт-спеціалізацій регіонів та спрямування на них обмеженої кількості ресурсів і видів економічної діяльності із зростаючою віддачою та спадними витратами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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.
2. Марцин В. С. Економіка торгівлі : підручник. URL: https://pidruchniki.com/12980108/ekonomika/pozhivannya_kupivelnna_spromozhnist_naselennya (дата звернення: 21.09.2019).
3. Економічний словник-довідник. URL: <https://subject.com.ua/economic/dict/726.html> (дата звернення: 21.09.2019).
4. Business Dictionary – Consumption. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/consumption.html> (дата звернення: 21.09.2019).
5. My Accounting Course – What is Consumption. URL: <https://www.myaccountingcourse.com/accounting-dictionary/consumption> (дата звернення: 21.09.2019).
6. Деягин М. Г. Мировой кризис: общая теория глобализации. М. : ИНФРА-М, 2003. 768 с.
7. Васильчук Ю. А. Социальное развитие человека в XX веке. *Общественные науки и современность*, 2001. № 1. С. 5–26.
8. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М. : Логос, 2000. 304 с.
9. 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.
10. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія. URL: https://pidruchniki.com/87793/psihologiya/psihologiya_spozhivacha (дата звернення: 19.03.2020).

11. Чорнозюмська В. А. Актуалізація поняття «споживання» в межах сучасної соціології. URL: <http://intkonf.org/chornozyumska-v-a-aktualizatsiya-ponyattya-spozhyvannya-v-mezhah-suchasnoyi-sotsiologiyi/> (дата звернення: 19.03.2020).

12. Шконда І. Теоретичні підходи до соціологічних досліджень практик споживання. *Соціологічні студії*, 2015. № 1. С. 34–39.

13. Матвеев С. О., Лясота Л. І. Економічна соціологія. Суми : Університетська книга, 2006. 184 с.

14. 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.

15. Вансинк Б. Психологія потреблення. Маркетолог. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/consuming_psychology.htm (дата звернення: 19.03.2020).

16. Мельник Л. Г. Екологічна економіка : підручник. Суми : Університетська книга, 2006. 367 с.

17. Ефимчук І. Е. Соціальна організація – прошле без будуще (Наивные вопросы дилетанта). *Общественные науки и современность*, 2005. № 3. С. 144–153.

18. Сальтевская Т. Г. Противоречивое влияние глобализации на социально-экономическое содержание и структуру личного потребления. *Економіка: проблеми теорії та практики* : зб. наук. праць. Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. № 243 : Т. 3. С. 733–737.

19. Моисеев Н. Н. Нравственность и феномен эволюции. Экологический императив и этика XXI века. ОНС, 1994. № 6. С. 131–139.

20. 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.

21. Thomas M. J. Consumer market research: does it have validity? Some postmodern thoughts. *Marketing Intelligence & Planning*, 1997. Vol. 15. № 2. P. 54–59.

22. Fedrigo D., Hontelez J. Sustainable consumption and production: An agenda beyond sustainable consumer procurement. *Journal of Industrial Ecology*, 2010. № 14(1). P. 10–12.

23. Tukker A., Cohen M. J., Hubacek K., Mont O. Sustainable Consumption and Production. *Journal of Industrial Ecology*, 2010. № 14(1). P. 1–3.

24. Мокій М. І., Флейчук А. І. Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку України з урахуванням несприятливих внутрішніх та зовнішніх чинників. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних регіонів* : зб. наук. праць / НАН України, Ін-т регіональних досліджень: [ред. кол. : відп. ред. Є. І. Бойко]. Львів, 2008. Вип. 3 (71). С. 44–63.

25. Флейчук М. І. Теоретико-методологічні засади детінізації економіки та протидії корупції в Україні в умовах глобалізації [Текст] : автореферат дис. ... д-ра екон. наук : 21.04.01 «Економічна безпека держави». К., 2010. 34 с.

26. Fleychuk M., Mokiyy A., Datsko O., Nakonechna N. Economy legalization and corruption combating in the model of balanced socio-economic development. *The balanced development of national economy under the conditions of modern world transformation* : monograph. Daugavpils : Daugava Print, 2019. P. 6–23.

27. Міжнародні стратегії економічного розвитку : підручник / Ю. В. Макогон, Д. Г. Лук'яненко, Ю. М. Пахомов, М. Ю. Пивоносов, А. С. Філіпенко, КНУ ім. Т.Г. Шевченка, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, ДНУ. К. : Освіта України, 2009. 417 с.

28. 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.

29. Панарин А. С. Искушение глобализмом. М. : Русский Национальный фонд, 2000. 437 с.

30. Міжнародні стратегії економічного розвитку : навч. посіб. / [Ю. Г. Козак, В. В. Ковалевський, Н. С. Логвінов та ін.]. К. : Центр учбової літератури, 2009. 356 с.

31. 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).

32. 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).

33. 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.

34. 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.

35. Маркетинг : навч. посіб. / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій та ін. К. : Наш час, 2007. 504 с.

36. Етапи розвитку глобалізації. URL: <https://studopedia.org/10-106295.html> (дата звернення: 26.07.2018).

37. 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.

38. 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).

39. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. К. : КНЕУ, 2004. 275 с.

40. Котлер Ф. Основы маркетинга. М. : Бизнес-книга, 1995. 698 с.

41. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. К. : Хімджест, 2008. 720 с.

42. Лісогор Л. С. Формування інноваційної зайнятості в умовах модернізації економіки та трансформації суспільних відносин. *Економіка і організація управління*. 2016. № 3(23). С. 82–90.

43. 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).

44. Погоріла Л. М. Ключові фактори і принципи соціально відповідального споживання. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2015. № 2. С. 30–34.

45. 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.

46. Саприкіна Л. М. Формування парадигми екологічно-відповідального споживання. *Проблеми економіки*, 2013. № 2. С. 312–317.

47. 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).

48. 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.

49. Соціальна відповідальність : теорія і практика розвитку : монографія / за ред. А. М. Колота. К. : КНЕУ, 2012. 501 с.

50. Грiшнова О. А. Соцiальна вiдповiдальнiсть у контекстi подолання системної кризи в Украiнi. *Демографiя та соцiальна економiка*. Ін-т демографiї та соцiальних дослiджень ім. М. В. Птухи НАН Украiни, 2011. № 1(15). С. 39–46.

51. 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).

52. Intelligent Consumption / E. Näslund-Hadley, M. Ramos, J. Paredes, and others, 2015. URL: <https://publications.iadb.org/handle/11319/7428#sthash.tRKnсx5х.dpuf> (дата звернення: 24.12.2017).

53. Asolekar S., Gopichandran R. Sustainable and Intelligent consumption. *Preventive Environmental Management*. Centre for environment education. Foundation books, Cambridge House. 2005. P. 392–424.

54. 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).

55. Бузан Г. С. Популяризація серед споживачів застосування елементів сталого споживання: ресурсо- та енерго-ефективність, 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).

56. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія. 2-ге вид., переробл. К. : НISД, 2015. 348 с.

57. 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).

58. Wolfers A. Discord and Collaboration. *Essays on International Politics*. Baltimore, Maryland. 1962. P. 148.

59. 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).

60. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : монография. М. : МИФИ, 2003. 388 с.

61. Капра Ф. Скрытые связи; пер. с англ. М. : Издат. дом «София», 2004. 336 с.

62. Ліпкан В. А. Безпекознавство : навч. посіб. К. : Європейський університет, 2003. 208 с.

63. Мокій А. І., Дацко Л. І. Територіальна громада в системі економічної безпеки держави. *Стратегічні пріоритети*, 2015. № 1(34). С. 83–89.

64. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів економічних і юридичних 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.

65. Семенюк О. Нова архітектура європейської безпеки : тенденції, виклики, перспективи. URL: <http://cs.cirs.kiev.ua> (дата звернення: 27.10.2018).

66. Малиновська О. А. Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії : монографія. К. : НІСД, 2018. 472 с.

67. Экономическая и национальная безопасность : учебник / под ред. Е. А. Олейникова. М. : Экзамен, 2004. 768 с.

68. 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).

69. Система економічної безпеки держави / [О. С. Власюк, А. І. Сухоруков, І. В. Недін та ін.] ; Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки. К. : Стилос, 2010. 684 с.

70. Зеркалов Д. В., Арламов О. Ю. Соціальні проблеми сталого розвитку : монографія. К. : Основа, 2013. 562 с.

71. Коротких Я. В., Герасимова І. Ю. Економічна безпека особистості в умовах глобалізації. URL:http://eaf.nmu.org.ua/ua/naukova_diyalnist/Internet_tezi/%Тезисы%20Коротких%20Я.%20ФК-11.pdf (дата звернення: 26.12.2018).

72. Запорожець Т. В. Безпека особистості в умовах глобалізації: проблеми та шляхи вирішення. URL: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Zarogoches.pdf (дата звернення: 04.01.2019).

73. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків : Право, 2008. 375 с.

74. Маляренко Т. Безпека людини у мінливому світі : монографія. Донецьк : Східний видавничий дім, 2013. 200 с.

75. Мунтян В. І. Економічна безпека України : монографія. К. : Вид-во КВІЦ, 1999. 464 с.

76. Дацко О. І. Гуманітарні імперативи зміцнення економічної безпеки України. Львів : Ліга-прес, 2015. 672 с.

77. 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).

78. 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).

79. Зализко В. Д. О проблеме содержательно-понятийного толкования экономической безопасности. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*, 2014. № 3(113). С. 158–164.

80. Медведев В. Проблемы экономической безопасности России. *Вопросы экономики*, 1997. № 3. С. 111–127.

81. Иванченко В. Общность критериев экономической и государственной безопасности. *Экономист*, 1996. № 5. С. 3.

82. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) : уч. практ. пособие. М. : Бизнес шк. «Интел синтез», 1997. 123 с.

83. Варналій З. С. Економічна та фінансова безпека України в умовах глобалізації. К. : Знання України, 2020. 423 с.

84. Гуменюк А. М. Безпека структурно-інституціональної трансформації економіки регіону: теоретичні основи та прикладні аспекти : монографія. К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2014. 466 с.

85. Пастернак-Таранушенко Г. А. Оболонки захисту економічної безпеки України. URL: <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo10/obolon.htm> (дата звернення: 15.01.2019).

86. Бабець І. Г. Зовнішньоекономічна безпека регіонів України в умовах співробітництва з країнами ЄС : теоретико-методологічні та прикладні аспекти : монографія. Львів : ПАІС, 2011. 400 с.

87. 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).

88. Попова С. М., Попова Л. М. Основні складові національної безпеки України. *Наше право*, 2013. № 13. С. 54–60.

89. Радиш Я. Ф. Теоретико-методологічні засади дослідження здоров'я громадян як важливого фактора національної безпеки. *Науково-інформаційний вісник Академії національної безпеки*, 2015. Вип. 1–2(5–6). С. 27–37.

90. 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.

91. Наказ Мініекономрозвитку «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки

Україні» від 29.10.2013 № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13> (дата звернення: 12.01.2019).

92. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : монографія. К. : НІСД, 2009. 336 с.

93. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія. Львів : Арал, 2008. 384 с.

94. Ганжин В. Т. Социальный иммунитет России как ресурс безопасности Отечества. *Безопасность*, 1995. № 11. С. 26–31.

95. Ляш О. І. Трансформація системи соціальної безпеки України : регіональний вимір : монографія. Л. : ПАІС, 2012. 591 с.

96. Лесков М. А. Концепция построения модели безопасности социальных систем. *Безопасность*, 1994. № 7–12(23). С. 83–93.

97. Соціальна безпека: сутність та вимір : наук. доп. / О. П. Коваль. К. : НІСД, 2016. 34 с.

98. Мартинюк В., Длугопольська Т.І. Імітаційне моделювання впливу індикаторів соціальної безпеки на її стан (приклад України). Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск 5 (22). С. 34–43.

99. Антонюк К. І., Гурська Н. В. Продовольча безпека кризь 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.

100. Одінецов М. М. Моделювання факторів формування продовольчої безпеки. URL: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=113 (дата звернення: 04.02.2019).

101. Тіщенко М. Г. Проблеми забезпечення продовольчої безпеки України. URL: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2208 (дата звернення: 10.02.2019).

102. Ульянченко 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).

103. Руликівський В. П. Роль та місце продовольчої безпеки в системі забезпечення національної безпеки України. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07gvpnbu.htm> (дата звернення: 10.01.2019).

104. Балабан С. В. Оцінювання рівня продовольчої безпеки регіону. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2019/оцінювання-рівня-продовольчої-безпе/> (дата звернення: 10.01.2019).

105. Бадурев Б. В. Продовольственная безопасность Японии : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 «Мировая экономика». М., 2007. С. 12–13.

106. Розмаинский И. В. Почему капитал здоровья накапливается в развитых странах и «проедается» в постсоветской России? (Опыт посткейнсианского анализа). *Вопросы экономики*, 2011. № 10. С. 113–131.

107. 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.

108. Черевко Л. Д., Гурьянова Н. М. Категория «продовольственное обеспечение» и ее взаимосвязь с другими категориями. *Экономика и предпринимательство*, 2014. № 8. С. 64–67.

109. 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.

110. Ляшенко О. М. Основні засоби досягнення продовольчої безпеки у регіоні. *Вісник Східноукраїнського університету*, 2000. № 4 (26). С. 161–164.

111. 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).

112. 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.

113. Толкачов В. С. Безпека інформації як складова інформаційної безпеки держави. URL: <http://stratcom.co.ua/bezpeka-informatsiyi-yak-skladova-informatsijnoi-bezpeki-derzhavi/> (дата звернення: 05.08.2018).

114. 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.

115. Шемаєв В. В., Шемаєва Л. Г., Франчук В. І., Сідак В. С., Драган І. О. Оцінка впливу інформаційно-комунікаційних технологій на показники зовнішньоторговельної безпеки держави. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. Том 3, № 30 (2019). С. 414–422.

116. Чернега О. Б., Маловичко С. В. Методологія дослідження електронної торгівлі як поліфункціонального явища. *Інноваційна економіка*, 2016. № 5–6. С. 212–218.

117. Безпечність. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/TM042285> (дата звернення: 08.09.2019).

118. Словник бізнес-термінів. URL: <https://wordydiva.com/dictionary-of-business-terms/55/> (дата звернення: 26.06.2019).

119. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. М., 1997. 864 с.

120. Ляшко А. А., Ходькин А. П., Волошко Н. И., Снитко А. П. Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник. М., 2013. 660 с.

121. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М., Рудницький С. І., Хом'як Ю. М. Організація торгівлі. К., 2008. 632 с.

122. Зеркалов Д. В. Безпека життєдіяльності. К., 2016. 267 с.

123. Іванілов О. С. Економіка підприємства. К., 2009. 728 с.

124. 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).

125. Піх М. З. Безпека споживання продуктів в моделі стратегії розвитку держави. *Економіка харчової промисловості*, 2014. № 1(21). С. 72–76.

126. 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.

127. 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).

128. 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).

129. Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. Маркетинг. К., 2008. 600 с.

130. Коломієць А. Національна модель споживання : сутність та способи регулювання. URL: [www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02\(5\)/10kaossr.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02(5)/10kaossr.pdf) (дата звернення: 08.09.2019).

131. 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).

132. Зачосова Н. В., Коваленко А. О. Методологія наукових досліджень проблем забезпечення економічної безпеки держави. *Економіка та держава*, 2017. № 11. С. 56–59.

133. Франчук В. І. Особливості організації системи економічної безпеки вітчизняних акціонерних товариств в умовах трансфор-

маційної економіки : монографія. Львів : Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2010. 440 с.

134. 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).

135. Байдак Т. М., Болотова 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.

136. Овчач О. В. Соціально-психологічні чинники споживчої поведінки. *Наука і освіта*, 2014. № 9. С. 159–163.

137. О'Коннор Дж., Макдермотт И. Искусство системного мышления : необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем; пер. с англ. М. : Alpina Business Books, 2008. 249 с.

138. Форрестер Д. Мировая динамика; пер. с англ. СПб. : АСТ, 2003. 379 с.

139. Дорофеюк Ю. А., Дорофеюк А. А. Методы структурно-классификационного прогнозирования многомерных динамических объектов. *Искусственный интеллект*, 2006. № 2. С. 138–141.

140. Кофман А. Введение в теорию нечетких множеств. М. : Радио и коммуникации, 1982. 432 с.

141. Сявавко М. С., Рибицька О. М. Математичне моделювання за умов невизначеності. Львів : Українські технології, 2000. 320 с.

142. 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.

143. Карпов Ю. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5. СПб. : БХВ–Петербург, 2005. 400 с.

144. 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.

145. Головне управління статистики у Запорізькій області. URL: <http://zp.ukrstat.gov.ua/index.php/statystychna-informatsiia#1.1> (дата звернення: 09.12.2019).

146. *Маркетинговые исследования* / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. СПб. : Питер, 2003. 304 с.

147. Власенко Л. В. Стратегічні пріоритети та засоби розвитку зовнішньоторговельних відносин України з КНР в умовах глобалізації : дис. ... канд. екон. наук : спеціальність 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». Львів, 2017. 282 с.

148. Lin H. *Architectural design of multi-agent systems: technologies and techniques* / Lin H. – New York : Information Science Reference, 2007. – 442 p.

149. Иванов Ю. Б., Пилипенко А. А. *Інтеграційний розвиток суб'єктів господарювання: теоретичне обґрунтування та організація управління* : монографія. – Х. : ФОП Александрова К. М. : ВД «Інжек», 2012. – 400 с

150. Сибірцев В. В. *Постанова задачі мультиагентського моделювання інституціонального розвитку національного ринку праці. Економічний простір*. 2014. № 91. С. 73–83.

151. *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.*

152. Мандибур 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.

153. Гукалова І. В. *Якість життя населення України : суспільно-географічна концептуалізація* : монографія. К., 2009. 347 с.

154. Методика вимірювання регіонального людського розвитку. К. : Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи, 2012. 50 с.
155. 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.
156. Ярчук А. В. Сутність поняття якості життя населення. *Економіка і організація управління*, 2016. № 3(23). С. 430–439.
157. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. пос. К. : Кондор, 2004. 432 с.
158. Рофе А. И. Теоретические основы экономики и социологии труда: учебник для студентов вузов. М. : Изд-во МИК, 1000. 336 с.
159. 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.
160. Методология управления трудовыми ресурсами : монографія ; под ред. А. П. Егоршина, И. В. Гуськовой. Н. Новгород : НИМБ, 2008. 352 с.
161. Экономика труда : учебник / В. В. Адамчук, Ю. П. Кокин, Р. А. Яковлев; под ред. В. В. Адамчука. М. : ЗАО Финстатинформ, 1999. 431 с.
162. Меркушев С. А. Качество жизни населения городских поселений Пермской области (территориальный анализ) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02. Пермь, 1997. 16 с.
163. Шамборовський Г. Добробут населення міжнародних інтеграційних об'єднань: стратегії для України : монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 328 с.
164. Вимірювання якості життя в Україні : аналітична доповідь. [Лібанова Е. М., Гладун О. М., Лісогор Л. С. та ін.] К., 2013. 51 с.
165. Переверзева А. В. Вплив людських ресурсів на формування та розвиток територіальних громад: регіональний вимір :

монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2018. 340 с.

166. Гордей О. Система чинників і фінансові показники вимірювання рівня життя населення. *Підприємство, господарство і право*, 2009. № 10. С. 222–226.

167. Прокопій Д. А. Щодо шляхів подолання бідності працюючого населення : аналітична записка. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-02/111Analyt_Zaryska_Prokopiу-7fdd8.pdf (дата звернення: 03.08.2018).

168. 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).

169. Sustainable Development Modeling. URL: <http://sdi.wdc.org.ua/global/> (дата звернення: 03.08.2018).

170. Human Development Indices and Indicators: 2018 Statistical update. URL: <http://hdr.undp.org/en/2018-update> (дата звернення: 03.08.2018).

171. Індекс якості життя. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Індекс_якості_життя (дата звернення: 03.08.2018).

172. 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).

173. Как жизнь? URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/ru/> (дата звернення: 17.08.2019).

174. The Good Country Index. URL: <https://www.goodcountry.org/index/results> (дата звернення: 17.08.2018).

175. Quality of Life Index by Country 2019. URL: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp (дата звернення: 18.08.2019).

176. The Legatum Prosperity Index 2019. URL: <https://www.prosperity.com/about/resources> (дата звернення: 18.08.2019).

177. 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.

178. Регіональний людський розвиток : статистичний збірник. Відп. О. О. Кармазіна. Державна служба статистики. К., 2018. 72 с.

179. Антонюк К. І., Мокій А. І., Антонюк Д. А. Теоретико-методологічні засади безпеки споживання в контексті інклюзивної моделі регіонального розвитку. *Економіка України*. 2020. № 3–4. С. 74–87.

180. Antoniuk K. I., Antoniuk D. A., Bukharina L. M. Structural analysis of category apparatus of consumption in the sustainable development system. *Науковий вісник Полісся*. Чернігів : ЧНТУ, 2018. № 2 (14). Ч. 1. С. 136–140.

181. Антонюк К. І. Еволюція безпеки споживання на різних етапах глобалізації. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць*. Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2018. Вип. 18. С. 291–297.

182. Антонюк К. І. Актуальність забезпечення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України. *Менеджмент та підприємництво : тренди розвитку*. 2019. Вип. 1 (07). С. 74–79.

183. Antoniuk K. I. Poly-scientific essence of the «consumption» category through the prism of its safety. *Management And Entrepreneurship: Trends Of Development*. 2020. № 2(12). P. 48–58.

184. Антонюк К. І. Проблеми формування понятійного апарату споживання як категорії сталого розвитку. *Problems and Prospects of Territories' Socio-Economic Development : Conference Proceedings of the 7th International Scientific Conference (4–7 April 2018, Opole, Poland)*. The Academy of Management and Administration in Opole, 2018. P. 266–267. (Ел.).

185. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Забезпечення безпеки споживання – шлях до інклюзивного розвитку країни. *Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний,*

міжнародний вимір : II Міжн. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 17–18 жовтня 2019 р.) / Прушківська Е. В. (відпов. ред.) Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2019. С. 13–16.

186. Цілі сталого розвитку для України : регіональний вимір : аналітична доповідь. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2018. 90 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).

187. 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).

188. Центр гендерної культури. URL: <http://www.genderculturecentre.org/monitoring-seksistskoi-reklami/> (дата звернення: 17.08.2019).

189. 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).

190. 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).

191. Goal 12 : Ensure sustainable consumption and production patterns. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/> (дата звернення: 17.08.2019).

192. 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.

193. Material flow accounts and resource productivity. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/responsible-consumption-and-production> (дата звернення: 17.08.2019).

194. The European Chemical Industry Council. European Chemical Industry Facts and Figures Report, 2017. P. 5.

195. 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).

196. Eurostat. Compilation of chemical indicators. Development, revision and additional analysis, 2016. P. 43.

197. 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).

198. 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).

199. Primary energy consumption. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_07_10/default/table?lang=en (дата звернення: 19.08.2019).

200. Final energy consumption. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_07_11/default/table?lang=en (дата звернення: 19.08.2019).

201. 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).

202. 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).

203. Circular material use rate. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_srm030/default/table?lang=en (дата звернення: 19.08.2019).

204. 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:52015DC0614> (дата звернення: 16.08.2019).

205. 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).

206. 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.

207. 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.

208. 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.

209. 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.

210. Шевчук В. Я., Саталкін Ю. М., Білявський Г. О. Екологічне управління. К. : Либідь, 2004. 432 с.

211. Микієвич М. М., Андрусевич А. О. Європейське право навколишнього середовища : навч. посіб. Львів, 2004. 256 с.

212. 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).

213. Якушенко Л. Аналіз досвіду Європейського співробітництва щодо формування і втілення інституцій та інструментів екологічної політики. Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/840/> (дата звернення: 20.08.2019).

214. Посельський В. Європейський Союз. Інституційні основи європейської інтеграції. К., 2002. 168 с.

215. 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).

216. 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).

217. 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).

218. 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).

219. Держводагентство. URL: <https://davr.gov.ua/news/derzhvod-agentstvo-rozrobylo-koncepciyu-reformuvannya-struktury-vodogospodarskoj-galuzi> (дата звернення: 20.08.2019).

220. Уряд схвалив Національну стратегію управління відходами. URL: <https://menr.gov.ua/news/31837.html> (дата звернення: 20.08.2019).

221. Стратегія низьковуглецевого розвитку України до 2050 р. URL: https://menr.gov.ua/files/docs/Proekt/LEDS_ua_last.pdf (дата звернення: 20.08.2019).

222. 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.

223. Бородачова Н. І. Європейський контекст розвитку системи захисту прав споживачів. *Маркетинг в Україні*, 2012. № 1. С. 56–60.

224. Захист прав споживачів в Європейському Союзі та Україні : Аналітичний звіт. К., 2007. С. 36.

225. 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.

226. 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).

227. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 17.01.2019).

228. 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).

229. 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).

230. 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).

231. 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.

232. 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.

233. 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).

234. 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).

235. 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).

236. Оверковська Т. Правове регулювання безпечності продуктів харчування. *Підприємництво, господарство і право*, 2018. № 4. С. 109–114.

237. Agreement on Technical Barriers to Trade. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tbt_e/tbt_e.htm/ (дата звернення: 30.01.2019).

238. 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).

239. Прикульська Н., Мотузка Ю. Технічне регулювання: міжнародні практики та вітчизняні реалії. *Вісник КНТЕУ*, 2015. № 3. С. 5–21.

240. New Approach Standardisation in the Internal Market. URL: <http://www.newapproach.org/> (дата звернення: 03.08.2018).

241. 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).

242. Дятлова В. В. Забезпечення економічної безпеки і конкурентоспроможності економіки механізмами технічного регулювання *Актуальні проблеми економіки*, 2011. № 3 (117). С. 56–62.

243. Кривошея С. О., Дядюра К. О. Обґрунтування національної системи технічного регулювання та її трансформації до загальноєвропейської. *Системи и процессы управления*, 2015. № 2/3(22). С. 56–60.

244. 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.

245. 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.

246. Штефан Н. В. Технічне регулювання в Україні: проблеми та досягнення. *Системи обробки інформації*, 2011. № 6(96). С. 17–19.

247. Віткін Л., Луценко Д. Удосконалення державного ринкового нагляду за безпечністю нехарчової продукції відповідно до європейських підходів Стандартизація. Сертифікація. *Якість*, 2012. № 5. С. 18–25.

248. Віткін Л. М. Франція. Болгарія. Подальший розвиток системи технічного регулювання у Європейському Союзі. *Стандартизація, сертифікація, якість*, 2009. № 6(61). С. 19–24.

249. Горизонтальна діяльність з ринкового нагляду в Швеції. *Інформаційний бюлетень з міжнародної стандартизації*. К. : Держспоживстандарт, 2006. № 1. С. 116–126.

250. Система швидкого оповіщення RAPEX. URL: <https://helpdesk.epo.org.ua/rozdil/sistema-shvidkogo-opovishchennya-rapex> (дата звернення: 04.04.2019).

251. 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).

252. 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).

253. 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).

254. Інформація про небезпечну (нехарчову) продукцію. URL: <https://uvaga.gov.ua/uk/Main/Category/Category> (дата звернення: 04.10.2019).

255. 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).

256. 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=SkhemaperelikVidivProduktsiiSchodoYakikhOrganiDerzhavnogoRinkovogoNagliaduZdiisniuiutDerzhavniiRinkoviiNagliad> (дата звернення: 04.10.2019).

257. 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=ZvitProVikonanniaOrganamiDerzhavnogoRinkovogoNagliaduSektoralnikhPlanivDerzhavnogoRinkovogoNagliaduZa2018-Rik> (дата звернення: 04.10.2019).

258. 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).

259. Максименко А. О. Споживча поведінка: концептуалізація поняття та чинники, що її детермінують. *Соціальні*

технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2010. № 44. С. 140–145.

260. Зозульов О. В., Писаренко Н. П. Ринкове позиціонування : з чого починається створення успішних брендів. К. : Знання-Прес, 2004. 199 с.

261. 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).

262. Малышев А. В. Новая общесоциологическая теория (парадигма) : монография. Винница: Винница, 1997. 93 с.

263. Возженников А. В. Национальная безопасность: теория, практика, стратегия. М. : Модуль, 2000. 234 с.

264. 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.

265. Горбулін В. П., Качинський А. Б. Засади національної безпеки України. К. : Інтертехнологія, 2009. 272 с.

266. 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).

267. Євтушевська О. Перспективи розвитку етичного споживання в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*, 2014. Вип. 12. С. 14–17.

268. Використання психології споживання у сучасному маркетингу. URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/psychology/10117/> (дата звернення: 15.11.2019).

269. 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.

270. Власенко І. Таємниці української душі. 2017. URL: <https://uamodna.com/articles/taemnyci-ukrayinsjkoji-dushi/> (дата звернення: 18.11.2019).

271. 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).

272. Шевченко Т. Забудьте слово «менталітет». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/zabudte-slovo-mentalitet-2506718.html> (дата звернення: 18.11.2019).

273. 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.

274. Балабанова Л. В. Маркетинг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. 562 с.

275. Энис Б. М., Кокс К. Т., Моква М. П. Классика маркетинга. СПб. : Питер, 2001. 752 с.

276. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование; [пер. с англ.]. Донецьк : Баланс Бизнес Букс, 2005. 774 с.

277. Зозульов О. В. Огляд мотиваційних теорій, що використовуються у практиці маркетингової діяльності. *Маркетинг в Україні*, 2003. № 1. С. 39–42.

278. Зозульов О. В. Мотиваційні маркетингові дослідження : методика розробки списку пошукових запитань. *Маркетинг в Україні*, 2000. № 2. С. 21–23.

279. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга : учеб. пособие; [пер. с англ.]. [2-е изд.]. М. : Вильямс, 2000. 688 с.

280. Прокопенко О. В. Екологічний маркетинг : навч. посіб. К. : Знання, 2012. 319 с.

281. Ращенко А. В. Особливості формування попиту на сільсько-господарську продукцію в контексті ставлення. *Агросвіт*, 2012. № 22. С. 30–34.

282. Зіновчук Н. В., Ращенко А. В. Екологічний маркетинг : навч. посіб. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.

283. Ілляшенко С. М., Прокопенко О. В. Менеджмент екологічних інновацій : навч. посіб.; за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Вид-во СумДУ, 2003. 266 с.

284. Извеков А. Маркетинговые исследования рынка плодо-овощной продукции и его развитие. *Маркетинг*, 2000. № 1(50). С. 40–47.

285. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. М. : Вильямс, 2001. 590 с.

286. 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).

287. Sustainable Efforts & Environmental Concerns Around the World. *A Nielsen Report*, 2011. URL: <http://phe-ethiopia.org/admin/uploads/attachment-886-nieslen-sustainability-report.pdf> (дата звернення: 24.10.2017).

288. The Sustainability Imperative New Insights on Consumer Expectations. *A Nielsen Report*, 2015. URL: <http://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/eu/docs/pdf/Global%20Sustainability%20Report%20DIGITAL%20FINAL.pdf> (дата звернення: 24.10.2017).

289. Finding the green in today's shoppers : Sustainability trends and new shopper insights. GMA/Deloitte Study, 2009. 28 p.

290. Pride F. Marketing : concept and strategies. Boston etc., 1989. 818 p.

291. Юлдашева О. Когнитивный маркетинг : основные положения и термино-логический аппарат. *Маркетинг*, 2006. № 1. С. 34–43.

292. Безрученко А. Пятый элемент маркетинговых коммуникаций. *Компаньон. Стратегии*, 2002. № 6. С. 16–21.

293. Варягам и аборигенам. Украина. Что есть и что может быть. *Торговое дело*, 2005. № 10. С. 26–31.

294. Траут Д. Новое позиционирование. СПб. : Питер, 2000. 192 с.

295. Траут Дж. Дифференцируйся или умирай! СПб. : Питер, 2002. 224 с.
296. Теория маркетинга / Под ред. М. Бейкера. СПб. : Питер, 2000. 464 с.
297. Энис Б. М., Кокс К. Т., Моква М. П. Классика маркетинга. СПб. : Питер, 2001. 752 с.
298. 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.
299. Безрученко А. – 50% по Трауту. & *Стратеги*, 2004. № 6. С. 20–27.
300. Юлдашева О. Когнитивный маркетинг : основные положения и терминологический аппарат. *Маркетинг*, 2006. № 1. С. 34–43.
301. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий ; [пер с англ.] ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2000. 336 с.
302. Тамберг В., Бадьян А. Новое позиционирование. *Отдел маркетинга*, 2005. № 5. С. 12–15.
303. Jackson T. Motivating Sustainable Consumption – a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change. University of Surrey. 2005. 170 p.
304. Пульс Угоди : моніторинг реалізації плану заходів з виконання Угоди. Навколишнє природне середовище та цивільний захист. URL: <https://pulse.eu-ua.org/ua/streams/environment> (дата звернення: 16.07.2020).
305. Антонюк К. І. Особливості вибору критеріїв маркетингового позиціонування. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Маркетинг: теорія і практика*. К.: КНЕУ, 2009. С. 260–271.
306. Антонюк К. І. Критерії маркетингового позиціонування та методи їх визначення. *Стратегія економічного розвитку України*. 2009. Вип. 24–25. С. 170–177.
307. Антонюк К. І. Інституціональне забезпечення безпеки споживання в процесі європейської інтеграції України. *Торгівля*

і ринок України : тематичний зб. наук. праць / Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Кривий Ріг : ДонНУЕТ. 2018. № 2 (44). С. 5–17.

308. Antoniuk K., Mokiy A., Antoniuk D. Consumption security interdependence with sustainable development goals. *International relations review*. 2020. № 8. P. 80–97.

309. Antoniuk K. Features of marketing positioning criteria choice. *Business and management 2010 : 6-th International Scientific Conference (13–14 May 2010, Vilnius, Lithuania)*. Vilnius : VGTU, 2010. P. 328–334.

310. Антонюк К. І. Класифікація критеріїв маркетингового позиціонування. *Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи вирішення* : мат. II міжн. наук.-практ. конф. (8–9 жовтня 2009 р.). Тернопіль: ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. С. 23–25.

311. Антонюк К. І. Маркетингове позиціонування : вибір критеріїв. *Маркетинг в Україні* : зб. тез Десятої міжн. наук.-практ. конф. (22–23 жовтня 2009 р.). К. : Українська Асоціація Маркетингу, 2009. С. 13–15.

312. Антонюк К. І. Євроінтеграційні аспекти інституціонального забезпечення безпеки споживання. *Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки* : матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (25 лютого 2019 року). Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. С. 439–444.

313. Антонюк К. І. Екологічні аспекти забезпечення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України. *Актуальні проблеми охорони навколишнього природного середовища українсько-польських територій* : Міжн. наук.-практ. конф. (Львів – Івано-Франківськ, 23–25 жовтня 2019 р.). Львів : ПАІС, 2019. С. 4–5.

314. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Забезпечення безпеки споживання: адаптація національного Інституціонального базису до європейських вимог. *Сучасні інноваційно-інвестиційні механізми розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції* : мат.

VI Міжн. наук.-практ. конф. (30–31 жовтня 2019 р.). Полтава : ФОП Пусан А. Ф., 2019. С. 93–94.

315. Антонюк К. І., Мокій А. І. Взаємообумовленість безпеки споживання з глобальними Цілями сталого розвитку. *Dilemmas and perspectives in international relations* : collection of the scientific materials (Львів, 25.04.20). Львів : ЛНУ імені І. Франка, 2020. Р. 8–14.

316. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Забезпечення безпеки споживання як передумова сталого розвитку України. *Економіка та менеджмент у період цифрової трансформації бізнесу, суспільства та держави* : матеріали Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції (28–29 травня 2020 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний інститут, 2020. С. 361–365.

317. Коломієць О. О. Роль прожиткового мінімуму в розбудові системи мінімальних рівнів соціального захисту : аналітична записка. Серія : Соціальна політика. НІСД, 2019. № 7. 8 с.

318. Медведева В. Варенье – на завтра: 7+1 корзини стран G-8. URL: http://www.profile.ru/items_19693 (дата звернення: 18.02.2019).

319. 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).

320. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів 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).

321. Україна, Польща, Німеччина, що в споживчих кошиках. URL: <http://ukr.segodaya.ua/economics/finance/ukrainec-nemec-polyak-cto-v-potrebitelskojkorzinke-520918.html> (дата звернення: 18.02.2019).

322. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 р. Статистичний збірник. Ч. 1. Державна служба статистики України. К., 2019. 379 с.

323. Кисельов К. Статистичний аналіз рівня споживання товарів і послуг населенням України у 2013 р. *Статистика України*, 2014. № 4. С. 33–37.

324. Россия и страны мира. 2018 : Статистический сборник. М. : Росстат, 2018. 375 с.

325. Средняя зарплата по странам мира. URL: <http://investorschool.ru/srednyaya-zarplata-po-stranam-mira-2017> (дата звернення: 20.02.2019).

326. 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).

327. 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.

328. 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).

329. 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).

330. 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).

331. Борщевський П., Дейнеко Л. Продовольча безпека країни : стан і тенденції. *Розбудова держави*, 2007. № 1–6. С. 66–73.

332. 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).

333. Соціальний захист населення України. Статистичний збірник. К., 2019. 125 с.

334. 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).

335. Соціальні індикатори рівня життя населення. Статистичний збірник. К., 2018. 180 с.

336. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України у 2017 р. Статистичний збірник. К., 2017. 86 с.

337. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. 2013 рік, Державна служба статистики України, 2014. 59 с.

338. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. К. : Державна служба статистики України, 2018. 59 с.

339. 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).

340. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник. К., 2019. 174 с.

341. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. К., 2019. 108 с.

342. Довкілля України за 2018 рік. Статистичний збірник. К., 2019. 214 с.

343. Яценко Л. Д. Проблеми неузгодженості вищої освіти та ринку праці в Україні : аналітична записка. Серія : Соціальна політика, 2020. № 14. 7 с.

344. Meadows D. H. The Unavoidable A Priori. *Elements of the System Dynamics Method*, 1980. P. 161–240.

345. Sterman J. Business dynamics : systems thinking and modeling for a complex world. Boston: Irwin McGraw-Hill, 2000. 982 p.

346. 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.

347. 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).

348. Полуектова Н. Р. Методи та моделі управління розвитком інформаційних систем підприємств : монографія. Запоріжжя : ЗДІА, 2015. 344 с.

349. Карпов Ю. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5. СПб. : БХВ–Петербург, 2005. 400 с.

350. 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.

351. Martinez-Moyano I. J., Richardson G. P. Best practices in system dynamics modeling. *System Dynamics Review*, 2013. № 29(2). P. 102–123.

352. Renshaw G. Maths for Economics. New York : Oxford University Press, 2005. P. 516–526.

353. Nordhaus W. D. Revisiting the social cost of carbon. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2017. № 114(7). P. 1518–1523.

354. 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).

355. 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.

356. Фарина О. І., Дадашова П. А. Концептуальні підходи до побудови макромоделі економіки України методами системної динаміки. К. : НаУКМА, 2015. 64 с.

357. Дадашова П. А. Системний аналіз та моделювання впливу взаємоузгодженості монетарної та фіскальної політики на макроекономічну стабільність : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.11 «Мате-

матичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці». К., 2017. 282 с.

358. Ильин В. Потребление как дискурс. URL: <http://www.old.jourssa.ru/2007/CB5/Ilyin.pdf> (дата звернення: 18.11.2019).

359. Набрusco І. Стилi 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.

360. Сальтeвская Т. Г. «Институциональные ловушки» в моделях потребления украинского общества. *Научные труды ДонНТУ. Серия : экономическая, 2007*. Вып. 31–3. С. 27–30.

361. Веблен Т. Теория праздного класса ; пер. с англ. М. : Прогрес, 1984. 368 с.

362. Бурдьe 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).

363. Зиммель Г. Избранное. Созерцание жизни ; [пер. с нем.] / состав. С. Левит, Л. Скворцов. Т. 2. М. : Юристъ, 1996. 607 с.

364. Тоффлер Е. Третья Хвиля ; [пер. з англ. А. Єва]. К. : Всесвіт, 2000. 475 с.

365. 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.

366. Ильин В. Гендерные модели потребления. URL: <https://www.consumers.narod.ru/lections/gender.html> (дата звернення: 18.11.2019).

367. 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_Sustainable_Consumption_Book_2013.pdf (дата звернення: 18.16.2017).

368. 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).

369. The Global Footprint Network; Trendalyzer Tool by Gapminder. URL: <https://www.footprintnetwork.org/resources/> (дата звернення: 18.11.2019).

370. Powers Th. L. *Modern Business Marketing: A Strategic Planning Approach to Business and Industrial Markets*. 1991. P. 38–39.

371. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения : в 50 т. ; Ин-т марксизма-ленинизма. 2-е изд. М. : Политиздат, 1968. Т. 46. Ч. 2. 618 с.

372. Антонюк К. І., Мокій А. І., Антонюк Д. А. Структурно-компонентний аналіз безпеки споживання в Україні в глобальному вимірі. *Збірник наукових праць. Економічні науки*. Чернівці : Книги – XXI, 2020. № 16. С. 176–188.

373. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Сутнісні характеристики та загрози системі забезпечення безпеки споживання в Україні. *Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах : 2020 рік* : мат. II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., (28–29 квітня 2020 р.). Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2020. С. 13–16.

374. Антонюк К. І., Антонюк Д. А., Мокій А. І. Дуалізм безпеки споживання в Україні в контексті дивергенції економіки: мегарегіональний та регіональний вимір. *Проблеми та перспективи забезпечення стійкості фінансової системи України: зовнішні та внутрішні аспекти* : зб. мат. міжн. наук. конф. (Київ, 12.05.2020) / НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України».

[Електрон. Дані]. К., 2020. URL: <http://ief.org.ua/docs/scc/15.pdf>. С. 57–60.

375. 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).

376. Trade Map. URL : <https://www.trademap.org/> (дата звернення: 27.06.2020).

377. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2019 році. Статистичний збірник. К. Державна служба статистики. 2020, 60 с.

378. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2017 році. Статистичний збірник. К. Державна служба статистики. 2018, 182 с.

379. Левківський В.М., Левківський В.В. Українсько-китайське економічне співробітництво в контексті зовнішньоекономічної безпеки. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління*. Серія 1: Економіка. 2013. Вип. 2. С. 95–103.

380. УкрАгроКонсалт. «Україна – крупнейший в мире экспортер подсолнечного масла» URL: <http://www.ukragroconsult.com/ukragrokonsalt/novosti-temp/ukraina-krupneishii-v-mire-eksporter-podsolnechnogo-masla> (дата звернення: 27.06.2020).

381. Офіційний сайт Статистичного відділу ООН з міжнародної торгівлі. URL : <https://comtrade.un.org/data> (дата звернення: 27.06.2020).

382. 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.

383. Эткинсон Дж., Уилсон Й. Стратегический маркетинг : ситуации, примеры : учеб. пособие ; [пер. с англ.] ; ред. проф. Ю. А. Цыпкина. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 471 с.

384. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг : стратегический подход ; [пер. с англ.] ; под ред. Д. О. Ямпольской. СПб. : Питер, 2001. 288 с.

385. Березіна О. Ю. Сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Економічний простір* : зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ПДАБА, 2010. № 41. С. 194–202.

386. 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.

387. Белявська К. С. Соціальна відповідальність бізнесу : еволюція поглядів на проблему. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2011. № 1. С. 228–334.

388. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2016. № 2. Т. 1. С. 198–204.

389. Абрамов Р. Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации. *Журнал исследований социальной политики*, 2005. № 3. С. 327–346.

390. Офіційний сайт медійного холдингу «1+1 media». URL: <https://media.1plus1.ua>. (дата звернення: 12.02.2019 р.).

391. 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.

392. 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.

393. Відповідальний маркетинг : Гайд для компаній. URL: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/Marketing_Fin.pdf (дата звернення: 18.07.2017).

394. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М. : ЕКСМО, 2011. 197 с.
395. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент ; [пер. с англ.]. [11-е изд.]. СПб. : Питер, 2005. 800 с.
396. Мандебура О. Концепція суспільної відповідальності: економічний аспект. *Наукові записки*, 2013. Вип. 6(68). С. 242–251.
397. Байрамова Е. Е. Споживач у системі корпоративної соціальної відповідальності. *Грані*, 2013. № 11. С. 54–60.
398. Виттенберг Е. Я. Социальная ответственность на постсоветском пространстве. М. : РГГУ, 2011. 477 с.
399. Внутрішня документація Регіонального центру якості Запорізької торгово-промислової палати.
400. Євтушевський В., Махініч 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.
401. Зеленська І. Стан розвитку систем управління якістю в Україні. *Економічний аналіз*, 2011. Вип. 9. Ч. 2. С. 115–119.
402. Перелік сертифікатів на системи управління якістю ДСТУ ISO 9001:2009. URL: <http://www.ukrndnc.org.ua> (дата звернення: 18.07.2012).
403. Ильин В. В. Практические вопросы управления качеством или пособие по подготовке к разработке и внедрению системы менеджмента качества. URL: <http://quality.eup.ru/MATERIALY14/rvuk.htm> (дата звернення: 18.07.2012).
404. 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.
405. Окунева О. В. Концептуальне моделювання бізнес-процесів внутрішнього маркетингу. *Інноваційна економіка*, 2012. № 3. С. 229–234.

406. Окунева О. В. Генезис концепції внутрішнього маркетингу. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. праць, 2011. № 8. С. 390–396.

407. Varey R. Internal Marketing: a Review and some Interdisciplinary Research Challenges. *International Journal of Service Industry Management*, 1995. Vol. 6. № 1. P. 40–63.

408. 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).

409. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підруч. К. : КНЕУ, 2009. 328 с.

410. Зозульов О. В. Концептуальні напрямки досліджень внутрішнього маркетингу. *Проблеми системного підходу в економіці*. URL: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2012_1/Zozulyov_112.htm (дата звернення: 18.07.2017).

411. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг ; [6-е изд.] ; пер. с англ. М. : Вильямс, 2003. 752 с.

412. 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.

413. 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).

414. Мусіна Л. А., Кваша Т. К. Дослідження впливу ресурсоефективності на економічний розвиток в країнах – лідерах «зеленої» модернізації. *Проблеми економіки*, 2014. № 4. С. 53–61.

415. 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.

416. Підходи та практики ресурсоефективного виробництва. Посібник для успішного бізнесу. К. : EaP Green, 2015. 38 с.

417. Керівництво ЮНІДО з більш чистого виробництва. URL: <http://ресрс.kpi.ua/uk/node/107> (дата звернення: 03.08.2018).

418. Національна концепція впровадження та розвитку екологічно чистого виробництва в Україні (проект). Одеса : ІПРЕД НАН України, 2005. 24 с.

419. 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).

420. 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).

421. Довкілля України за 2018 рік. Статистичний збірник. К. : Державна служба статистики України, 2019. 214 с.

422. Білявська Ю. В. Екологічний менеджмент підприємства. *Економіка України*. 2016. № 4. С. 104–111.

423. Ілляшенко С. М., Прокопенко О. В. Екологічний маркетинг. *Економіка України*, 2003. № 12. С. 56–61.

424. Державний комітет статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.06.2020).

425. Роздрібна торгівля України у 2014 році. Київ : Держ. служба статистики України. 2015. 152 с.

426. Роздрібна торгівля України у 2015 році. Київ : Держ. служба статистики України. 2016. 126 с.

427. Роздрібна торгівля України у 2016 році. Київ : Держ. служба статистики України. 2017. 123 с.

428. Роздрібна торгівля України у 2017 році. Київ : Держ. служба статистики України. 2018. 128 с.

429. Іщук С. О., Созанський Л. Й. Динаміка структурних змін у роздрібному товарообороті регіонів України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр. 2018. Вип. 6(134). С. 8–14.

430. Індекси фізичного обсягу товарної структури роздрібного товарообороту підприємств в Україні. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.06.2020).

431. Бегларашвілі О., Кулік А. Роздрібна торгівля в Україні: динаміка змін. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 3. С. 52–60.

432. Пугачевська К. Й. Тенденції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні. *Економіка і суспільство*, 2017. Вип. 12. С. 143–148.

433. Жаліло Я. А. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання : аналіт. доп. / Я. А. Жаліло, К. А. Кононенко, В. М. Яблонський [та ін.] ; за заг. ред. Я. А. Жаліло. К. : НІСД, 2014. 132 с.

434. Тамбовцев А., Тамбовцева Т. Зеленая логистика для устойчивого развития. *Управление и устойчивое развитие*, 2011. № 29. С. 197–203.

435. Современная логистика / Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. Л. Мерфи-мл., Р. Поль. 7-е изд., [пер. с англ.] М. : Вильямс, 2002. 624 с.

436. 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).

437. Кузьмин О., Жежуха В. Кластери як чинник інноваційного розвитку підприємств і територіальних утворень. *Економіка України*, 2010. № 2. С. 14–23.

438. 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).

439. 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.

440. Гурч Л. М., Хмара Л. Є. Розвиток «зеленої логістики» в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*, 2014. № 811. С. 15–21.

441. 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).

442. 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).

443. Международные стандарты логистических услуг. URL: <http://ukr-china.com/blog/spravochnyie-stati/mezhdunarodnyie-standartyi-logisticheskix-uslug> (дата звернення: 23.05.2018).

444. 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).

445. (Не)європейские стандарты украинской логистики. URL: <http://logist.fm/publications/ne-evropeyskie-standarty-ukrainskoj-logistiki> (дата звернення: 23.05.2018).

446. 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.

447. Gnana Dhas C. J. E-Commerce – Consumer Protection Model January 2011. URL: <https://www.researchgate.net/publication/327368899> (дата звернення: 16.06.2018).

448. Fibrianti Nurul Consumer protection in electronic transactions. *International Journal of Business, Economics and Law*, 2017. Vol. 12. Issue 4 (Law). P. 67–69.

449. 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).

450. Цимбалюк І. В. Безпека електронної торгівлі (організаційно-правовий аспект). *Правова інформатика*, 2012. № 3(35). С. 70–77.

451. О ЮНСИТРАЛ. URL: http://www.uncitral.org/uncitral/ru/about_us.html (дата звернення: 16.06.2018).

452. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

453. 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).

454. 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.

455. 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).

456. 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).

457. В Україні на початок 2017 року нараховано 21,6 млн користувачів інтернету. URL: <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-rochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/> (дата звернення: 25.05.2019).

458. Гліненко Л. К., Дайновський Ю. А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України, *Менеджмент та маркетинг інновацій*, 2018. № 1. С. 83–102.

459. 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-zrosla-do-ponad-800-milyardiv-oblasti-lideri-tovaroobigu.html> (дата звернення: 24.05.2019).

460. Электронная коммерция в Украине 2018: цифры, факты, интересная статистика. URL: <https://ag.marketing/.../elektronnaya-kommertsiya-v-ukraine-2018/> (дата звернення: 24.05.2019).

461. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. URL: https://bank.gov.ua/files/Exchange_r.xls (дата звернення: 24.05.2019).

462. 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).

463. Успенский И. В. Интернет-маркетинг: учебник. СПб. : Изд-во СПбУЭиФ, 2003. URL: <http://www.aup.ru/books/m80/5.htm> (дата звернення: 26.05.2019).

464. 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.

465. 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.

466. UNCTAD. E-commerce and Development Report 2004. United Nations. N.Y. and Geneva, 2004. 244 p.

467. 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.

468. Boşçor D. Export strategies adopted by Romanian SME. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov* 8(57), 2015. Series V. № 1. P. 227–232.

469. Global Internet and E-Commerce Trends 2010 // yStats.com GmbH & Co. KG, 2010. 251 p.

470. 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).

471. Смирнова Л. Я. Анализ основных видов преступлений в сфере электронной коммерции. *Закон и право*, 2007. № 2. С. 83–85.

472. 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.

473. Eastern Europe E-Commerce Report 2009 // yStats.com GmbH & Co. KG, 2010. 110 p.

474. Книга скарг. Всеукр. громад. організація «Союз споживачів України». URL: http://consumerunion.com.ua/ua/kniga_skarg/page/10.htm (дата звернення: 03.08.2018).

475. Кузьміна М. М. Правове регулювання захисту прав споживачів в Інтернет-торгівлі. *Право та інновації*, 2014. № 3(7). С. 36–42.

476. Szopiński T. E-konsument na rynku usług. Warszawa : CeDeWu, 2012. 193 s.

477. 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.

478. Dobięgała-Korona B., Doligalski T., Korona B. Konkurowanie o klienta e-marketingiem. – Warszawa : Difin, 2004. 215 s.

479. Белов С., Мартиненко С. Ризикована привабливість. URL: www.business.if.ua/themes/business (дата звернення: 17.04.2019).

480. Пелех М. Я., Шопіньські Т. Й. Захист прав споживачів у сфері електронної торгівлі (e-commerce). *Бюлетень Міністерства юстиції України*, 2014. № 9. С. 123–128.

481. 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).

482. Lubasz D. Handel elektroniczny. Bariery prawne. – Warszawa : Wydawnictwo Lexis Nexis, 2013. 498 s.

483. 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).

484. Будянский П. С. Роль информационных технологий в современной экономике. URL: <http://economyar.narod.ru/budjnskii.pdf> (дата звернення: 08.10.2016).

485. 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).

486. 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).

487. Татаров О. Закон «Про електронну комерцію» : сподівання та реалії. URL: <https://blog.liga.net/user/otatarov/article/19348> (дата звернення: 08.10.2016).

488. 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).

489. ЕЦП : досвід Польщі, Німеччини та Канади. URL: <https://www.apteka.ua/article/480412> (дата звернення: 17.04.2019).

490. 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).

491. Державне агенство з питань електронного урядування України. URL: <https://www.e.gov.ua/ua> (дата звернення: 17.04.2019).

492. Antoniuk K. I., Antoniuk D. A., Sokolova Y. O. The security of consumption at the enterprises in Ukraine: corporate social responsibility, marketing or quality management system. *The balanced development of national economy under the conditions of modern world transformation* : monograph. Daugavpils : Daugava Print, 2019. P. 44–64.

493. Antoniuk K. I., Antoniuk D. A., Kozitska G. V. E-trade in Ukraine : trends of development and threats for consumption security. *Economic security at risks: findings from the digitalization of National economy* : collective monograph. [Edited by: Olexandr Vlasiuk, Olga Ilyash, Magdalena Osinska, Liubov Smoliar, Osman Yildirim]. Vol. 5. Bydgoszcz, Poland: University of Economy in Bydgoszcz, Publishing House, 2019. 311 p. P. 98–129.

494. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Концептуальні засади інфраструктурного забезпечення підприємництва у промислових регіонах. *Управління виробничим та інфраструктурним розвитком економічного потенціалу України* : монографія / За заг. ред.

В. П. Волкова. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2012. Підрозд. 1.5. С. 97–121.

495. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Передумови та організаційно-економічний механізм функціонування електронної інфраструктури підприємництва. *Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)* / за ред. М. Ф. Кропивка. Мелітополь : Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. № 1 (17). Т. 1. С. 20–30.

496. Антонюк К. І. Аналіз витрат і прибутків від управління якістю на машинобудівному підприємстві. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2012. № 3. С. 7–11.

497. Антонюк К. І., Мокій А. І., Антонюк Д. А. Багаторівнева структурно-динамічна модель підприємництва. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2016. № 14. С. 69–76.

498. Антонюк К. І. Проблеми логістичного забезпечення безпеки споживання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Логістика*. 2018. № 892. С. 3–9.

499. Антонюк К. І., Буй Ю. В. Розбудова інституціональної інфраструктури підтримки соціальних інновацій для забезпечення сталого розвитку регіону. *Регіональна економіка*. 2019. № 2. С. 67–78.

500. Антонюк К. І., Парій М. О. Особливості корпоративного брендингу на ринку інформаційних технологій. *Економічний вісник ЗНТУ*. 2018. № 1. С. 144–149.

501. Антонюк К. І. Напрями науково-технічного співробітництва промислового підприємства та роль маркетингового менеджменту в цьому процесі. *Міжнародне науково-технічне співробітництво* : мат. VI (XVIII) всеукр. наук.-практ. конф., (Київ, 11–12 бер. 2010 р.) [редкол.: В. Г. Герасимчук (відповід. ред.) та ін.]. К. : НТУУ «КПІ», 2010. С. 168.

502. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Інструментарій електронної інфраструктури підприємництва. Науково-методологічне

забезпечення економічних засад конкурентоспроможності аграрного виробництва і розвитку сільських територій : мат. наук.-практ. конф. (м. Мелітополь, 16–17 лютого 2012 р.). Мелітополь : Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. С. 10–13.

503. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Маркетингове та інфраструктурне забезпечення системи оцінювання рівня якості туристичних послуг. Форми і способи забезпечення сталого розвитку приморських територій : мат. допов. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Бердянськ, 31 травня – 2 червня 2012 р.). Бердянськ : БДПУ, 2012. С. 238–240.

504. Антонюк К. І. Проблеми впровадження ринкових методів управління на підприємствах України. *Тиждень науки* : тези доп. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 9–13 квітня 2012 р.) / редкол. : Ю. М. Внуков (відпов. ред.) та ін. Запоріжжя : ЗНТУ, 2012. С. 382.

505. Антонюк К. І. Маркетингова інфраструктура підприємництва як засіб забезпечення маркетингової діяльності підприємств. *Конкурентоспроможність економіки України : теорії, моделі, механізми* : мат. 2-ї міжн. наук.-практ. конф. (м. Дніпропетровськ, 25–26 січня 2013 р.) / ред. кол. : В. М. Шаповал [та ін.]. Херсон : Гельветика, 2013. С. 148.

506. Антонюк К. І. Місце логістики в забезпеченні споживання. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту* : тези доповідей XII Міжн. наук.-практ. конф. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. С. 8–9.

507. Антонюк К. І. Особливості забезпечення безпеки споживання на підприємствах України. *Сталий розвиток України, проблеми та шляхи їх подолання* : мат. Міжн. наук.-практ. конф. (Маріуполь, 14–15 листопада 2019 р.) / ДВНЗ «ПДТУ» ; редкол. О. В. Хаджинова [та ін.]. Маріуполь : ПДТУ, 2019. С. 368–372.

508. Антонюк К. І. Загрози безпеці споживання в електронній торгівлі. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки». Спеці-*

альний випуск «Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин» : зб. тез міжн. наук.-практ. конф. (Київ, 21 листопада 2019 р.). К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, Центр досконалості Жана Моне, 2019. № 20. Т. 1. С. 36–39.

509. Україна після коронакризи – шлях одужання : наук. доп. / [Я. А. Жаліло (кер. авт. кол.), Я. Б. Базилюк, С. В. Ковалівська, О. О. Коломієць та ін.]; Національний інститут стратегічних досліджень. Київ: НІСД, 2020. 304 с.

510. Мартякова О., Василенко Т. Проблеми партнерства бізнесу, влади та суспільства в системі регіонального розвитку. *Схід*, 2011. № 1(108). С. 97–100.

511. 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.

512. Орехов А. М. Справедливість как базисный принцип устройства общества: путь к очевидности. *Вопросы философии*, 2010. № 9. С. 60–74.

513. Пирогов Г. Г., Ефимов Б. А. Социальная справедливость: генезис идей. *СОЦИС*, 2008. № 9. С. 3–11.

514. Величко О. П. Наукове пізнання менеджменту : текст лекції. Д. : ДДАУ, 2004. 20 с.

515. 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.

516. Маркетинг : бакалаврський курс : підручник [за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка]. Суми : Університетська книга, 2009. 1134 с.

517. Багмет М. О., Шатун В. Т. Вплив громадської думки на визначення шляхів забезпечення національної безпеки України. Вид-во ЧДУ ім. П. Могили. *Наукові праці. Політичні науки*, 2011. Том № 175. Вип. 163. С. 5–11.

518. Добридень О. В. Неформальна освіта як стратегічний навігатор у сфері безпечного споживання. *Наукове пізнання: Методологія та технологія*, 2013. № 2(31). С. 47–52.

519. Михайлова Е. Г. Устойчивое потребление и производство: интегрирующая роль экологической сертификации. *Сибирская финансовая школа*, 2017. № 6. С. 11–14.

520. Krysovaty A., Mokiy A., Zvarych R., Zvarych I. Alterglobalization via the inclusive circular economy paradigm. *Economic Annals-XXI*, 2018. Т. 174. № 11-12. Р. 4–9.

521. 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.

522. Торяник В. М. Суспільство ризику як суспільство споживання / В. М. Торяник // Вид-во ЧДУ ім. П. Могили. *Наукові праці. Політичні науки*. – 2011. – Том № 175. – Вип. 163. – С. 95–98.

523. Данько Т. В., Луценко А. О. Вплив програм міжнародної технічної допомоги на розвиток міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів. *Вісник НТУ «ХПИ»*, 2015. № 54(1163). С. 27–32.

524. Making Technical Cooperation More Effective. *Guidelines. European Commission*. 2009. № 3. URL: http://ec.europa.eu/europeaid/how/ensure-aid-effectiveness/documents/guidelines_on_tc_finale_en.pdf (дата звернення: 25.08.2018).

525. Словник основних термінів Комітету зі сприяння розвитку Організації з економічного співробітництва та

розвитку. URL: <http://www.oecd-library.org> (дата звернення: 25.08.2018).

526. Макота Г. Міжнародна технічна допомога як основна категорія в теорії та практиці міжнародного технічного співробітництва. *Ефективність державного управління. Збірник наукових праць*. 2014. Вип. 39. С. 55–64.

527. Кістерський Л. Л., Липова Т. В. Міжнародна технічна допомога: шляхи підвищення ефективності : монографія. К. : 2010. 240 с.

528. Постанова Кабінету Міністрів України від 15 лютого 2002 № 153 «Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги» URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/153-2002-%D0%BF> (дата звернення: 25.08.2018).

529. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні, за результати проведеного МЕРТ моніторингу проектів у другому півріччі 2017 року. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/minekonomrosvitku-oprilyudnilo-zvit-shodo-mizhnarodnoyi-tehnichnoyi-doromogi-dlya-ukrayini-u-2017-roci> (дата звернення: 25.08.2018).

530. Васильєва М. О. Нова парадигма ефективності зарубіжної допомоги розвитку. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. К. : ІМВ КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. Вип. 93. Ч. 1. С. 103–107.

531. Кістерський Л. Л. Міжнародна технічна допомога: шляхи підвищення ефективності : монографія / Л. Л. Кістерський, Т. В. Липова. – К. : 2010. – 240 с.

532. Антонюк К. І., Антонюк Д. А., Шипшкін В. О., Бухаріна Л. М. Дуалізм міжнародної технічної допомоги в контексті соціально-економічного розвитку безпеки споживання України. *Фінансово-кредитна діяльність : проблеми теорії та практики*, 2019 [S.l.]. V. 1. № 28. P. 462–471. URL: <http://fkd.org.ua/article/view/163326>> doi: <http://dx.doi.org/10.18371/fcapter.v1i28.163326>.

533. Войтович Р. В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз) : монографія; за заг. ред. д-ра філос. наук, проф. В. М. Князева. К. : Вид-во НАДУ, 2007. 680 с.

534. Плоский К. В. Міжнародна технічна допомога як міждисциплінарна науково-практична проблема. *Державне управління: теорія та практика*. 2013. № 2. С.129–139.

535. Указ Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30.09.2019 р. №722/2019 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019>

536. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 р. URL: https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000130/130216.pdf.

537. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку промислового регіону (на прикладі Запорізької області). *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*: зб. наук. праць. К. : НТУУ «КПІ». 2012. Вип. 9. С. 397–403.

538. Назаренко В. А. Дослідження інвестиційно-інноваційного пріоритету розвитку Запорізької обл. *Проект з регіонального врятування та розвитку*. Запоріжжя, 2007. С. 26.

539. Герсон С. Шер. Роль міжнародного співробітництва у розвитку наукового потенціалу України URL : www.crdf.org/usr_doc/4-Sher-ukr.doc (дата звернення: 25.08.2018).

540. Соколенко С. И., Шамилов В. И. Кластеры – путь повышения конкурентоспособности экономики. *Деловой вестник*, 2011. № 1(200). С. 43.

541. Портер М. Конкуренция : Пер. с англ. М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. 496 с.

542. Семиволос П. Міжнародне науково-технічне співробітництво: а шлях наш далекий і довгий? URL: www.dt.ua/3000/3300/28684/ (дата звернення: 25.08.2018).

543. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Місце торгово-промислових палат в інноваційному розвитку регіонів на основі кластерних утворень. Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. *Концепція соціально-економічного розвитку регіонів в умовах викликів глобалізації*: зб. наук. праць: у 3 т. Т. 2 / НАН України, Ін-т економіки пром-сті, Донецьк, 2011. С. 94–101.

544. Шевченко А. В. Стратегічні пріоритети впровадження смарт-спеціалізації у промисловості України. *Бізнесінформ*, 2019. № 10. С. 130–135.

545. Мокій А. І., Скляр Н. М., Піх М. З., Бублей Г. А. Торговельне партнерство України з позиції «Іншого канону» Е. Райнерта. URL: <http://ief.org.ua/docs/scc/14.pdf>.

546. Сухарев О. С. Условия, динамика и стратеги индустриализации : нас колько важна структура технологий URL: https://inecon.org/docs/Sukharev_VEO_2015_3.pdf

547. Reinert E. How Rich Countries Got Rich ... and Why Poor Countries Stay Poor. New York : PublicAffairs, 2008. 400 p.

548. Антонюк К. І. Міжнародна технічна допомога в соціально-економічному розвитку та економічній безпеці України. Теоретичні та інституціональні засади забезпечення безпеки споживання в процесі європейської інтеграції України. *Безпека та конкурентні стратегії розвитку України в глобальній економіці* : монографія / За заг. ред. А. І. Мокія. Запоріжжя-Львів : ФОП Мокшанов В. В., 2019. 480 с.

549. Антонюк К. І. Теоретичні засади маркетингового забезпечення інноваційного розвитку регіону. Дослідження маркетингового забезпечення інноваційного розвитку Запорізької області. Удосконалення маркетингового забезпечення інноваційного розвитку Запорізької області. *Науково-практичне вирішення соціально-економічних проблем розвитку промислового регіону в умовах економічної кризи* : кол. монографія / за заг.

ред. проф. В. В. Лифар. Запоріжжя : ЗНТУ, 2019. 217 с. (С. 33–40; 102–109; 153–165).

550. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Модернізація системи професійно-технічної освіти України на основі європейського досвіду інтеграції підприємств, навчальних центрів і торгово-промислових палат. *Інтеграція освіти, науки і бізнесу* : монографія. Том 5 / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2017. 396 с.

551. Антонюк К. І. Розвиток науково-технічного потенціалу регіонів в контексті міжнародного співробітництва. *Галицький економічний вісник*. 2010. № 4 (29). С. 31–40.

552. Антонюк К. І. , Антонюк Д. А. Побудова карти стратегічних груп ринку бізнес-освіти Запорізької області / К. І. Антонюк, Д. А. Антонюк // *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»* : зб. наук. праць. К. : НТУУ «КПІ», 2011. Вип. 8. С. 320–326.

553. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Особливості конкуренції на ринку бізнес-освіти Запорізької області. *Вісник Львівського ун-ту. Серія економічна*: зб. наук. праць. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2011. Вип. 46. С. 473–479.

554. Антонюк К. І. , Антонюк Д. А. Особливості макросегментування ринку бізнес-освіти Запорізької області. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5(22). С. 158–164.

555. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Проблеми визначення мікросегментів ринку короткотермінової бізнес-освіти. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*: зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. № 4(20). С. 101–106.

556. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Формування стратегічних пріоритетів модернізації інституціональної інфраструктури підприємництва регіонів України в процесі європейської інтеграції. *Стратегічна панорама*. 2017. № 2. С. 124–131.

557. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Проблемно-цільове програмування розвитку МСП регіону в процесі євроінтеграції на основі квантифікованого SWOT-аналізу. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку*. 2018. Вип. 1 (03). С. 38–50 (Ел.).

558. Антонюк К. І. Ефективність міжнародної технічної допомоги в Україні: структурний та економетричний аналіз. *Проблеми Економіки*. 2018. № 3(37). С. 37–44.

559. Antoniuk K. Development problems of international scientific and technical cooperation as condition of economic and territorial unity. *Rural development 2009 : 4-th International Scientific Conference (15–17 October 2009)*. Akademija, Kaunas distr., Lithuania. Akademija : LUA, 2009. P. 271–286.

560. Антонюк К. І. Роль міжнародного науково-технічного співробітництва в розвитку потенціалу регіонів. *Проблеми управління економічним потенціалом регіонів* : мат. всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя: ЗНУ, 2010. С. 182–184.

561. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Вдосконалення методів просування послуг навчального центру. *Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси* : мат. І міжн. наук.-практ. конф. (м. Донецьк, 2010 р.). Донецьк : ДонДУЕТ, 2010. С. 19–21.

562. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Проблеми та перспективи розвитку ринку короткотермінової бізнес-освіти Запорізької області. *Формування та розвиток економіки в сучасних умовах господарювання* : зб. тез допов. міжн. інтерн.-конф. (м. Луцьк, 2011 р.). Луцьк : ВІЕМ, 2011. С. 20–23.

563. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Дослідження конкуренції на ринку бізнес-освіти Запорізької області. *Економіка, менеджмент, маркетинг і логістика: теорія, практика, перспективи* : мат. міжн. наук.-практ. конф. студ. і молодих науковців, (Ялта, 15–16 квітня 2011 р.). Ялта : РВНЗ КГУ, 2011. С. 196–199.

564. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Роль незалежних посередницьких організацій в процесі міжнародного науково-технічного співробітництва. *Міжнародне науково-технічне співробітництво* : принципи, механізми, ефективність : мат. VII Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 10–11 березня 2011 р.). К. : НТУУ «КПІ», 2011. С. 96.

565. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Концептуальна модель регіональної інноваційної системи (на прикладі Запорізької області). *Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегій інноваційного розвитку* : мат. міжвуз. наук.-практ. конф., (м. Полтава, 5–6 квітня 2012 р.). Полтава : ПолНТУ, 2012. С. 23–26.

566. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Розвиток підприємницької інфраструктури регіону через реалізацію програм міжнародного співробітництва. *Міжнародне науково-технічне співробітництво* : принципи, механізми, ефективність : мат. VIII всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 15–16 березня 2012 р.). К. : НТУУ «КПІ», 2012. С. 11.

567. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Міжнародні механізми регулювання глобальної економіки. *Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації* : монографія / За заг. ред. О. С. Власюка. К. : НІСД, 2017. С. 242–266.

568. Антонюк К. І. Модернізація економіки України в процесі євроінтеграції шляхом гармонізації інтересів суспільства й підприємництва на засадах сталого споживання. *Суспільство, релігія, культура, наука, техніка, освіта, економіка в умовах новітніх глобальних викликів для України і Польщі* : мат. Міжн. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 21–23 вересня 2017 р.). Запоріжжя : Запорізька державна інженерна академія ; ФОП Систерова Н.О., 2017. С. 87–89.

569. Антонюк К. І. Убезпечення споживання товарів та послуг в контексті інноваційно-інклюзивного розвитку. *Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір* : Міжн. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 4–5 жовтня

2018 р.) / Прушківська Е. В. (відпов. ред.). Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. С. 289–291.

570. Research & Branding Group. URL: <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/9163/> (дата звернення: 15.11.2019).

571. Трете всеукраїнське муніципальне опитування from Ratinggroup Group. URL: http://ratinggroup.ua/research/regions/tretiy_vseukrainskiy_municipalnuu_opros.html (дата звернення: 15.11.2019).

572. 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).

573. Responsabilidade Social das Empresas – Percepcao 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).

574. 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).

575. Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей; [пер. с англ.]; под ред. Л. А. Волковой. [9-е изд.]. СПб. : Питер, 2002. 624 с.

576. Кролар Ж.Ф. Методы продаж. М., 1993. 244 с.

577. Pride F. Marketing : concept and strategies. Boston etc., 1989. 818 p.

578. Безрученко А. – 50% по Трауту. & *Стратеги*, 2004. № 6. С. 20–27.

579. List of Values. URL: www.stevepavlina.com/articles/list-of-values.htm (дата звернення: 15.11.2019).

580. Прожиточный минимум в Украине. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/wagemin/> (дата звернення: 23.05.2018).

581. Elster J. Rational Choice. Oxford: Basil Blackwell, 1986. 266 p.

582. Homans G. Social Behaviour: its elementary forms. London : Routledge and Kegan Paul, 1961. 404 p.

583. Ajzen I., Fishbein M. Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc., 1980. 278 p.

584. Eagly A., Chaiken S. The Psychology of Attitudes. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanich, 1993. 794 p.

585. 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.

586. Gutman J. A Means-End Chain Model Based on Consumer Categorization Processes. *Journal of Marketing*, 1982. № 46(2). P. 60–72.

587. Reynolds T., Olson J. Understanding Consumer Decision Making: the means-end approach to marketing and advertising strategy. NJ : Psychology Press, 2001. 466 p.

588. Ajzen I. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. P. 179–211.

589. 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.

590. Stern P. 2000. Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior, *Journal of Social Issues* 56(3), P. 407–424.

591. Lewin K. Field theory in social science; selected theoretical papers. D. Cartwright (ed.). New York: Harper & Row. 1951. 346 p.

592. Schwartz Sh. Normative Influences on Altruism, *Advances in Experimental Social Psychology* 10, 1977. P. 222–279.

593. 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.

594. 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.

595. 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.

596. Blumer H. *Symbolic Interactionism – perspective and method*. Berkeley, CA: University of California Press. 1969. 224 p.

597. Mead G. *Mind Self and Society*. Chicago : University of Chicago Press. 1934. 536 p.

598. Wicklund R. and Gollwitzer P. *Symbolic Self-Completion*, Hillsdale, NJ: Erlbaum. 1982. 243 p.

599. Festinger L. *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford : University of California Press, 1957. 291 p.

600. Ölander F., Thøgersen J. Understanding Consumer Behaviour as Prerequisite for Environmental Protection. *Journal of Consumer Policy* 1995. № 18, P. 345–385.

601. Bem D. Self-perception Theory. In Berkowitz L. (ed) *Advances in Experimental Social Psychology* 6, London: Academic Press, 1972. № 1, 62 p.

602. Higgins T. Self-discrepancy: a theory relating self to affect. *Psychological Review* 1987. № 94, p. 319–340.

603. Thompson M., Ellis R., Wildavsky A. *Cultural Theory*. Westview Press, 1990. 285 p.

604. Giddens A. *The Constitution of Society: Outline of the theory of structuration*. John Wiley & Sons, 2013. 438 p.

605. Triandis H. *Interpersonal Behaviour*. Monterey, CA : Brooks/Cole, 1977. 329 p.

606. Hovland C., Janis I., Kelley H. Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. New Haven, CT : Yale University Press, 1953. 315 p.

607. Petty R., Cacioppo J. Attitudes and Persuasion: classic and contemporary approaches. Dubuque, IA : William C Brown, 1981. 314 p.

608. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. Підручник / Під. ред. А. О. Старостіної. К.: «Іван Федоров», 1997. 400 с.

609. Howard J., Sheth J. The Theory of Buyer Behavior. New York: John Wiley, 1969. 458 p.

610. Powers Th. L. Modern Business Marketing: A Strategic Planning Approach to Business and Industrial Markets. 1991. 39 p.

Додатки

Додаток А

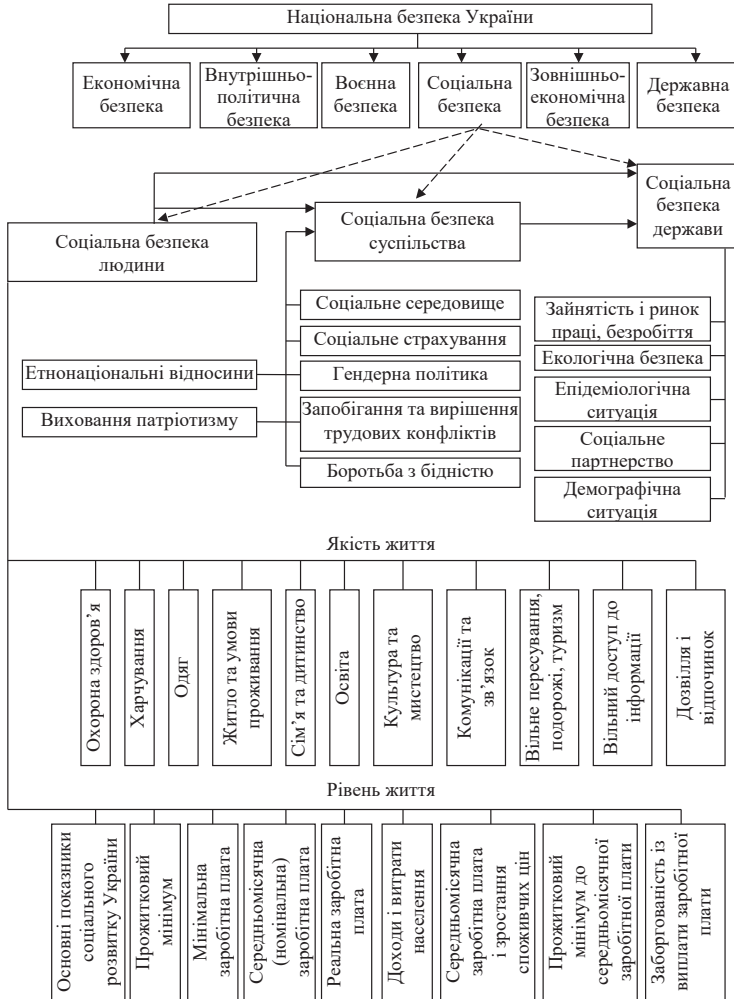


Рис. А1. Місце структурних елементів соціальної безпеки у національній безпеці України

Складено за [90]



Рис. А2. Структурно-логічний зв'язок складників і завдань продовольчої безпеки

Складено за [100–105]

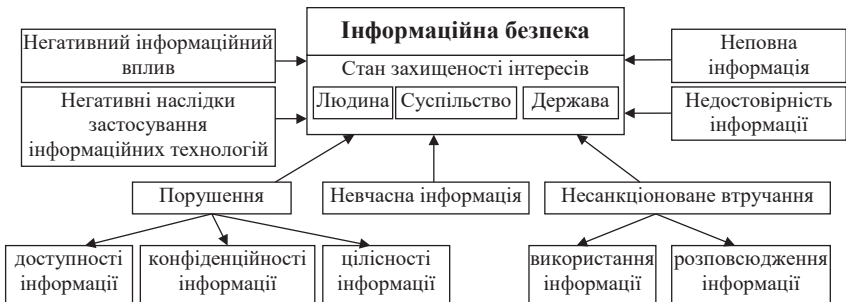


Рис. А3. Складники інформаційної безпеки

Складено за [113]

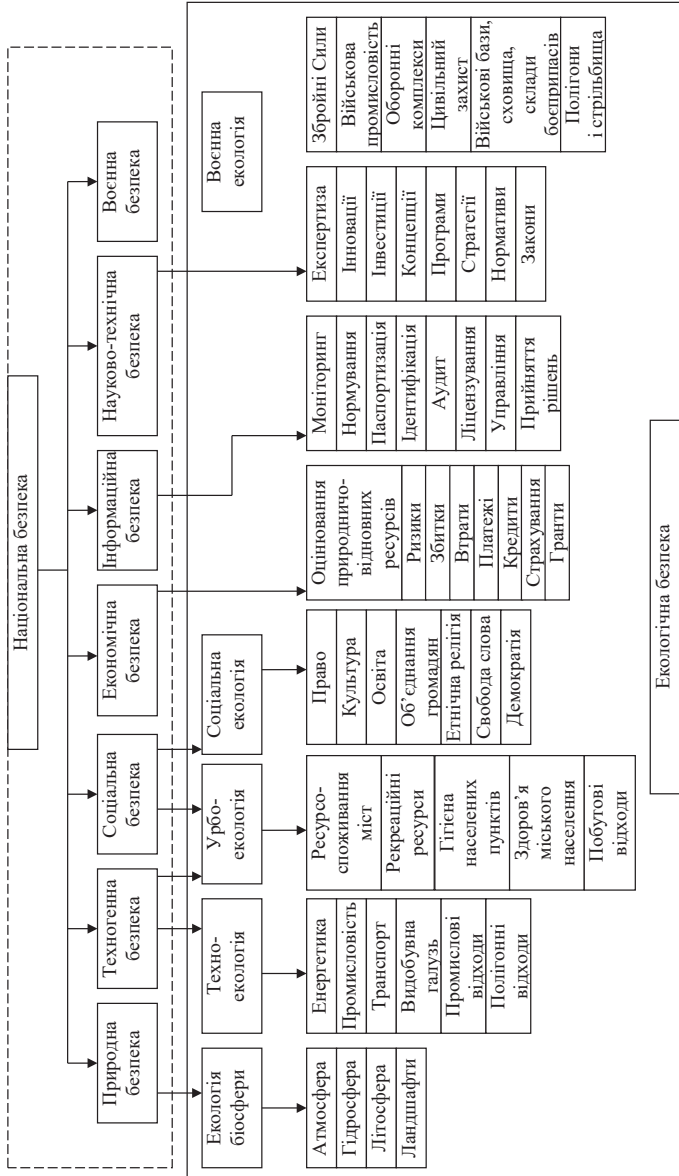


Рис. А4. Структура взаємозв'язків у системі екологічної безпеки держави
 Складено за [112]

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"/> безпеку для довкілля <input type="checkbox"/> умови розвитку суспільства та особистості <input type="checkbox"/> передумови добробуту нащадків		<input type="checkbox"/> етичність торгової марки <input type="checkbox"/> споживання товарів, що відповідають стандартам та нормам <input type="checkbox"/> власний варіант _____	
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 <input type="checkbox"/> йду на поводу у близьких (діти, онуки, інші), навіть розуміючи небезпеку <input type="checkbox"/> якщо продукція повсякденного попиту – не замислюю, якщо попереднього вибору – зважую <input type="checkbox"/> зважено складаю раціон <input type="checkbox"/> відповідально розмірковую про наслідки для довкілля, добробут нащадків тощо <input type="checkbox"/> замислюю про наслідки транспортування, зберігання, використання, утилізації			
7. Оцініть за ступенем впливу показники, які можуть спричинити небезпеку споживання (де 1 – найбільш впливовий, вірогідний, 6 – найменш):			
<input type="checkbox"/> невідповідність продукції технічним умовам (через брак, шахрайство) <input type="checkbox"/> регламентовано незадовільний склад (використання незаборонених, але небезпечних для здоров'я інгредієнтів)		<input type="checkbox"/> неправдива інформація на упаковці <input type="checkbox"/> неперевірена якість <input type="checkbox"/> виникнення небезпечних факторів у процесі експлуатації <input type="checkbox"/> введення в оману за допомогою реклами	
8. Оберіть важливі для Вас ознаки безпечної продукції (не більш п'яти варіантів):			
<input type="checkbox"/> зовнішній вигляд <input type="checkbox"/> ціна <input type="checkbox"/> колір <input type="checkbox"/> термін використання		<input type="checkbox"/> цілісність пакування <input type="checkbox"/> матеріал пакування <input type="checkbox"/> виробник (репутація) <input type="checkbox"/> маркування (зокрема, еко) <input type="checkbox"/> склад (відсутність шкідливих речовин) <input type="checkbox"/> поради та рекомендації фахівців, друзів <input type="checkbox"/> відгуки покупців та користувачів <input type="checkbox"/> інше (вкажіть)	
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 складниками	<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		
<input type="checkbox"/> дотримання стандартів і норм	<input type="checkbox"/> імідж та / або бренд	
<input type="checkbox"/> наявність документів, що підтверджують якість	<input type="checkbox"/> наявність сертифікатів:	
<input type="checkbox"/> соціальна відповідальність	<input type="checkbox"/> ISO <input type="checkbox"/> HACCP <input type="checkbox"/> інших _____	
<input type="checkbox"/> економічні показники діяльності	<input type="checkbox"/> інше _____	
11. Для Вас соціальна відповідальність виробника (посередника) у першу чергу означає піклування про		
<input type="checkbox"/> здоров'я споживачів	<input type="checkbox"/> здоров'я і добробут працівників	<input type="checkbox"/> вирішення глобальних проблем
<input type="checkbox"/> довкілля	<input type="checkbox"/> розвиток суспільства	<input type="checkbox"/> інше _____
12. Наведіть приклади соціально-відповідальних компаній та / або етичних ТМ		
13. Чи стикалися Ви із випадками небезпечного споживання ?		
<input type="checkbox"/> ні	<input type="checkbox"/> поодинокими	<input type="checkbox"/> декілька разів на рік <input type="checkbox"/> часто
14. Чи стикалися Ви з випадками введення в оману?		
<input type="checkbox"/> недобросовісною рекламою	<input type="checkbox"/> приховуванням небезпечних складників (дрібним шрифтом)	
<input type="checkbox"/> «забуванням» прибрати акційні пропозиції після закінчення терміну	<input type="checkbox"/> недостовірністю інформації на пакуванні, етикетці тощо	
	<input type="checkbox"/> інше (якими саме?) _____	
15. Як Ви реагували (або реагували би) на порушення Ваших прав як споживача:		
<input type="checkbox"/> не реагували активно	<input type="checkbox"/> зверталися із скаргою до відповідного органу	<input type="checkbox"/> не рекомендували іншим
<input type="checkbox"/> повертали товар продавцю		<input type="checkbox"/> залишали негативні відгуки
16. Чи знаєте Ви, куди звертатися у разі виникнення ситуації небезпечного споживання?		
<input type="checkbox"/> до Держпродспоживслужби	<input type="checkbox"/> до ЗМІ	<input type="checkbox"/> до громадських організацій
17. Чи хочете бути поінформованими про небезпечні товари/послуги ?		
<input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні <input type="checkbox"/> Так, якщо безкоштовно і не потребує додаткових зусиль з мого боку		
18. Звідки, як Ви вважаєте, можна взяти інформацію про небезпечні товари / послуги?		
<input type="checkbox"/> спеціалізовані програми ЗМІ	<input type="checkbox"/> відгуки на сайтах	<input type="checkbox"/> інформаційна база Rarex
<input type="checkbox"/> повідомлення ЗМІ	<input type="checkbox"/> соціальні мережі	<input type="checkbox"/> інше (вказіть) _____
19. Ваше ставлення до «зеленої» (екологічної, органічної) продукції:		
<input type="checkbox"/> знаєте, що це таке	<input type="checkbox"/> купили би	<input type="checkbox"/> шукаєте <input type="checkbox"/> бачили <input type="checkbox"/> купували <input type="checkbox"/> байдуже
20. Під час вибору та використання продукції чи хвилюєтесь Ви про		
<input type="checkbox"/> дбайливе ставлення до довкілля	<input type="checkbox"/> підтримку вітчизняного товаровиробника	
<input type="checkbox"/> дотримання прав людини	<input type="checkbox"/> доброзичливе ставлення до інших	
<input type="checkbox"/> милосердне ставлення до тварин	<input type="checkbox"/> про жодне із вищезазначених	

21. З якими із тверджень Ви погоджуєтесь:		
<input type="checkbox"/> Проблеми навколишнього середовища повинні розглядатися в першу чергу майбутніми поколіннями <input type="checkbox"/> Я не хочу робити щось з приводу екології, якщо інші не роблять те ж саме <input type="checkbox"/> Екологічні проблеми будуть вирішені в будь-якому випадку за допомогою технологічного прогресу	<input type="checkbox"/> Екологічні наслідки часто перебільшені <input type="checkbox"/> Політики, які вводяться урядом для вирішення екологічних проблем, не повинні коштувати мені додаткових грошей <input type="checkbox"/> Я хочу зробити компроміси у своєму поточному способі життя на користь навколишнього середовища	
22. Чи сортуєте Ви сміття? <input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні <input type="checkbox"/> Тільки те, для якого є пункти прийому		
23. Що з переліченого, на Вашу думку, може впливати на об'єм відходів споживання:		
<input type="checkbox"/> ціна	<input type="checkbox"/> розмір упаковки	<input type="checkbox"/> акції
<input type="checkbox"/> маркування	<input type="checkbox"/> зручність упаковки	<input type="checkbox"/> 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)?		
<input type="checkbox"/> відсутність відповідних цінностей <input type="checkbox"/> існуючі звички споживання <input type="checkbox"/> недостатній рівень освіти <input type="checkbox"/> наявність небезпечних товарів	<input type="checkbox"/> недостатня захищеність прав споживачів з боку держави <input type="checkbox"/> існування на ринку попиту на продукцію, яка «не цілком безпечна, але підходить за ціною» <input type="checkbox"/> недостатній рівень обізнаності / поінформованості	
26. Оцініть причини низького рівня культури споживання в Україні (1 – найважливіша, 5 – найменш важлива)		
<input type="checkbox"/> низький рівень вимогливості споживачів через історичні особливості <input type="checkbox"/> мало інформації щодо безпечності товарів, їх вмісту, впливу на довкілля, репутації виробника тощо <input type="checkbox"/> відсутність ефективного законодавства (часте недотримання прав споживачів, недотримання етичних правил ведення бізнесу) <input type="checkbox"/> відсутність досвіду масового бойкоту продукції <input type="checkbox"/> низький рівень екологічної культури (впевненість у майже невичерпному потенціалі природних ресурсів)		
27. Оберіть заходи для підвищення рівня безпеки споживання (не більше трьох)		
<input type="checkbox"/> просвітницька діяльність (надання споживачам інформації, яка стосується вмісту, екологічності, способів виробництва тієї чи іншої продукції) <input type="checkbox"/> висування конкретних вимог до споживача щодо вживання заходів для забезпечення безпеки споживання (вибір безпечних товарів/ послуг з турботою про довкілля, перспективу) <input type="checkbox"/> лобіювання законів, які б регулювали правила виробництва продукції <input type="checkbox"/> викриття недобросовісних виробників та бойкот їхньої продукції <input type="checkbox"/> викладання відповідних тематичних дисциплін у загальноосвітніх закладах		

АНТОНЮК К. І.

Убезпечення споживання на національному і мегарегіональному рівнях

28. Хто має навчати заходів забезпечення безпеки споживання:		
<input type="checkbox"/> заклади освіти	<input type="checkbox"/> ЗМІ (реклама, ІР, шоу)	<input type="checkbox"/> відомі особистості
<input type="checkbox"/> родина	<input type="checkbox"/> соціальні групи, співтовариства	<input type="checkbox"/> інше _____

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
8800,1-15 000	31	124
Більше 15 000	19	76

Таблиця В1
Рейтинг країн за індексом сталого розвитку (SDI) та його компонентами, 2017 р.

Позиція за SDI	Країна	Індекс SDI	Позиція за SDI	Компонента "Якість життя" (QLC)	Індекс економічного виміру	Індекс екологічного виміру	Індекс соціального та інституціонального виміру	Позиція за SDI	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 [169]

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 (SAR)	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 [170]

Таблиця В3

**Індекс якості життя за методологією
Economist Intelligence Unit, 2013 р.**

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 [171]

Індикатори оцінювання якості життя за

Країна	Житлові умови			Дохід		Робота				Оточення
	Житлові будинки без основних об'єктів, %	Витрали 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, %
Австралія	...	20	...	32759	427064	5,4	73	1,31	49126	95
Австрія	0,9	21	1,6	33541	308325	3,5	72	1,84	50349	92
Бельгія	1,9	21	2,2	30364	386006	3,7	63	3,54	49675	91
Канада	0,2	22	2,6	30854	423849	6	73	0,77	47622	93
Чилі	9,4	18	1,2	...	100967	8,7	63	...	25879	85
Чехія	0,7	24	1,4	21453	...	3,1	74	1,04	25372	91
Данія	0,5	23	1,9	29606	118637	4,2	74	1,31	51466	95
Естонія	7	17	1,6	19697	159373	3,8	74	1,92	24336	92
Фінляндія	0,5	23	1,9	29943	200827	3,9	70	2,13	42964	95
Франція	0,5	21	1,8	31304	280653	7,6	65	4	43755	90
Німеччина	0,2	20	1,8	34294	259667	2,7	75	1,57	47585	90
Греція	0,5	23	1,2	17700	150134	29,8	53	15,65	26064	80
Угорщина	4,7	19	1,2	...	104458	4,7	68	1,72	22576	86
Ісландія	0	24	1,6	0,7	86	0,26	61787	98
Ірландія	1	20	2,1	25310	217130	7,8	67	3,23	47653	95

Складено за [173]

Таблиця В4

методологією ОЕСР для 15 країн, 2017 р.

Освіта			Екологія		Влада		Стан здоров'я		Задоволеність життям	Безпека		Баланс роботи та особистого життя			
Рівень освіченості, %	Навички студентів, сер.	Роки в освіті, р.	Забруднення повітря, мг/м ³		Залучення зацікавлених сторін до розробки нормативних актів, сер. бал		Явка виборців, %	Ймовірна тривалість життя, р.	Самооцінка здоров'я, %	Задоволеність життям, сер. бал	Відсуття безпеки під час ходьби самотійно вночі, %		Кількість вбивств, відн.	Працівники працюють дуже довго, %	Час, присвячений дозвілтю і особистій гігієні, год
81	502	21	5	93	2,7	91	82,5	85	7,3	63,5	1,1	13,04	14,35		
85	492	17	16	92	1,3	80	81,7	70	7,1	80,6	0,5	6,66	14,55		
77	503	19,3	15	84	2	89	81,5	74	6,9	70,1	1	4,75	15,7		
91	523	17,3	7	91	2,9	68	81,9	88	7,4	82,2	1,3	3,69	14,56		
65	443	17,5	16	71	1,3	47	79,9	57	6,5	47,9	4,2	9,72	...		
94	491	17,9	20	87	1,6	61	79,1	60	6,7	72,3	0,5	5,65	...		
81	504	19,5	9	95	2	86	80,9	71	7,6	83,5	0,6	2,34	15,87		
89	524	17,7	8	84	2,7	64	77,8	53	5,7	69	3,1	2,42	14,9		
88	523	19,8	6	95	2,2	67	81,5	70	7,6	85,1	1,3	3,81	15,17		
78	496	16,5	13	81	2,1	75	82,4	66	6,5	70,5	0,5	7,67	16,36		
87	508	18,1	14	91	1,8	76	81,1	65	7	72,5	0,5	4,26	15,62		
73	458	19	18	69	1,8	64	81,5	74	5,4	60	0,8	6,42	...		
84	474	16,4	19	77	1,2	70	76,2	60	5,6	56,3	1	3,03	...		
77	481	19	3	99	2,1	79	82,3	76	7,5	86	0,5	15,06	...		
82	509	18,1	7	85	1,3	65	81,8	83	7	75,9	0,7	5,25	...		

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	Прогнозування 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	Юландія	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 [174]

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 [88]

Таблиця В7

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 [175]

Таблиця В8
Рейтинг за індексом процвітання країн світу Інституту Legatum, 2018 р.

Позиція	Країна	ІРІ	Якість економіки	Рівень розвитку підприємства 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 [176]

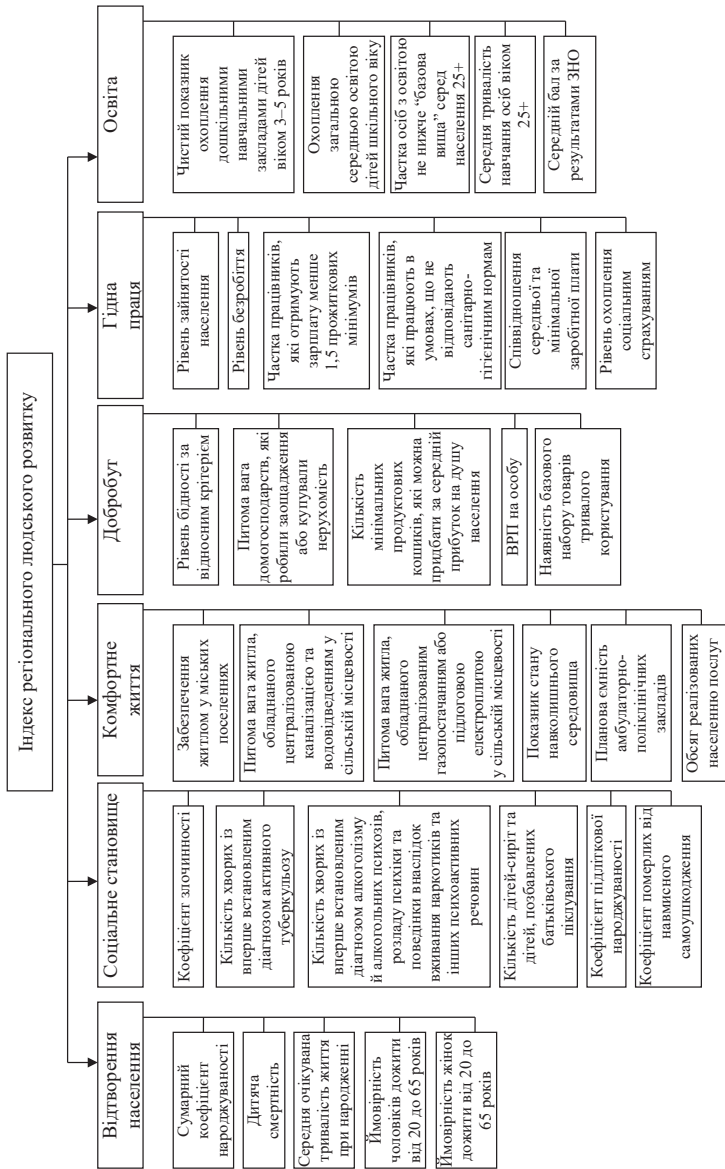


Рис. В1. Схеми блоків та показників, що характеризують людський розвиток регіонів України

Складено за [177]

Таблиця В9

Інтегральний індекс людського розвитку, 2017 р.

Область	Блок 1 "Відтворення населення"		Блок 2 "Соціальне середовище"		Блок 3 "Комфортне життя"		Блок 4 "Добробут"		Блок 5 "Тісна праця"		Блок 6 "Освіта"		ІРЛ, 2017 р.	
	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	0,4545	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	4	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 [178]

Додаток Г
Таблиця Г1Показники та індикатори оцінювання якості життя
для встановлення взаємозв'язку з безпекою споживання

№ з/п	Методика	Напрями оцінювання	Індикатори	Зв'язок з БС
1	2 Індекс сталого розвитку (SDI), компонента «Якості життя» (QIC)	3 Індекс економічного виміру	4 <i>Ефективність ринку праці</i> : ВВП на одного працівника; співвідношення зайнятості до чисельності населення; 15+, усього; <i>макроекономічне середовище</i> : прями іноземні інвестиції; портфельні інвестиції; загальні резерви; <i>ефективність ринку товарів і послуг</i> : експорт, імпорт товарів і послуг; ринкова капіталізація лістингових компаній; <i>інновації</i> : патентні заявки; розробки в НДДКР; збори та платежі за використання інтелектуальної власності; <i>інфраструктура</i> : сільське господарство, промисловість (додана вартість); ВВП на душу населення; <i>технологічна готовність</i> : високотехнологічний експорт; гранти на технічне співробітництво; <i>рівень розвитку фінансового ринку</i> : процентна ставка за депозитами; зовнішній борг; <i>обсяг ринку</i> : внутрішній кредит приватному сектору; індекс обсягу імпорту; витрати домогосподарств; <i>економічні свободи</i> : індекс економічних свобод	5 -
		Індекс екологічного виміру	Індекс економічних показників	+
		Індекс соціального та інституціонального виміру	<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; поширеність недоїдання; глибина дефіциту продовольства; коефіцієнт материнської смертності; неонатальна смертність; <i>освіта</i> : державні витрати на освіту; рівень грамотності; загальна кількість	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
1			Дорослих; зарахування до початкової школи; зарахування до середньої школи; зарахування до школи, третій рівень; соціальна інфраструктура: кількість абонентів зв'язку; кількість користувачів інтернет; доступність телефонів, транспортних засобів; кількість аеропортів; судноплавна навігація; прокладені шосе; залізничні колії; <i>особиста безпека</i> : міжнародні вбивства; політичні переслідування; <i>особисті права та свободи</i> : свобода слова; права приватної власності; <i>сприйняття корупції</i> : індекс сприйняття корупції	-
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 і-тої території; X_{max} – максимальне значення показника (приймає на рівні 85 років); X_{min} – мінімальне значення показника (приймає 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 і-ї території в % (для розрахунку $I_{дор.}$) і сукупна частка учнів у % (для розрахунку $I_{дит.}$); X_{max} – максимальне значення обох показників (приймає на рівні 100%); X_{min} – мінімальне значення обох показників (приймає на рівні 0%)	-
		Рівень життя ($I_{р.ж.}$); (Індекс скоригованого реального ВВП)	$I_{р.ж.} = \frac{lg X_i - lg X_{min}}{lg X_{max} - lg X_{min}}$, де X_i – скоригований реальний ВВП у розрахунку на рік (за паритетом купівельної спроможності) на душу населення і-ї території; X_{max} – максимальне значення показника (приймає на рівні 40 000 доларів на рік); X_{min} – мінімальне значення показника (приймає на рівні 100 доларів на рік)	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
3	Індекс якості життя за методологією Economist Intelligence Unit	Здоров'я Сімейне життя Громадське життя Матеріальне благополуччя Політична стабільність та безпека Клімат та географія Гарантії зайнятості Політична свобода Гендерна рівність	Очікувана тривалість життя (у роках) Рівень розлучень (на 1 тисячу осіб), ставиться оцінка від 1 (мало розлучень) до 5 (багато розлучень) Рівень відвідування богослужінь; членство у профспілках (значення 1, якщо країна має високі показники, нуль – в іншому випадку) ВВП на душу населення, паритет купівельної спроможності Індекси політичної стабільності та безпеки Політична стабільність та безпека Клімат та географія Гарантії зайнятості Політична свобода Гендерна рівність	+
4	Методологія ЄС – European Statistical System Committee	Матеріально-побутові умови (Material living conditions)	Доходи (Income): 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. Споживання (Consumption): обмежене споживання (частка домогосподарств із часткою загальних витрат у сімейному бюджеті понад 75%); неринкове споживання та надання державних послуг (споживання державних послуг; неринкові послуги). Матеріальні умови (material conditions): деривація 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 прогріває, сирими стінами, підлогою чи фундаментом, гнилими віконними рамами чи полом; задоволеність умовами проживання)	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
		<p>Продуктивна чи основна активність (Productive or other main activity)</p>	<p>Кількісна зайнятість: безробіття (рівень безробіття за статтю; рівень довгострокового безробіття за статтю); неповажна зайнятість (люди, що живуть у сім'ях з низькою інтенсивністю праці; відсоток вимушеної неповної зайнятістю як відсоток загальної неповної зайнятістю за статтю та віком);</p> <p>Якісна зайнятість: доходи та інші винагороди від зайнятості (частка низькооплачуваних працівників у % до усіх працівників (за винятком учнів)); здоров'я та безпека на робочому місці (нещасні випадки на робочому місці, проблеми із здоров'ям та безпечний вплив; нещасні випадки на виробництві); баланс роботи та відпочинку (середня кількість відпрацьованих годин на тиждень на основній роботі за видами економічної діяльності; особи, які працюють більше 49 годин; зайнятість у незручний час; задоволеність часом, витраченим на поїздки до роботи); тимчасова робота (тимчасові контракти); оцінювання якості зайнятості (задоволеність місцем роботи; задоволеність поточною роботою; можливість впливати на зміст і порядок завдань; гарні стосунки з колегами; гарні стосунки з безпосереднім керівником);</p> <p>інша основна активність</p>	-
	Здоров'я (Health)		<p>Результати: очікувана тривалість життя (очікувана тривалість життя при народженні); захворюваність і стан здоров'я (тривалість здорового життя; самооцінка здоров'я, люди, що мають застарілу хворобу або проблеми зі здоров'ям; самооцінка обмежень у діяльності через проблеми зі здоров'ям; самооцінка психічного здоров'я; психологічний дистрес протягом останніх чотирьох тижнів).</p> <p>Здоров'я та нездорова поведінка: індекс маси тіла; ретулярні курці; безпечне споживання алкоголю; практика фізичної активності.</p> <p>Доступ до закладів охорони здоров'я; самооцінка незадоволеності потреб у медичному обстеженні</p>	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
		Освіта (Education)	<i>Компетенції та навички</i> : рівень освіти (рівень освіти; особи, які припинили навчання); самооцінка навичок; оцінені навички (програма міжнародного оцінювання компетенцій дорослих (PIAAC). <i>Навчання протягом усього життя</i> : люди, які навчалися або брали участь у професійній підготовці протягом чотирьох попередніх тижнів; можливості для освіти.	+
		Дозвілля та соціальні взаємодії (Leisure and social interactions)	<i>Дозвілля</i> (кількісна оцінка): наявність та використання часу, у тому числі для догляду за собою; задоволеність часом, використанням на те, що подобається робити; якість відпочинку; доступ до дозвілля. <i>Соціальні комунікації (взаємодія)</i> : 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	+
		Економічна та фізична безпека (Economic security and personal safety)	<i>Економічна безпека і вразливість</i> : багатство (активи); борг; нестабільність доходів. <i>Фізична й особиста безпека</i> : 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)	+
		Державне управління та основні права (Governance and basic rights)	<i>Інституції (установи) та громадські послуги</i> : довіра та/або задоволення діяльністю установ; довіра та (або) задоволення у сфері громадських послуг. <i>Дискримінація та рівні можливості</i> : стикаються з дискримінацією; гендерний розрив в оплаті праці у нескоригованій формі, % <i>Активна громадянська позиція</i> : право голосу та підзвітність	-
		Природа та навколишнє середовище (Natural and living environment)	<i>Забруднення</i> : забруднення, бруд або інші екологічні проблеми; шум від сусідів або з вулиці; бруд на вулиці. <i>Доступ до зелених і рекреаційних зон</i> : задоволеність рекреаційними і зеленими зонами. <i>Ландшафт і антропогенне середовище</i> : задоволеність середовищем проживання	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
		Загальне сприйняття життя (Overall experience of life)	Задоволеність життям: загальна задоволеність життям. Вплив: негативні впливи; позитивні впливи. Сене і мета: оцінка того, чи життя є гідним	-
5	<i>Methodology International Living</i>	Прожитковий мінімум – вартість життя Культура Економіка Навколишнє середовище Свобода Здоров'я Інфраструктура Безпека і ризик Клімат	«Вартість» способу життя (за орієнтир береться середній рівень життя у США) Рівень освіченості, оціночний рейтинг культурних і культурно-розважальних заходів Процентні ставки, ВВП, темпи зростання ВВП, темпи інфляції, ВВП на душу населення Індекс навколишнього середовища Громадянські свободи і політичні права 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 Густина залізничних, судноплавних та автомобільних шляхів, кількість автомобілів, телефонів і мобільних телефонів, Інтернет-провайдерів на душу населення Показники доплат за роботу в небезпечних умовах Середньорічна кількість опадів, середня температура, ймовірність стихійних лих і природних катаклізмів	+ + - + - +
6	<i>Better Life Index</i>	Житлові умови Доходи Праця	Кількість кімнат на одну особу; житло без базових зручностей; співвідношення витрат на житло до чистих наявних доходів домогосподарства Чисті наявні доходи домогосподарства; фінансовий стан домогосподарств; фінансові активи – заощадження, акції мінує фінансові зобов'язання – позики 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	- - +

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
		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	+
		Навколишнє 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		-
		Тура		-
		Рівень життя		+
		Використання часу		-

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
	Методика Нової Зеландії	Рівень життя	Дохід; баланс праці – життя; вартість проживання; соціальне відторгнення; чиста вартість активів	+
		Економічний розвиток	Показники економічного зростання; зайнятості; розвитку сфери досліджень та науково-технічних розробок; розвитку місцевих підприємств; обсяги роздрібних продажів; використання житлових та нежитлових будівель; розвитку туризму; кваліфікації мігрантів	-
		Населення	Темпи зростання чисельності населення; етнічний склад; віковий склад; конфігурація сім'ї та склад домогосподарства; ступінь інвалідації населення; добробут корінного населення	-
		Здоров'я	Очікувана тривалість життя; випадки низької ваги при народженні дітей; дитяча смертність; підліткове батьківство; поширеність хвороб; доступність послуг лікаря загальної практики; психічне й емоційне благополуччя; самооцінка стану здоров'я; фактори ризику; випадки узагальнення (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 «духа громади»; міцність місцевого співтовариства; використання електронних засобів комунікації	-

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
9	Національна матриця індикаторів якості життя населення України	Екологія	<p><i>Природне середовище</i>: індекс екологічного стану земельних ресурсів; індекс екологічного стану водних ресурсів; індекс екологічного стану атмосферного повітря; частка функціонування цільових екологічних програм.</p> <p><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 пересувних джерел забруднення, тонн на 1 км².</p> <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 середнім медичним персоналом, %; чисельність лікарів усіх спеціальностей, на 10 000 населення; чисельність середнього медичного персоналу, на 10 000 населення; чисельність хворих на ВІЛ, які знаходяться на обліку, на 100 тис. населення; чисельність хворих на СНД, які знаходяться на обліку, на 100 тис. населення; чисельність хворих на туберкульоз, які знаходяться на обліку, на 100 тис. населення.</p> <p><i>Здоров'я населення</i>: очікувана тривалість життя при народженні, обидві статі, років; захворюваність на ВІЛ, на 100 тис. населення; смертність від СНД, 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</p>	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
			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	
	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 таблиці 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 екскурсантів, 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, евро / 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>	-

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
		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 загиблих у ДТП, на 100 тис. населення; кількість загиблих у ДТП, на 100 тис. км доріг; кількість травмованих у ДТП, на 100 тис. населення; кількість ДТП, на 100 тис. населення</p> <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 догацій та виплат та фонду заробітної плати, %; рівень пінізації 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), %; питома 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; ступінь відношення витрат часу на домашню роботу та відпочинку, разів; частка неофіційних доходів у загальних доходах громадян, %</p>	-
		Зайнятність	<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>	+

Продовження таблиці Г1

1	2	3	4	5
			<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 (профспілки, 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 (профспілки, 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 приєдналися 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

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		Завдання відповідно до національного визначення	
	Завдання	Індикатори ЄС	Завдання	Індикатори України
1	2	3	4	5
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/кт 12.2.2. Продуктивність енергоресурсів (відношення обсягу ВВП до обсягу валового внутрішнього споживання енергії), EUR/кт, 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 ресурсоемність економіки	12.1.1. Ресурсоемність ВВП (питома вага вартості природних ресурсів в одиниці ВВП), % до рівня 2015 р.

Продовження таблиці 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 виробничозбутових ланцюжках	12.2.1. Частка післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, % 12.2.2. Частка післязбиральних втрат у загальному виробництві овочів та баганнях 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 стаке використання хімічних речовин на основі інноваційних технологій та виробництв	12.3.1. Кількість підприємств, що використовують безпечні 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 безпечні хімічні речовини, %

Продовження таблиці 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 ІКС 2011 р. 12.4.2. Частка сталених 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 сталій практики державних закупівель відповідно до національних стратегій і пріоритетів	-	-	-
8	12.8. До 2030 року забезпечити відповідну інформацію населенню та відомості про сталий розвиток і життя в гармонії з природою	-	-	-

Складено за [187; 189; 191]

**Основні нормативно-правові акти ЄС у сфері екології
та охорони навколишнього середовища [212]:**

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 проєктів на навколишнє середовище;

Директива Ради 85/337/ЄЕС від 03.03.1997 р. щодо оцінювання впливу деяких державних і приватних проєктів 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.

Додаток Ж

Таблиця Ж1

Географічна структура найнебезпечніших непродовольчих 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 [251]

Таблиця Ж2

Видова структура ризиків у разі використання непродовольчих 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
Задущливість	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
Задущнення (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 [251]

Таблиця Ж3

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
Вогнебезпека	469	411	535
Хімічні ризики	366	245	281
Задущливість	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
Задущнення	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 [251]

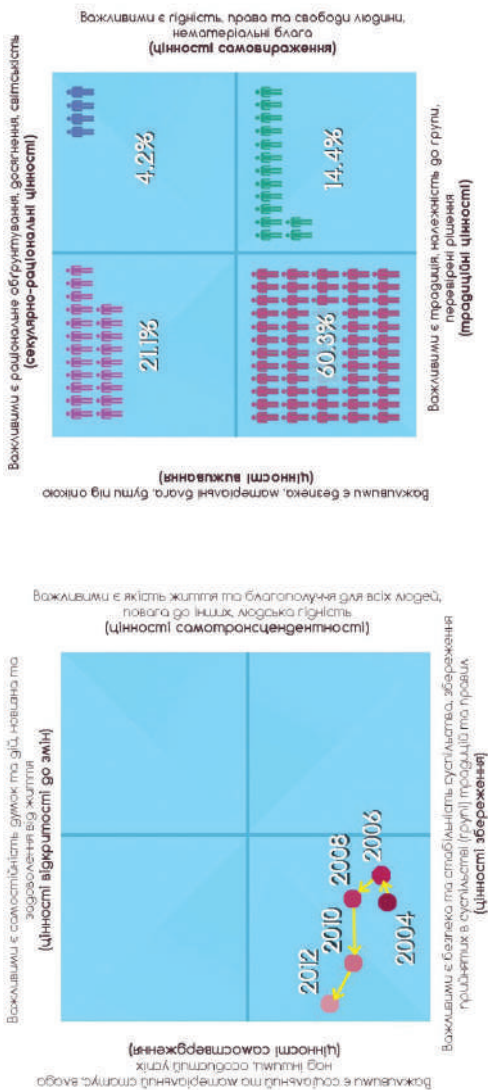


Рис. 32. Ціннісні групи в структурі населення України віком 18+ згідно з дослідженням СОЦС за методологією світового дослідження цінностей (World Values Survey), 2015

Рис. 31. Ціннісна траєкторія українського суспільства на основі даних європейського дослідження цінностей (European Social Survey)

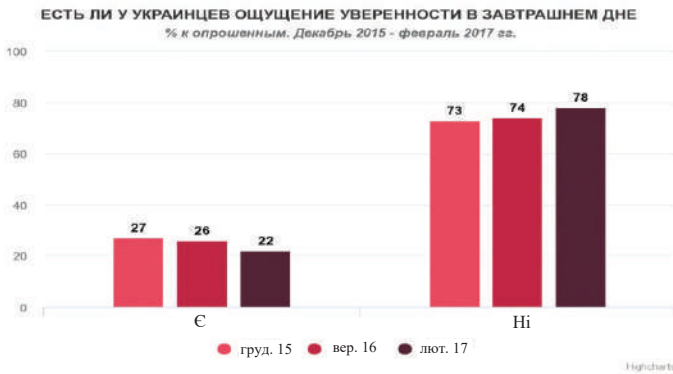


Рис. 33. Результати опитування щодо впевненості в завтрашньому дні, % до опитаних (грудень 2015 р. – лютий 2017 р.)

Джерело [570]

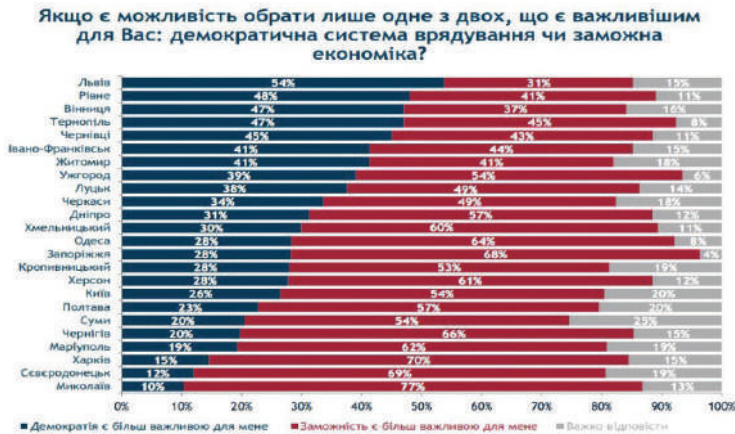


Рис. 34. Результати опитування компанією Рейтинг на замовлення Міжнародного республіканського інституту (IRI) щодо важливості демократичної системи врядування та заможної економіки (2017)

Джерело [571]

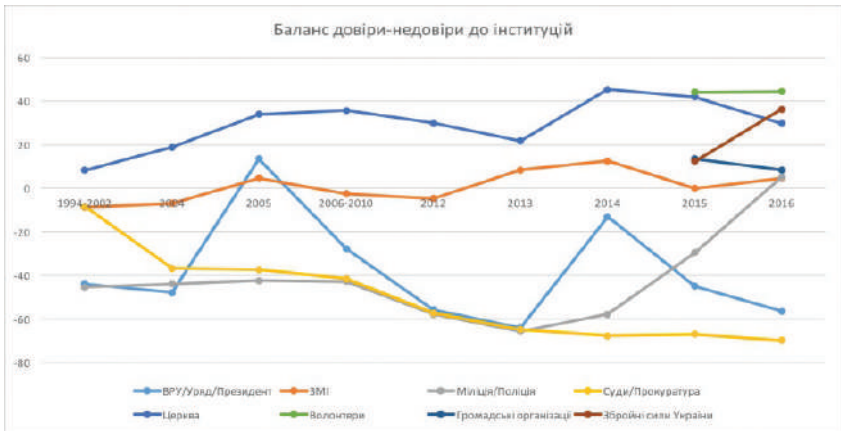


Рис. 35. Результати моніторингу ІС НАНУ рівня інституціональної довіри (1994–2013)

Джерело [572]

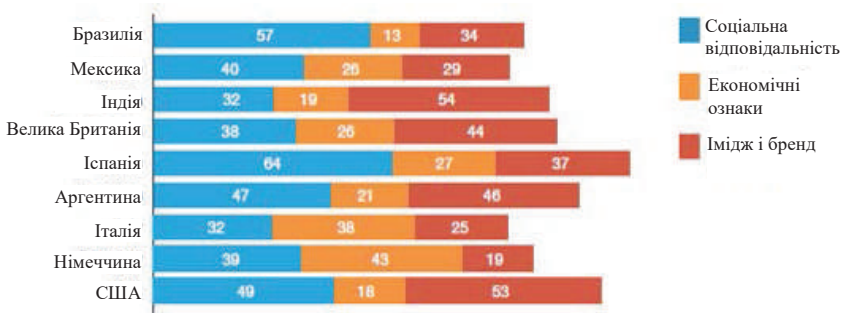


Рис. 36. Основні ознаки, використовувані споживачами для оцінювання компаній

Джерело [573; 574]

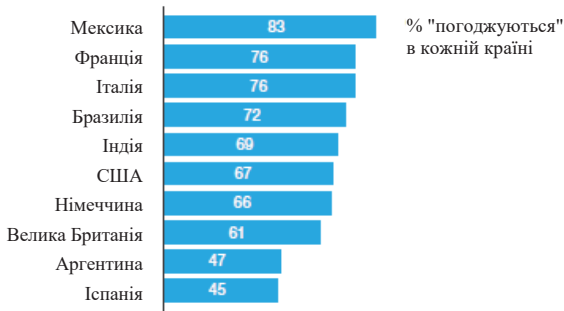


Рис. 37. Інтерес споживачів до заходів компаній у прагненні стати відповідальнішими, 2004

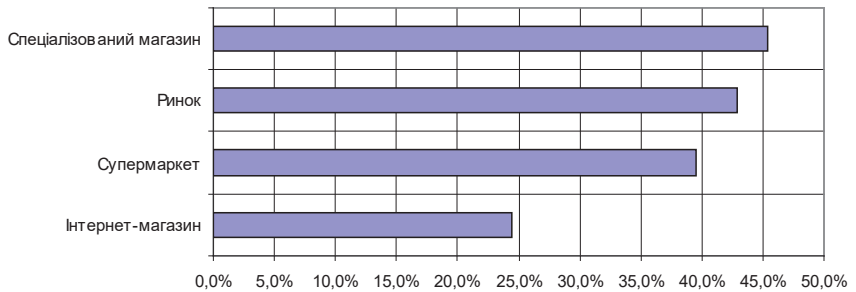
Джерело [573]

Характеристики сучасних споживачів [268]:

- 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.

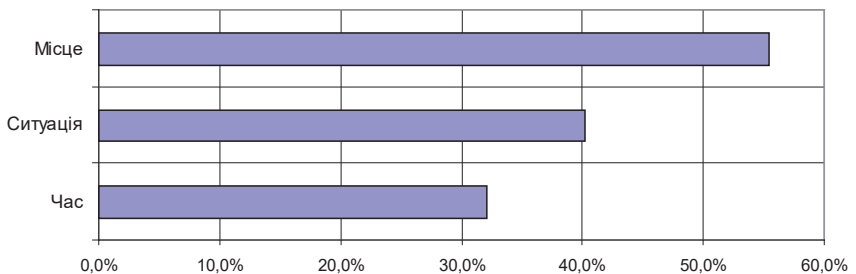
Додаток И

**РЕЗУЛЬТАТИ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ
СПОЖИВАЧІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ**



**Рис. И1. Місця купівлі за значенням
для безпечності товару (послуги)**

Складено за результатами авторського дослідження



**Рис. И2. Обставини споживання за значенням
для безпечності товару (послуги)**

Складено за результатами авторського дослідження

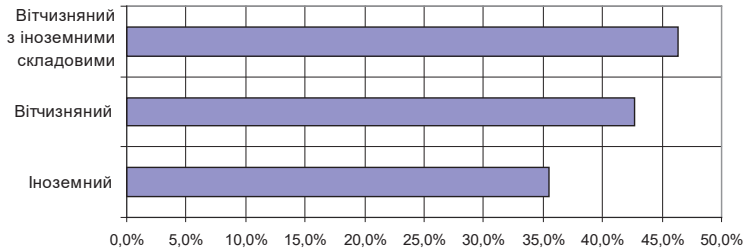


Рис. ІЗ. Місця походження за значенням для безпечності товару (послуги)

Складено за результатами авторського дослідження

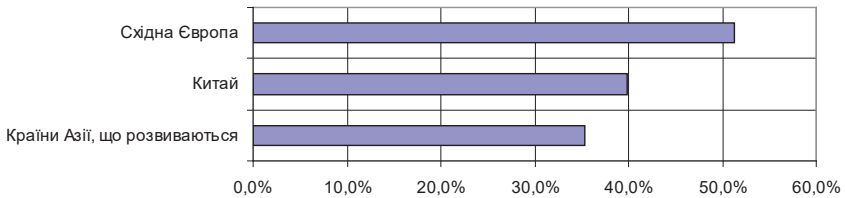


Рис. І4. Регіони (країни) походження за значенням для безпечності товару (послуги)

Складено за результатами авторського дослідження

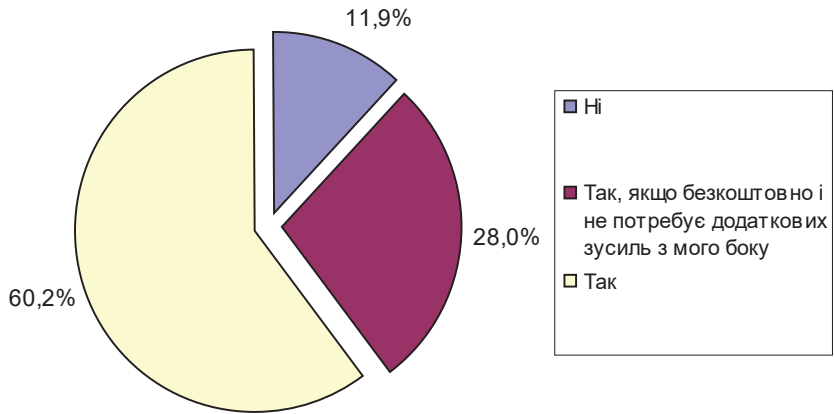


Рис. И5. Бажання споживачів бути поінформованими про небезпечні товари (послуги)

Складено за результатами авторського дослідження

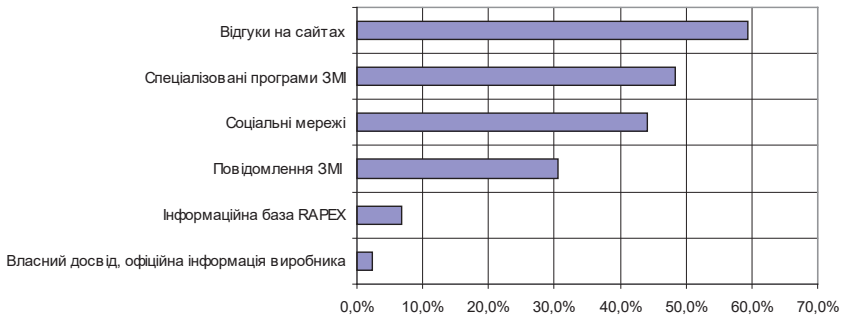


Рис. И6. Джерела інформації про небезпечні товари (послуги)

Складено за результатами авторського дослідження

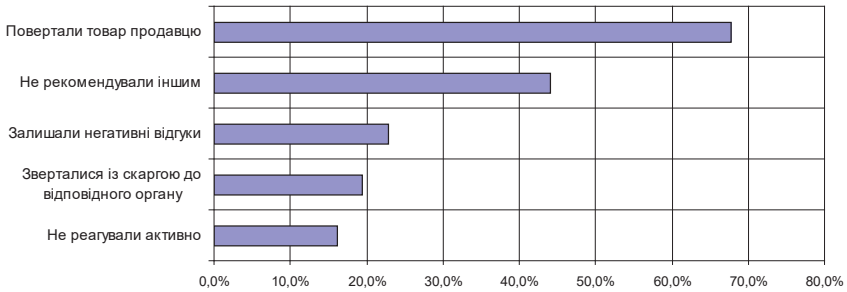


Рис. И7. Реакція споживачів на порушення їх прав

Складено за результатами авторського дослідження

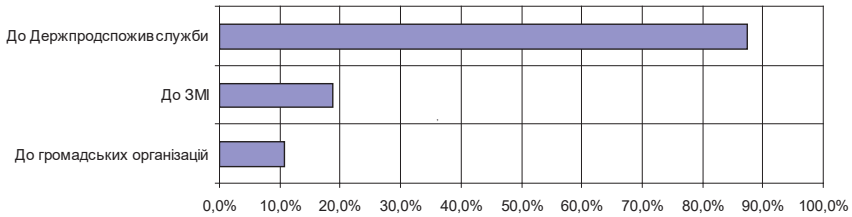


Рис. И8. Знання споживачами джерел звернення

у разі виникнення ситуації небезпечного споживання

Складено за результатами авторського дослідження

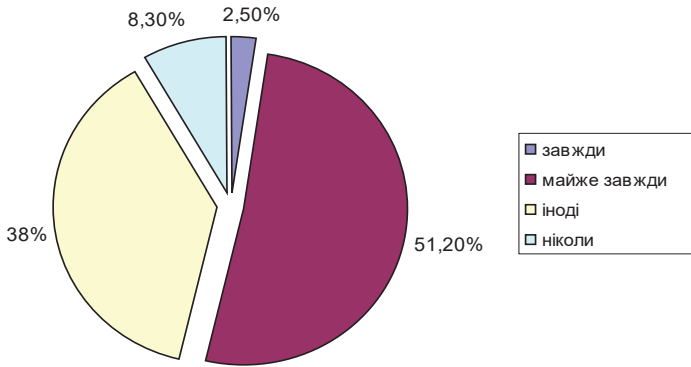


Рис. І9. Впевненість споживачів у безпеці споживання
Складено за результатами авторського дослідження

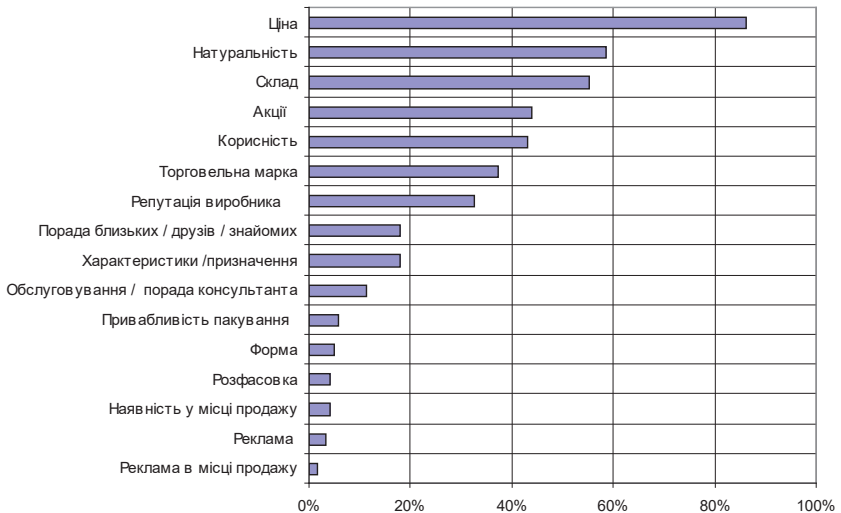


Рис. І10. Критерії вибору продукції споживачами
Складено за результатами авторського дослідження

Додаток К

Таблиця К1

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 [283]

Таблиця К2

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
1	2	3
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

АНТОНЮК К. І.

Убезпечення споживання на національному і мегарегіональному рівнях

Продовження таблиці К2

1	2	3
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 [280, с. 74]

Таблиця К3

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 відчувають 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 [268]

Таблиця К4

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, без якого не дозволяють увійти на заповідну територію	Зовнішня

Складено за [280, с. 95]

Додаток Л

Таблиця Л1

**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
1	2	3	4	5	6	7
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
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

Продовження таблиці Л1

1	2	3	4	5	6	7
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 [580]

Додаток М
Таблиця М1

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, %:	89,9	90,1	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2	92,9	92,0
продукти харчування та безалкогольні напої	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,4	3,4	3,5	3,5	3,4	3,3	2,9	3,1	3,4
непродовольчі товари та послуги, у тому числі:	34,9	35,4	37,2	36,6	36,3	36,5	40,5	41,9	40,9
- одяг і взуття	6,0	5,7	6,1	5,9	6,0	5,7	5,6	5,5	5,4
- житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	9,2	9,6	9,9	9,5	9,4	11,7	16,0	17,0	15,2
- предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	2,3	2,2	2,3	2,3	2,3	2,0	1,7	2,0	2,1
- охорона здоров'я	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,7	4,2	3,8	4,0
- транспорт	3,7	4,0	4,3	4,3	4,3	3,7	3,6	3,7	3,7
- зв'язок	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,4	2,3	2,4	2,6
- відпочинок і культура	1,8	1,9	2,0	2,1	1,8	1,5	1,4	1,6	1,8
- освіта	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0
- ресторани та готелі	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	2,0	2,2	2,3	2,4
- різні товари і послуги	2,3	2,4	2,6	2,6	2,7	2,7	2,5	2,5	2,7
Неспоживчі сукупні витрати, %	10,1	9,9	9,2	9,8	8,4	7,1	6,8	7,1	8,0
Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та послуг	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 [322]

Таблиця М2

**Структура обсягів ВВП, споживання, фінансової спроможності
та рівня добробуту населення**

Роки	ВВП, млн грн	Індекс фізич- ного обсягу ВВП,%	Зміна обсягу ВВП	Обсяги спожив- ання, млн грн	Зміна спожив- ання,%	Частка спожив- ання у ВВП, %	Доходи насе- лення, млн грн	Витрати на придбання товарів, млн грн	Нагрома- дження нефінан- сових активів, млн грн	Приріст фінан- сових активів	Реальний наявний дохід, у відсот- ках до відпо- відного періоду попе- реднього року
2005	457 325	103,1	3,1	265 714	20,3	58,1	381 404	306 769	4444	41 207	123,9
2006	565 018	107,6	7,6	336 864	15,8	59,6	472 061	385 681	7159	37 044	111,8
2007	751 106	108,2	8,2	448 951	17,1	59,8	623 289	509 533	9939	37 840	114,8
2008	990 819	102,2	2,2	619 561	12,5	62,5	845 641	695 618	29515	22 496	107,6
2009	947 042	84,9	-15,1	609 387	-15,6	64,3	894 286	709 025	10493	69 884	90
2010	1079 346	104,1	4,1	680 164	7	63	1101 175	838 213	19578	142 289	117,1
2011	1299 991	105,5	5,5	858 905	15,7	66,1	1266 753	1030 635	-1159	124 282	108
2012	1404 669	100,2	0,2	950 212	8,4	67,7	1457 864	1194 791	-2954	150 234	113,9
2013	1465 198	100,0	0,0	1047 096	6,9	71,4	1548 733	1304 031	5378	110 888	106,1
2014	1586 915	93,4	-6,6	1120 876	-8,3	70,6	1516 768	1316 757	2912	27 868	88,5
2015	1988 544	90,2	-9,8	1331 526	-19,8	67	1772 016	1568 173	-2117	33 190	79,6
2016	2385 367	102,4	2,4	4569 702	2,7	65,8	2051 331	1840 262	-5481	18 072	102
2017	2983 882	102,5	2,5	1977 640	9,5	66,3	2652 082	2359 985	-32060	62 698	110,9

Складено за [322]

Таблиця МЗ

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 паперових та картонних відходів, тис. т	Утворення пластикових відходів, тис. т	Побутові та подібні відходи, тис. т
2010	1079 346	4,1	680 164	7	63	9139	9765,5	142,6	48	2959,4
2011	1299 991	5,5	858 905	15,7	66,1	9793,9	10 356,5	156,4	37,2	8069
2012	1404 669	0,2	950 212	8,4	67,7	9885,8	13 878,0	175,4	170,3	9713,3
2013	1465 198	0,0	1047 096	6,9	71,4	9851,0	14 501,0	147,0	39,3	10 803,7
2014	1586 915	-6,6	1120 876	-8,3	70,6	8256	10 748,0	234,2	43,7	7021,3
2015	1988 544	-9,8	1331 526	-19,8	67	7288	11 491,8	111,0	42,9	6789,2
2016	2385 367	2,4	1569 702	2,7	65,8	6994	11 562,6	184,5	51,9	6946,2
2017	2983 882	2,5	1977 640	9,5	66,3	8616	11 271,2	183,5	48,6	6183,2

Складено за [322; 342]

Таблиця Н1
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	Коефіцієнт смертності, роки на 100 тис. населення	дестимулятор	1522,20	1454,00	1454,50	1456,10	1470,40	1487,10	1470,90	1447,80	1479,40	
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	

Продовження таблиці Н1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.11	Частка витрат на відпочинок і культурну 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 методом МОП), %	дестимулятор	8,1	7,9	7,5	7,2	9,3	9,1	9,3	9,5	8,8
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 серед 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	24 798	29 980	32 480	33 965	36 904	46 413	55 899	70 233	84 190
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 середньомісячними еквівалентними загальними доходами у місяці, 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

Продовження таблиці Н1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2.6	Відношення середньомісячної номінальної заробітної плати до прожиттєвого 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% 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
2.9	Обсяг витратків 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

Продовження таблиці Н1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
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
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 продовольчих баштанних культур на одну особу, %	стимулятор	134,53	141,72	145,04	143,41	139,24	141,85	142,83	142,94	144,16

Продовження таблиці Н1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4.9	Виробництво зерна на одну особу на рік, т	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 імпортичних продовільчих 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 зовнішнь-економічного 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

Продовження таблиці Н1

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	Інтегральний індекс інвестиційної спроможності 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 [333–342]

Додаток П

Таблиця П1

Сегментація респондентів за характером їхніх споживчих орієнтацій

Споживчі орієнтації	Сегменти споживачів / моделі споживчої поведінки	%
Демонстративність – не демонстративність	Прануть викликати захоплення	11,3
	Прануть 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
Заоцядливість – марнотратство	Споживачі орієнтовані на дешевизну	8,2
	Гедоністи	16,0
	Споживачі «по потребам»	19,8
	Заоцядливі 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 [14, с. 37–39]

Таблиця П2

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 [14, с. 37–39]

Соціально-психологічні теорії, моделі поведінки та змін

Приклади теорій (Основні посилення)	Опис	Екологічний аспект
1	2	3
Теорія раціонального вибору: теорія раціонального вибору (Elster 1986 [581], Nomans 1961 [582]) Суб'єктивна очікувана програма (Ajzen and Fishbein 1980 [583], Eagly and Chaiken 1993 [584])	Теорії раціонального вибору 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	Важливим є встановлення індивідуальних витрат та переваг поведінки, що не пов'язана із закупівлями (наприклад, переробка), екологічна 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 віддаються у просторі, та в часі, мають кумулятивний ефект дій багатьох людей
Теорія очікуваної вартості (Fishbein 1973 [585], Ajzen and Fishbein 1980 [583]). Теорія засобів кінцевого ланцюга (Gutman 1982 [586], Reynolds and Olson 2001 [587]). Теорія обґрунтованих дій (Ajzen and Fishbein 1980 [583]); Теорія планової поведінки (Ajzen 1991 [588])	Скореговані теорії очікуваної вартості Поведінка мотивована очікуванням щодо наслідків нашої поведінки та цінностями, які ми надаємо цим результатам, передбачає, що уподобання базується на «сходо-вому» 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	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

Продовження таблиці Р1

1	2	3
Теорія ставлення (А) – поведінки (В) – контексту (С) (Stern and Oskamp 1987 [589], Stern 2000 [590]). Теорія поля (Lewin 1951 [591])	Теорії моральної і нормативної поведінки	можливість мотивації про-екологічної поведінки не лише альтруїстичними або моральними причинами, а й корисливими інтересами (небажання 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 про довкілля та занепокоєння з приводу надмірного споживання)
Теорія активації норми (Schwartz 1977 [592], 1992 [593])	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 (снуча поведінка), переходу на новий рівень, а потім на повторне заморожування;	теорія екологічної цінності – проекологічна поведінка виникає за різних цінносних орієнтацій; егоїстичної (самовдосконалення – турбота про довкілля), біосферної та альтруїстичної (самоперевершення – турбота про довкілля та занепокоєння з приводу надмірного споживання)
Ціннісно-віртоврача теорія F8 (Stern 1999 [594], Stern 2000 [580])	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 (снуча поведінка), переходу на новий рівень, а потім на повторне заморожування;	теорія екологічної цінності – проекологічна поведінка виникає за різних цінносних орієнтацій; егоїстичної (самовдосконалення – турбота про довкілля), біосферної та альтруїстичної (самоперевершення – турбота про довкілля та занепокоєння з приводу надмірного споживання)
Фокусна теорія нормативної поведінки (Cialdini, Kallgren and Reno 1991 [595])	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 (снуча поведінка), переходу на новий рівень, а потім на повторне заморожування;	теорія екологічної цінності – проекологічна поведінка виникає за різних цінносних орієнтацій; егоїстичної (самовдосконалення – турбота про довкілля), біосферної та альтруїстичної (самоперевершення – турбота про довкілля та занепокоєння з приводу надмірного споживання)
Пояснюється існування інстинктивної, автоматичної, рутинної або звичної споживчої поведінки, викликані емоційними реакціями, які з'являються в деяких неконтрольованих ситуаціях;	Теорії звичайної (звички) поведінки	Значна кількість «екологічно значущої» поведінки має рутинний, звичний характер, що є проблематичним для спроб мотивувати просоціальну або проекологічну поведінку.
звички забезпечують економію когнітивних зусиль та часто підкріплюються короткостроковими винагородами і стимулами, що відносно антіінтенціональних звичок є «когнітивного пасткою»	Теорії звичайної (звички) поведінки	Техніка переконання – вплив на прийняття рішення шляхом обрамлення контексту; невідоме «грунтування» респондентів із зображеннями природи істотно впливає на їх ціннісні орієнтації та наміри споживання

Продовження таблиці Р1

1	2	3
Символічний інтеракціонізм (Blumer 1969 [596], Mead 1934 [597]).	Теорії соціальних та індивідуальних (Я) переконань	Оскільки сила матеріальних благ втілювати символічні значення відповідає завданню в побудові цінтичності, яка узгоджується як в соціумі, то споживання може розглядатися як мета переходу символічної основи соціальної бесіди з матеріальних «речей» на нематеріальні ресурси.
Символічна теорія самодоповнення (Wicklund and Gollwitzer 1982 [598]).	Люди взаємодіють із речами на основі символічного значення, яке вони мають для них; люди створюють своє почуття ідентичності за допомогою присвоєння символічних ресурсів для завершення «самообразу» (інтерактивісти); люди мотивовані уникати внутрішньо неповідних (дисонансних) переконань, поглядів і цінностей;	Само-концепція може бути пов'язана з мотивацією про-екологічної поведінки та «ефектом перекидання»: наявність одного виду про-екологічного ставлення чи поведінки у певній особі повинно бути провісником загальної екологічної установки та, можливо, інших про-екологічних поведінок.
Теорія когнітивного дисонансу (Festinger 1957 [599]).	Люди обидві внутрішні мотиваційні зміни, зазвичай засновані на теорії розумних дій із зовнішніми контекстуальними змінними здіностей (включаючи знання звичок та завдань) та можливість;	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
Модель мотивація-здатність-можливість (Olander and Thøgersen 1995 [600]).	людям формують своє ставлення, спостерігаючи за власною поведінкою;	
Теорія самосприйняття (Beem 1972 [601]).	людям мотивовані діяти відповідно до почуттів, викликаних сприйняттям розриву між власним та «ідеальним» Я;	
Теорія невідповідності (Higgins 1987 [602]).	висуває гіпотезу про чотири культурні «типи» з різними уявленнями про управління та гарне життя: ієрархісти, егалітари, індивідуалісти та фаталісти	
Культурна теорія (Thompson and al 1990 [603])	Інтегративні теорії поведінки споживачів	
Теорія структуризації (Giddens 1984 [604])	Спиряється на розмежування між «практичною» та «дискурсивною» свідомістю; встановлює взаємозв'язок між агенцією (як діяють люди) та структурою (соціальним та інституційним контекстом).	Можливості соціального маркетингу, заснованого на громадді, соціального навчання, вирішення проблем участі та дискурсивного розморожування вбудованої, рутинної поведінки –

Продовження таблиці Р1

1	2	3
Теорія міжособистісної поведінки (Triandis 1977 [605])	Включає очікувану цінність, нормативну конструкцію віри та вплив звичиних, соціальних та афективних факторів на поведінку	все це ключові сфери для зміни поведінки. Детермінантами успішної про-екологічної поведінки є або промадська 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
Теорія переконань (Hovland-Yale 1953 [606], Petty et al 2002)	Теорії змін, переконань та навчання Сукупність підходів до «мистецтва переконання», що визначає достовірність джерела, повідомлення та думки / почуття приймача як трьох критичних структурних елементів успіху стратегії переконання;	Важливими є методи переконання, моделювання та соціального навчання у зміні звичок. Нарешті ми подивимося на роль участі у вирішенні проблем соціальних мереж маркетингу. Для просоціальної або зміни екологічної поведінки, важливої як центральний шлях обробки (успіхомлена увага, високий рівень мотивації та інтеграції), так і периферійний (низькі мотивація та (або) можливість займатися проблемою – корисного може бути «привабливість джерела». Для заохочення та просування сталої поведінки можливе використання: впливових рольових моделей; прикладів успішних екологічних програм; «навчальних майданчиків»; соціального маркетингу, заснованого на громаді
Модель вірогідності розробки F18 (Petty 1977, Petty and Sasioporo 1981 [607])	Модель вірогідності розробки F18 (Petty 1977, Petty and Sasioporo 1981 [607])	

Продовження таблиці Р1

1	2	3
		більше інформації викликає більшу стурбованість і більшу безпорадність та відчуття марності зусиль. Проекологічні зміни поведінки мають відбутися шляхом підняття конкретної поведінки з рівня «практичної свідомості» до «дискурсивної свідомості»

Продовження таблиці С1

X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
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
DB	B	B	B	B
B	DB	B	B	B

X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
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
DB	B	DB	B	B
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
C	DB	C	C	DB
C	DB	C	DB	DB
C	DB	DB	C	DB

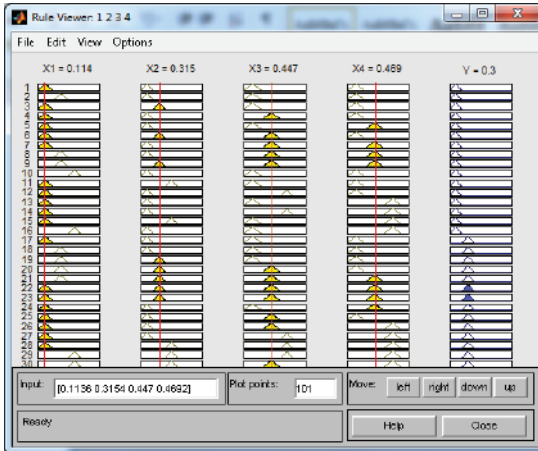
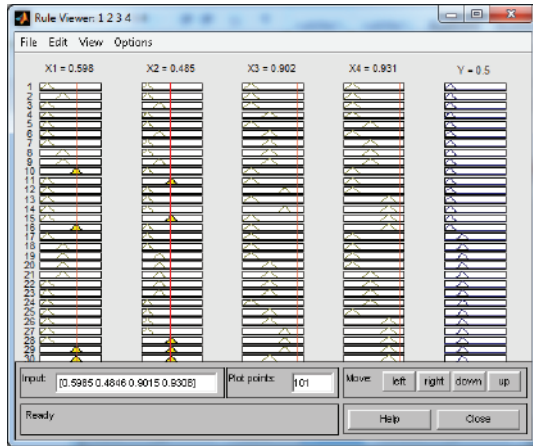
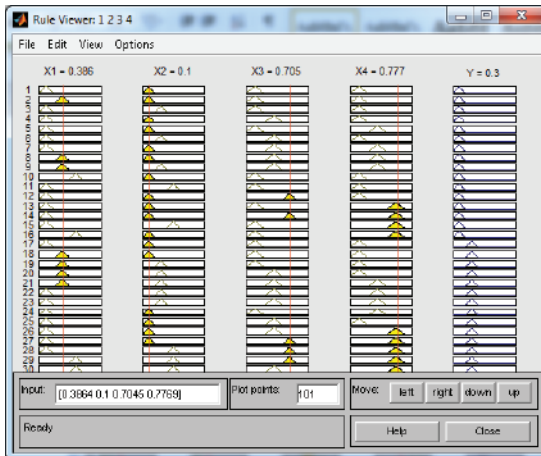
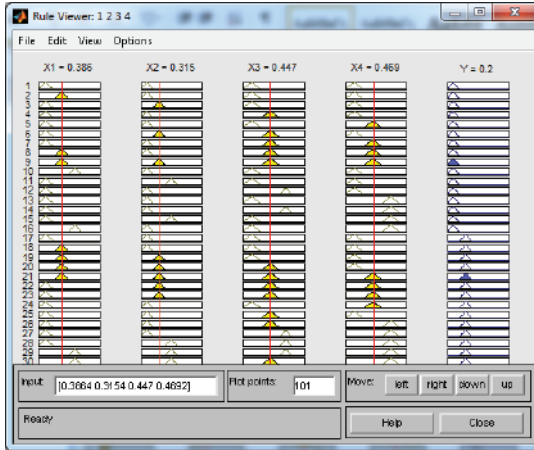
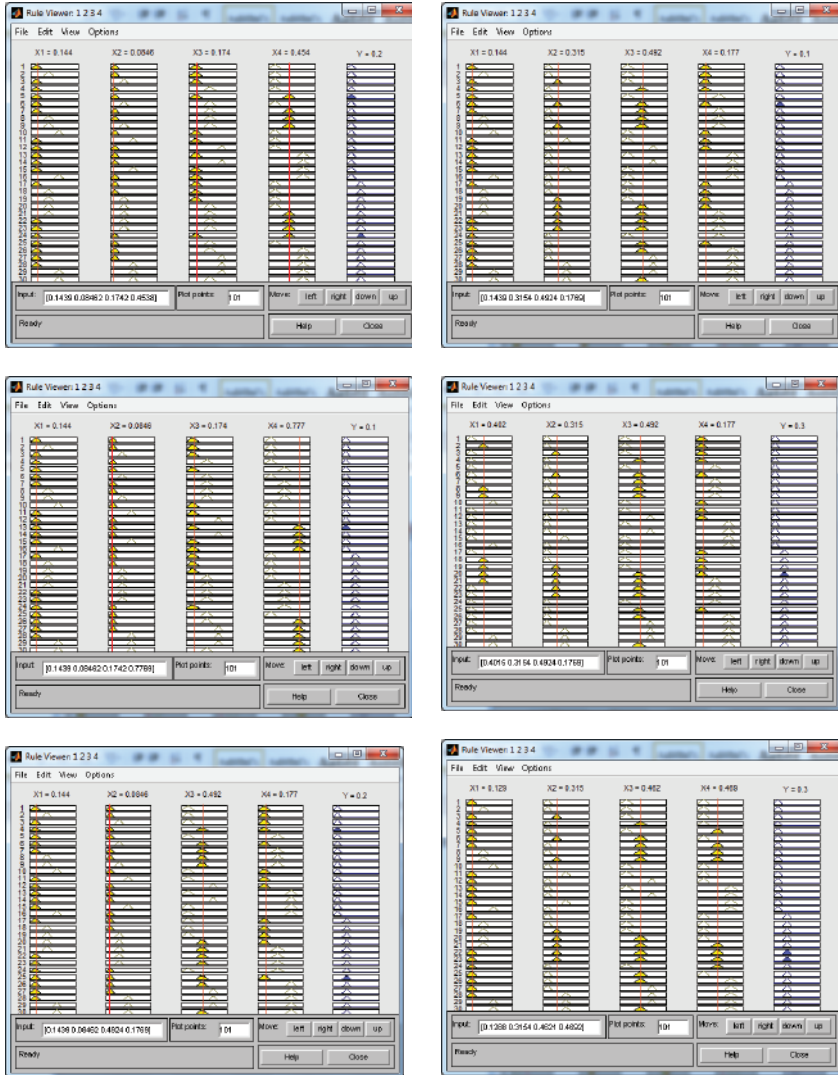


Рис. С1. Результати моделювання рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки



Продовження рис. С1.



Продовження рис. С1.

Додаток Т

Методика розрахунку ключових індикаторів зовнішньої торгівлі між Україною та країнами-членами ЄС

Індекс виявленої порівняльної переваги (RCA) використовується для оцінювання рівня спеціалізації країни на виробництві конкретних типів товарів, що є одним з чинників конкурентоспроможності у глобальному середовищі [145, с. 56].

$$RCA = \ln \left[\frac{EX_{ij}}{IM_{ij}} \div \frac{EX_j}{IM_j} \right], \quad (T1)$$

де EX_{ij} – експорт товару (товарної групи) i країни j ; IM_{ij} – імпорт товару i у країну j ; EX_j – експорт країни j ; IM_j – імпорт країни j .

Країна має перевагу у зовнішній торгівлі у порівнянні з іншою за умови $RCA > 0$.

Індекс подібності експорту:

$$ESI_{js} = \left[\sum_i \min \left(\frac{x_{jw}^i}{X_{jw}}, \frac{x_{sw}^i}{X_{sw}} \right) \right] \times 100, \quad (T2)$$

де j та s – країни, експортні портфелі яких порівнюються; w – всі країни світу або група країн, торгівля між якими аналізується; i – назва товару або галузі промисловості; x^i – обсяг експорту i -го товару або галузі; X – загальний обсяг експорту.

Індекс компліментарності зовнішньої торгівлі:

$$TCI_{js} = \left[1 - \left(\sum \left| \frac{m_j}{M_j} - \frac{x_{is}}{X_s} \right| \div 2 \right) \right] \times 100, \quad (T3)$$

де j – країна-імпортер; s – країна-експортер; i – назва товару або галузі промисловості; x_i – обсяг експорту i -го товару або галузі; m_i – обсяг імпорту i -го товару або галузі; X – загальний обсяг експорту; M – загальний обсяг імпорту.

Індекс торгової спеціалізації:

$$TSI_{js} = \frac{X_{js} - M_{js}}{X_{js} + M_{js}}, \quad (T4)$$

де j та s – країни двосторонньої торгівлі; X_{js} – загальний обсяг експорту; M_{js} – загальний обсяг імпорту.

Індекс внутрігалузевої торгівлі:

$$IIT_{js} = \sum \left(\left(1 - \frac{|x_{ijs} - m_{isj}|}{x_{ijs} + m_{isj}} \right) \times \frac{x_{ijs} + m_{isj}}{X_{js} + M_{sj}} \right), \quad (T5)$$

де j та s – країни двосторонньої торгівлі; i – назва товару або галузі промисловості; x_{ijs} – обсяг експорту i -го товару або галузі; m_{isj} – обсяг імпорту i -го товару або галузі; X – загальний обсяг експорту; M – загальний обсяг імпорту.

Таблиця Т1

Зовнішня торгівля товарами між Україною та ЄС-28 (2001–2019)

№	Рік/ показник	Експорт, млрд дол. США	Частка ЄС-28 у загаль- ному експорті України,%	Імпорт, млрд дол. США	Частка ЄС-28 у імпорті України,%	ЗТО, млрд дол. США	Частка ЄС-28 у ЗТО,%	Сальдо, млрд дол. США	Нормалі- зований торго- вельний баланс, млрд дол. США	Коефі- цієнт покриття експорту імпортом, од.
1	2001	5,34	32,84	6,23	39,48	11,57	36,16	-1,07	-0,09	0,86
2	2002	6,33	35,31	7,4	43,58	13,73	39,445	-2,49	-0,18	0,86
3	2003	7,62	33,04	10,11	43,91	17,73	38,475	-2,37	-0,13	0,75
4	2004	10,61	32,48	12,98	44,77	23,59	38,625	-5,31	-0,23	0,82
5	2005	11,11	32,46	16,42	45,46	27,53	38,96	-10,07	-0,37	0,68
6	2006	12,76	33,26	22,83	50,71	35,59	41,985	-14,81	-0,42	0,56
7	2007	15,75	31,95	30,56	50,43	46,31	41,19	-17,14	-0,37	0,52
8	2008	20,72	30,95	37,86	44,31	58,58	37,63	-8,77	-0,15	0,55
9	2009	11,08	27,91	19,85	43,71	30,93	35,81	-7,28	-0,24	0,56
10	2010	16,15	31,4	23,43	38,58	39,58	34,99	-7,43	-0,19	0,69
11	2011	22,4	32,75	29,83	36,11	52,23	34,43	-12,22	-0,23	0,75
12	2012	18,73	27,27	30,95	36,56	49,68	31,915	-13,41	-0,27	0,61
13	2013	18,59	29,36	32	41,57	50,59	35,465	-4,2	-0,08	0,58
14	2014*	18,54	34,39	22,74	41,82	41,28	38,105	-0,97	-0,02	0,82
15	2015*	14,41	37,79	15,38	40,99	29,79	39,39	-3,44	-0,12	0,94
16	2016*	14,82	40,76	18,26	46,52	33,08	43,64	-3,2	-0,10	0,81
17	2017*	19,25	44,33	22,45	45,41	41,7	44,87	-3,05	-0,07	0,86
18	2018*	22,25	47,01	25,3	44,24	47,55	45,625	-3,63	-0,08	0,88
19	2019*	23,26	46,41	26,89	52,65	50,15	49,53	-1,07	-0,02	0,87

* – 2014–2019 р. без урахування даних з АР Крим та м. Севастополь

Розраховано за [376]

Таблиця Т2

**Динаміка індексу виявленої порівняльної переваги (РСА) для України
за основними товарними групами ТНЗЕД**

Розділ	Коди товарів згідно з УКТЗЕД	Роки																		
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I	(01-05)	0,01	-0,44	-0,62	-0,89	-0,88	-0,70	-0,89	-1,42	-1,23	-1,30	-1,05	-1,06	-0,82	-0,43	-0,18	-0,10	0,03	0,16	0,01
II	(06-14)	0,60	0,68	0,15	0,36	0,42	0,33	0,14	0,67	0,57	0,34	0,57	0,69	0,65	0,63	0,75	0,67	0,79	0,88	0,94
III	(група 15)	0,17	0,45	0,70	0,53	0,73	1,04	1,08	0,83	0,75	1,00	0,96	0,96	0,89	1,09	1,24	1,48	1,59	1,41	1,57
IV	(16-24)	-0,55	-0,60	-0,57	-0,50	-0,54	-0,49	-0,37	-0,49	-0,31	-0,40	-0,31	-0,11	-0,16	-0,08	0,02	-0,02	0,00	-0,05	-0,07
V	(25-27)	0,89	1,02	1,16	1,13	0,88	0,61	0,53	0,39	0,34	0,50	0,45	0,27	0,10	0,08	0,07	0,22	0,29	0,31	0,30
VI	(28-38)	-0,24	-0,36	-0,32	-0,36	-0,35	-0,30	-0,36	-0,43	-0,66	-0,68	-0,46	-0,63	-0,73	-0,71	-0,69	-0,83	-0,82	-0,68	-0,71
VII	(39-40)	-1,09	-1,02	-1,04	-1,06	-1,10	-0,97	-0,99	-0,98	-1,10	-1,21	-1,04	-1,11	-1,20	-1,15	-1,05	-1,00	-0,89	-0,81	-0,79
VIII	(41-43)	0,22	0,30	0,30	0,18	0,15	0,19	0,13	-0,01	-0,04	-0,02	-0,10	-0,14	-0,09	-0,05	-0,12	-0,19	-0,16	-0,19	-0,21
IX	(44-46)	0,42	0,41	0,38	0,35	0,40	0,38	0,43	0,31	0,40	0,44	0,48	0,49	0,44	0,59	0,89	0,89	0,86	0,92	0,89
X	(47-49)	-1,12	-1,45	-1,38	-1,25	-1,33	-1,23	-1,09	-1,06	-1,07	-1,10	-1,06	-1,06	-1,08	-1,08	-0,99	-0,78	-0,72	-0,73	-0,67
XI	(50-63)	-0,10	-0,16	-0,15	-0,21	-0,17	-0,18	-0,23	-0,27	-0,28	-0,30	-0,29	-0,33	-0,36	-0,33	-0,30	-0,27	-0,26	-0,23	-0,21
XII	(64-67)	-0,32	-0,39	-0,32	-0,36	-0,39	-0,41	-0,52	-0,51	-0,37	-0,32	-0,25	-0,27	-0,28	-0,21	-0,09	-0,08	-0,08	-0,01	0,00
XIII	(68-70)	-0,75	-0,78	-0,87	-0,94	-0,82	-0,95	-0,89	-0,90	-0,81	-0,75	-0,74	-0,80	-0,84	-0,53	-0,26	-0,28	-0,16	-0,07	-0,05
XIV	(група 71)	-0,09	-0,34	-0,22	-0,23	-0,18	-0,20	-0,40	-0,49	-0,49	-0,06	-0,30	-0,13	-0,30	-0,21	-0,37	-0,25	-0,09	-0,20	-0,12
XV	(72-83)	0,56	0,55	0,46	0,59	0,57	0,56	0,52	0,58	0,42	0,61	0,66	0,52	0,56	0,60	0,61	0,60	0,64	0,67	0,57
XVI	(84-85)	-0,99	-1,04	-0,97	-1,01	-0,97	-0,93	-0,78	-0,75	-0,59	-0,54	-0,54	-0,55	-0,55	-0,42	-0,33	-0,36	-0,33	-0,30	-0,33
XVII	(86-89)	-0,86	-0,96	-0,53	-0,97	-0,97	-1,15	-1,12	-0,98	-0,71	-0,97	-1,19	-0,92	-1,09	-1,06	-0,80	-1,27	-1,07	-1,08	-1,11
XVIII	(90-92)	-1,23	-0,73	-0,64	-1,10	-1,08	-1,25	-1,20	-1,27	-1,27	-1,23	-1,16	-1,29	-1,19	-0,96	-0,99	-1,16	-1,03	-1,20	-1,04
XIX	(група 93)	-0,95	-0,24	-0,70	-1,34	-0,79	-1,27	-1,04	-1,11	-0,67	-0,25	-0,90	-0,45	-0,18	-0,53	-0,24	0,11	-0,40	-1,85	-1,32
XX	(94-96)	-0,65	-0,63	-0,58	-0,65	-0,47	-0,48	-0,56	-0,57	-0,40	-0,33	-0,37	-0,52	-0,42	-0,30	0,07	0,02	0,10	0,15	0,20
XXI	(97-99)	-0,39	-0,35	0,30	-0,65	-0,66	-0,80	-0,93	-0,82	-0,71	-0,56	-0,70	-0,61	-0,58	-0,53	-0,46	-0,67	-0,80	-0,67	-0,65

Складено за [381]

Таблиця ТЗ
Динаміка індексу виявленої порівняльної переваги (RCA) для країн-членів ЄС
за основними товарними групами ТНЗЕД

Розділ	Коди товарів згідно з УКТЗЕД	Роки																		
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I	(01-05)	-0,02	0,41	0,62	0,85	0,91	0,78	1,00	1,55	1,30	1,38	1,15	1,15	0,89	0,42	0,16	0,12	0,02	-0,08	0,07
II	(06-14)	-0,61	-0,71	-0,15	-0,41	-0,39	-0,24	-0,03	-0,54	-0,49	-0,25	-0,47	-0,59	-0,58	-0,64	-0,77	-0,65	-0,74	-0,80	-0,86
III	(група 15)	-0,18	-0,48	-0,70	-0,58	-0,70	-0,95	-0,98	-0,70	-0,68	-0,92	-0,87	-0,86	-0,82	-1,10	-1,26	-1,46	-1,54	-1,33	-1,49
IV	(16-24)	0,54	0,57	0,57	0,45	0,57	0,58	0,48	0,62	0,38	0,48	0,40	0,20	0,24	0,08	-0,04	0,04	0,05	0,13	0,15
V	(25-27)	-0,90	-1,05	-1,16	-1,17	-0,85	-0,53	-0,42	-0,26	-0,27	-0,41	-0,35	-0,18	-0,02	-0,09	-0,09	-0,19	-0,24	-0,24	-0,22
VI	(28-38)	0,23	0,33	0,31	0,31	0,38	0,39	0,47	0,56	0,73	0,77	0,56	0,73	0,80	0,70	0,67	0,85	0,87	0,76	0,79
VII	(39-40)	1,08	0,99	1,04	1,01	1,14	1,06	1,10	1,11	1,18	1,30	1,14	1,20	1,28	1,15	1,03	1,03	0,95	0,89	0,87
VIII	(41-43)	-0,23	-0,34	-0,30	-0,22	-0,12	-0,10	-0,02	0,14	0,11	0,11	0,20	0,23	0,17	0,05	0,10	0,21	0,21	0,27	0,29
IX	(44-46)	-0,43	-0,44	-0,38	-0,40	-0,36	-0,29	-0,32	-0,18	-0,33	-0,35	-0,38	-0,39	-0,37	-0,59	-0,91	-0,87	-0,81	-0,84	-0,81
X	(47-49)	1,11	1,42	1,38	1,21	1,36	1,32	1,20	1,19	1,14	1,19	1,16	1,16	1,15	1,08	0,97	0,81	0,77	0,81	0,75
XI	(50-63)	0,09	0,13	0,14	0,16	0,20	0,26	0,34	0,40	0,35	0,39	0,39	0,43	0,44	0,32	0,28	0,29	0,32	0,31	0,29
XII	(64-67)	0,31	0,36	0,32	0,31	0,42	0,50	0,63	0,64	0,44	0,40	0,35	0,37	0,35	0,21	0,07	0,10	0,13	0,09	0,08
XIII	(68-70)	0,74	0,75	0,87	0,89	0,85	1,04	1,00	1,03	0,88	0,84	0,84	0,90	0,91	0,53	0,24	0,30	0,21	0,15	0,13
XIV	(група 71)	0,08	0,31	0,22	0,18	0,22	0,29	0,51	0,60	0,56	0,15	0,40	0,22	0,37	0,20	0,35	0,28	0,14	0,27	0,20
XV	(72-83)	-0,57	-0,58	-0,46	-0,63	-0,54	-0,48	-0,41	-0,45	-0,35	-0,53	-0,56	-0,43	-0,49	-0,60	-0,63	-0,58	-0,59	-0,59	-0,49
XVI	(84-85)	0,98	1,01	0,96	0,96	1,00	1,02	0,89	0,88	0,66	0,62	0,64	0,65	0,62	0,41	0,31	0,39	0,38	0,38	0,41
XVII	(86-89)	0,85	0,93	0,53	0,92	1,01	1,24	1,23	1,11	0,78	1,06	1,29	1,02	1,16	1,06	0,78	1,29	1,12	1,16	1,19
XVIII	(90-92)	1,22	0,69	0,64	1,05	1,11	1,33	1,31	1,40	1,34	1,31	1,26	1,38	1,26	0,95	0,97	1,19	1,08	1,27	1,12
XIX	(група 93)	0,94	0,21	0,70	1,29	0,82	1,35	1,15	1,24	0,74	0,34	1,00	0,54	0,25	0,53	0,22	-0,08	0,45	1,92	1,40
XX	(94-96)	0,64	0,60	0,58	0,60	0,50	0,56	0,67	0,70	0,47	0,42	0,47	0,62	0,50	0,30	0,05	0,00	-0,04	-0,07	-0,12
XXI	(97-99)	0,38	0,32	-0,30	0,61	0,69	0,88	1,04	0,95	0,78	0,64	0,79	0,70	0,66	0,53	0,44	0,69	0,85	0,75	0,73

Складено за [381]

Таблиця Т4

**Динаміка зміни індексу подібності експорту (ESI) України та країн-членів ЄС
за основними товарними групами ТНЗЕД**

Розділ	Коди товарів згідно з УКТЗЕД	Роки																		
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I	(01-05)	-0,02	0,41	0,62	0,85	0,91	0,78	1,00	1,55	1,30	1,38	1,15	1,15	0,89	0,42	0,16	0,12	0,02	-0,08	0,07
II	(06-14)	-0,61	-0,71	-0,15	-0,41	-0,39	-0,24	-0,03	-0,54	-0,49	-0,25	-0,47	-0,59	-0,58	-0,64	-0,77	-0,65	-0,74	-0,80	-0,86
III	(група 15)	-0,18	-0,48	-0,70	-0,58	-0,70	-0,95	-0,98	-0,70	-0,68	-0,92	-0,87	-0,86	-0,82	-1,10	-1,26	-1,46	-1,54	-1,33	-1,49
IV	(16-24)	0,54	0,57	0,57	0,45	0,57	0,58	0,48	0,62	0,38	0,48	0,40	0,20	0,24	0,08	-0,04	0,04	0,05	0,13	0,15
V	(25-27)	-0,90	-1,05	-1,16	-1,17	-0,85	-0,53	-0,42	-0,26	-0,27	-0,41	-0,35	-0,18	-0,02	-0,09	-0,09	-0,19	-0,24	-0,24	-0,22
VI	(28-38)	0,23	0,33	0,31	0,31	0,38	0,39	0,47	0,56	0,73	0,77	0,56	0,73	0,80	0,70	0,67	0,85	0,87	0,76	0,79
VII	(39-40)	1,08	0,99	1,04	1,01	1,14	1,06	1,10	1,11	1,18	1,30	1,14	1,20	1,28	1,15	1,03	1,03	0,95	0,89	0,87
VIII	(41-43)	-0,23	-0,34	-0,30	-0,22	-0,12	-0,10	-0,02	0,14	0,11	0,11	0,20	0,23	0,17	0,05	0,10	0,21	0,21	0,27	0,29
IX	(44-46)	-0,43	-0,44	-0,38	-0,40	-0,36	-0,29	-0,32	-0,18	-0,33	-0,35	-0,38	-0,39	-0,37	-0,59	-0,91	-0,87	-0,81	-0,84	-0,81
X	(47-49)	1,11	1,42	1,38	1,21	1,36	1,32	1,20	1,19	1,14	1,19	1,16	1,16	1,15	1,08	0,97	0,81	0,77	0,81	0,75
XI	(50-63)	0,09	0,13	0,14	0,16	0,20	0,26	0,34	0,40	0,35	0,39	0,39	0,43	0,44	0,32	0,28	0,29	0,32	0,31	0,29
XII	(64-67)	0,31	0,36	0,32	0,31	0,42	0,50	0,63	0,64	0,44	0,40	0,35	0,37	0,35	0,21	0,07	0,10	0,13	0,09	0,08
XIII	(68-70)	0,74	0,75	0,87	0,89	0,85	1,04	1,00	1,03	0,88	0,84	0,84	0,90	0,91	0,53	0,24	0,30	0,21	0,15	0,13
XIV	(група 71)	0,08	0,31	0,22	0,18	0,22	0,29	0,51	0,60	0,56	0,15	0,40	0,22	0,37	0,20	0,35	0,28	0,14	0,27	0,20
XV	(72-83)	-0,57	-0,58	-0,46	-0,63	-0,54	-0,48	-0,41	-0,45	-0,35	-0,53	-0,56	-0,43	-0,49	-0,60	-0,63	-0,58	-0,59	-0,59	-0,49
XVI	(84-85)	0,98	1,01	0,96	0,96	1,00	1,02	0,89	0,88	0,66	0,62	0,64	0,65	0,62	0,41	0,31	0,39	0,38	0,38	0,41
XVII	(86-89)	0,85	0,93	0,53	0,92	1,01	1,24	1,23	1,11	0,78	1,06	1,29	1,02	1,16	1,06	0,78	1,29	1,12	1,16	1,19
XVIII	(90-92)	1,22	0,69	0,64	1,05	1,11	1,33	1,31	1,40	1,34	1,31	1,26	1,38	1,26	0,95	0,97	1,19	1,08	1,27	1,12
XIX	(група 93)	0,94	0,21	0,70	1,29	0,82	1,35	1,15	1,24	0,74	0,34	1,00	0,54	0,25	0,53	0,22	-0,08	0,45	1,92	1,40
XX	(94-96)	0,64	0,60	0,58	0,60	0,50	0,56	0,67	0,70	0,47	0,42	0,47	0,62	0,50	0,30	0,05	0,00	-0,04	-0,07	-0,12
XXI	(97-99)	0,38	0,32	-0,30	0,61	0,69	0,88	1,04	0,95	0,78	0,64	0,79	0,70	0,66	0,53	0,44	0,69	0,85	0,75	0,73
	ESI%	53,58	51,17	53,97	55,05	53,17	54,75	57,13	55,07	54,77	55,71	56,84	59,07	56,73	51,69	48,98	46,42	47,25	47,31	44,49

Складено за [376]

Таблиця Т5
Динаміка зміни індексу компліментарності (ТСІ) українського експорту європейському імпорту за основними товарними групами ТНЗЕД

Розділ	Коди товарів згідно з УКТЗЕД	Роки																		
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I	(01-05)	0,005	0,002	0,000	0,002	0,001	0,011	0,006	0,010	0,010	0,009	0,010	0,009	0,008	0,007	0,003	0,004	0,000	0,002	0,004
II	(06-14)	0,019	0,038	0,008	0,012	0,027	0,030	0,013	0,059	0,101	0,052	0,055	0,108	0,113	0,135	0,181	0,194	0,185	0,184	0,216
III	(група 15)	0,011	0,016	0,021	0,013	0,014	0,022	0,032	0,024	0,041	0,047	0,045	0,056	0,050	0,066	0,082	0,105	0,102	0,091	0,085
IV	(16-24)	0,007	0,007	0,002	0,000	0,004	0,005	0,010	0,003	0,010	0,013	0,006	0,012	0,016	0,017	0,023	0,026	0,025	0,025	0,029
V	(25-27)	0,017	0,037	0,062	0,033	0,011	0,035	0,039	0,052	0,036	0,016	0,019	0,073	0,058	0,042	0,035	0,020	0,018	0,031	0,013
VI	(28-38)	0,003	0,027	0,020	0,019	0,017	0,012	0,019	0,028	0,058	0,047	0,031	0,039	0,046	0,059	0,063	0,075	0,078	0,077	0,074
VII	(39-40)	0,037	0,041	0,042	0,042	0,043	0,044	0,045	0,044	0,044	0,047	0,049	0,047	0,049	0,049	0,049	0,049	0,050	0,049	0,047
VIII	(41-43)	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,002	0,002	0,000	0,001	0,002	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,003	0,003	0,004
IX	(44-46)	0,003	0,005	0,006	0,005	0,005	0,006	0,006	0,003	0,008	0,007	0,008	0,008	0,010	0,015	0,020	0,022	0,019	0,023	0,021
X	(47-49)	0,010	0,013	0,013	0,013	0,010	0,006	0,006	0,008	0,002	0,003	0,004	0,002	0,001	0,000	0,003	0,004	0,006	0,006	0,010
XI	(50-63)	0,018	0,019	0,021	0,024	0,021	0,021	0,023	0,027	0,029	0,030	0,031	0,029	0,030	0,031	0,030	0,029	0,028	0,026	0,027
XII	(64-67)	0,004	0,005	0,005	0,005	0,006	0,005	0,005	0,005	0,005	0,006	0,006	0,006	0,006	0,007	0,007	0,007	0,007	0,007	0,008
XIII	(68-70)	0,003	0,004	0,002	0,003	0,005	0,004	0,004	0,004	0,004	0,002	0,002	0,001	0,000	0,001	0,002	0,002	0,002	0,002	0,003
XIV	(група 71)	0,019	0,018	0,016	0,015	0,011	0,013	0,011	0,016	0,019	0,020	0,023	0,025	0,017	0,014	0,015	0,024	0,017	0,015	0,024
XV	(72-83)	0,350	0,333	0,305	0,328	0,338	0,349	0,334	0,327	0,258	0,263	0,244	0,203	0,206	0,210	0,175	0,158	0,157	0,168	0,134
XVI	(84-85)	0,152	0,144	0,135	0,143	0,149	0,141	0,120	0,119	0,088	0,106	0,106	0,097	0,091	0,103	0,121	0,126	0,128	0,126	0,142
XVII	(86-89)	0,092	0,093	0,090	0,069	0,076	0,067	0,050	0,047	0,069	0,045	0,032	0,012	0,051	0,083	0,103	0,116	0,113	0,108	0,110
XVIII	(90-92)	0,027	0,021	0,016	0,012	0,026	0,025	0,022	0,022	0,023	0,024	0,024	0,025	0,025	0,027	0,029	0,030	0,029	0,028	0,030
XIX	(група 93)	0,000	0,001	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000
XX	(94-96)	0,017	0,018	0,018	0,017	0,016	0,014	0,015	0,016	0,017	0,015	0,013	0,012	0,011	0,010	0,012	0,012	0,010	0,008	0,009
XXI	(97-99)	0,015	0,019	0,024	0,027	0,017	0,017	0,034	0,017	0,010	0,009	0,005	0,004	0,000	0,007	0,006	0,004	0,001	0,008	0,006
	ТСІ,%	59,5	56,92	59,50	60,89	60,08	58,61	60,27	58,37	58,24	61,78	64,25	61,34	60,30	55,73	51,79	49,47	51,09	50,68	50,20

Складено за [376]

Таблиця Т6

Динаміка зміни індексу компліментарності (ТСІ) європейського експорту українському імпорту за основними товарними групами ТНЗЕД

Розділ	Коди товарів згідно з УКТЗЕД	Роки																		
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I	(01-05)	0,012	0,011	0,011	0,008	0,011	0,014	0,015	0,004	0,004	0,007	0,010	0,005	0,008	0,008	0,007	0,010	0,011	0,007	0,006
II	(06-14)	0,004	0,001	0,000	0,006	0,006	0,004	0,002	0,002	0,002	0,003	0,005	0,007	0,008	0,013	0,009	0,006	0,006	0,005	0,006
III	(група 15)	0,001	0,002	0,001	0,000	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,000	0,001	0,001	0,002	0,001	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002
IV	(16-24)	0,011	0,003	0,009	0,002	0,004	0,005	0,006	0,009	0,002	0,003	0,000	0,004	0,004	0,002	0,002	0,001	0,001	0,009	0,010
V	(25-27)	0,008	0,013	0,023	0,030	0,033	0,029	0,019	0,015	0,014	0,004	0,001	0,001	0,030	0,046	0,048	0,021	0,020	0,015	0,022
VI	(28-38)	0,009	0,001	0,008	0,006	0,009	0,015	0,014	0,016	0,006	0,011	0,014	0,018	0,021	0,037	0,032	0,028	0,026	0,020	0,020
VII	(39-40)	0,021	0,019	0,022	0,024	0,023	0,018	0,015	0,008	0,020	0,022	0,014	0,013	0,011	0,019	0,030	0,019	0,015	0,013	0,008
VIII	(41-43)	0,005	0,002	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,000	0,000	0,001	0,002	0,003	0,003	0,003	0,001
IX	(44-46)	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,001	0,001	0,001	0,002	0,002	0,001	0,000	0,001	0,001	0,002	0,002	0,002	0,002	0,003
X	(47-49)	0,016	0,021	0,018	0,010	0,012	0,009	0,007	0,007	0,022	0,018	0,012	0,006	0,007	0,011	0,014	0,010	0,006	0,007	0,005
XI	(50-63)	0,047	0,047	0,038	0,039	0,032	0,022	0,017	0,012	0,024	0,022	0,017	0,015	0,017	0,023	0,026	0,022	0,020	0,018	0,014
XII	(64-67)	0,009	0,010	0,006	0,004	0,004	0,003	0,004	0,002	0,003	0,003	0,003	0,002	0,002	0,002	0,000	0,001	0,001	0,001	0,002
XIII	(68-70)	0,008	0,007	0,007	0,007	0,006	0,006	0,007	0,006	0,004	0,005	0,004	0,005	0,004	0,005	0,002	0,001	0,002	0,000	0,001
XIV	(група 71)	0,005	0,000	0,002	0,004	0,008	0,006	0,004	0,005	0,004	0,014	0,021	0,019	0,027	0,018	0,019	0,015	0,015	0,016	0,017
XV	(72-83)	0,010	0,016	0,011	0,016	0,017	0,025	0,030	0,034	0,016	0,022	0,027	0,030	0,028	0,027	0,024	0,025	0,030	0,029	0,024
XVI	(84-85)	0,007	0,011	0,028	0,061	0,087	0,087	0,080	0,071	0,033	0,030	0,038	0,024	0,018	0,004	0,000	0,024	0,025	0,033	0,026
XVII	(86-89)	0,052	0,053	0,037	0,044	0,046	0,016	0,008	0,006	0,073	0,054	0,032	0,012	0,030	0,078	0,080	0,056	0,039	0,046	0,034
XVIII	(90-92)	0,012	0,013	0,014	0,012	0,015	0,015	0,011	0,011	0,012	0,012	0,014	0,012	0,015	0,019	0,018	0,018	0,015	0,014	0,014
XIX	(група 93)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,002	0,004
XX	(94-96)	0,014	0,011	0,008	0,009	0,004	0,003	0,004	0,004	0,002	0,001	0,000	0,005	0,005	0,005	0,002	0,004	0,004	0,003	0,004
XXI	(97-99)	0,031	0,027	0,033	0,030	0,019	0,018	0,024	0,010	0,006	0,006	0,006	0,008	0,008	0,009	0,012	0,009	0,006	0,001	0,004
	ТСІ%	85,91	86,44	86,03	84,14	83,15	85,09	86,53	88,83	87,46	88,07	88,86	90,66	87,62	83,56	83,67	86,23	87,84	87,58	88,76

Складено за [376]

НОТАТКИ

Наукове видання

АНТОНЮК Катерина Іванівна

**УБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВАННЯ
НА НАЦІОНАЛЬНОМУ
І МЕГАРЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ**

Монографія

Верстання	<i>Юрій Ковальчук</i>
Технічне редагування	<i>Тетяна Шутова</i>
Дизайн обкладинки	<i>Анастасія Юдашкіна</i>



Г Е Л Ь В Е Т И К А
В І Д Д А В Н И Ч И Й Д І М

WWW.HELVETICA.UA

Підписано до друку 23.12.2021 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Droid. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 36,50. Наклад 300. Замовлення № 1221м-336.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1
Тел.: +38 (048) 709 38 69,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.