

**ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ: ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ
ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД**

© Барінов В.В., Скорик Г.І., Скорик О.В., 2012

Проаналізовано історію становлення консюмерного права у світі і в Україні, виділено основні принципи системи захисту прав споживачів, виявлено основні проблеми реалізації консюмерного права в Україні, шляхи вдосконалення українського законодавства й активізації діяльності самих споживачів щодо захисту своїх споживчих прав.

Ключові слова: консюмеризм, захист прав споживачів, принципи захисту прав споживачів, якість товарів, норми права.

**THE CONSUMER RIGHTS PROTECTION; THE PROBLEMS IN UKRAINE
AND WORLD BECKQROUND**

© Barinov V., Skoryk H., Skoryk O., 2012

The paper explores the history of the formation consumer rights in the world and in Ukraine and on this basis clarified the basic principles of consumer protection, the basic problems of consumer law in Ukraine, found ways to improve the Ukrainian legislation and revitalization of consumers to protect their consumer rights .

Key words: consumerism, consumer protection, principles of consumer protection, quality of goods, the rule of law.

Постановка проблеми. Розбудова демократичної держави сьогодні неможлива без свідомого громадянства та реалізації прав людини як споживача, створення та проведення відповідної споживчої політики. Проблема захисту прав споживачів – це комплексна, багатоаспектна проблема, яка безпосередньо пов'язана зі зміцненням національної безпеки держави та захистом її громадян. Вона торкається всього ланцюга виробничих відносин: товаровиробник – торгівля – споживач, і в кожній ланці цих відносин має свою специфіку й особливості. Захист прав споживачів є актуальним у контексті економічної безпеки, під якою розуміють такий стан розвитку національної економіки, який дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз і здатний задовольнити матеріальні потреби особи, суспільства, держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розвитку консюмерного права та особливості розвитку економіко-правової бази захисту прав споживачів в Україні досліджено в наукових працях українських та іноземних вчених. Значний внесок у розробку правових основ захисту прав споживачів зробили С.Я. Фурса, О.О. Кармаза. У роботах Л.Д. Титаренка, В.А. Павлова, В.Д. Малигіна, М.Г. Проданчука, В.Л. Корецького, Н.М. Орлової та інших значну увагу звернуто на проблеми безпеки харчування населення, фальсифікації продовольчих товарів. Проте велика кількість порушень щодо прав споживачів з боку суб'єктів господарювання та, відповідно, скарг від населення щодо неякісних товарів і послуг, недобросовісної конкуренції свідчать, що ця проблема є актуальною, детально не розробленою і потребує подальших наукових досліджень.

Мета дослідження. На початку другого десятиріччя XXI століття Україна потребує нових підходів до побудови державної споживчої політики з урахуванням інтересів споживачів, за участю громадських об'єднань споживачів, передової молоді та досвідчених лідерів споживчого руху. Шлях європейської інтеграції України може бути успішним та ефективним лише за умови реального партнерського діалогу між органами влади та споживачами, прозорості намірів і дій, прийняття рішень та суворого дотримання чинного законодавства щодо прав споживачів, гарантій безпеки споживання та збереження здоров'я споживачів. Впровадження нових підходів до розуміння споживчої політики та реалізації прав споживачів, вдосконалення законодавства, впровадження світового досвіду мають бути націлені на створення європейської якості життя для кожного громадянина України. Метою статті є з'ясування основних принципів системи захисту прав споживачів, виявлення проблем реалізації консюмерного права в Україні і пошук шляхів вдосконалення українського законодавства, активізації діяльності самих споживачів щодо захисту своїх споживчих прав.

Виклад основного матеріалу. Громадсько-політичний рух на захист споживача – консюмеризм (від англ. *consumer* – споживач; консюмеризм – споживчий рух) виник наприкінці XIX століття у США. В умовах посилення монополізації економіки стало очевидним, що споживач є незахищеною стороною у взаємовідносинах з підприємцями і на його захист почали звертати особливу увагу. Це пов'язано також із розвитком реклами і засобів масової інформації, зростанням виробництва предметів довгострокового користування, використанням хімічних продуктів, синтетичних та інших штучних матеріалів. У 1899 р. в США виникла національна Ліга споживачів, а в 1936 р. створено перший у світі Союз споживачів США, що і сьогодні є великим й найвпливовішим об'єднанням споживачів.

Після Другої світової війни консюмеризм поширився на країни Західної Європи, а у 1960 р. п'ять споживчих організацій США, Австралії, Великобританії, Бельгії і Нідерландів об'єдналися і створили Міжнародну організацію союзів споживачів (далі – МОСС), у яку сьогодні входить понад 200 організацій з 80 країн світу. Особливе значення для міжнародного руху споживачів мало підписання 15 березня 1962 р. президентом США Джоном Фітцджеральдом Кеннеді декларації чотирьох основних прав захисту споживачів (журналісти назвали її Біллем про права споживачів) [8]. Ця декларація передбачала:

- право на безпечність товарів (захист від товарів, що загрожують життю);
- право на інформацію (захист від помилкової інформації);
- право на вибір товарів (доступ до товарів за доступними цінами);
- право на вираження своїх думок (право на те, щоб інтереси споживачів у повному обсязі та доброзичливо враховувались під час формування урядових програм так, щоб їхні справи неупереджено та оперативно розглядалися у суді).

Міжнародний рух споживачів із часом додав до неї ще чотири права:

- право на задоволення основних потреб;
- право на відшкодування шкоди;
- право на освіту;
- право на здорове середовище.

У 1973 р. у Комісії Європейського співтовариства було утворено спеціальний орган – Консультативний комітет із захисту прав споживачів. У тому ж 1973 р. 25 сесія Консультативної асамблеї Євросоюзу схвалила “Хартію захисту споживачів”.

З 1983 р. за рішенням ООН 15 березня почали відзначати Всесвітній день прав споживачів, що підтвердило визнання прав та інтересів споживачів як невід'ємної складової загальноновизнаних прав людини, стало початком становлення всесвітнього споживчого руху.

16 листопада 1989 року було ухвалено Варшавську декларацію споживачів. Для цього у Варшаві зібралися представники організацій споживачів Східної і Західної Європи, В'єтнаму, Австралії і США для обговорення спільних проблем. Учасники цієї зустрічі, організованої польською Федерацією споживачів і Міжнародною організацією союзів споживачів, виробили загальні принципи і напрями своєї діяльності та домовилися про спільні дії і взаємну допомогу.

У квітні 1985 р. Генеральна Асамблея ООН ухвалила основні напрями із захисту прав споживачів – “Керівні принципи для захисту інтересів і прав споживачів”, тим самим визнавши і узаконивши результати діяльності міжнародного руху споживачів.

З цього часу зазначені права споживачів здобули міжнародне визнання і законність, стали основою для розроблення відповідного національного законодавства розвиненими країнами і країнами, що розвиваються.

Метою розробки “Керівних принципів” стало прагнення захистити права споживачів у всіх країнах, і особливо у країнах, що розвиваються, зважаючи на те, що ця категорія споживачів перебуває в нерівних умовах порівняно з підприємцями щодо економічного становища, рівня освіти і купівельної спроможності.

Керівні принципи спрямовані на задоволення таких законних потреб:

- безпека та захист споживачів від шкоди їх здоров'ю;
- сприяння економічним інтересам споживачів;
- доступ споживачів до інформації, необхідної для компетентного вибору відповідно до індивідуальних запитів та потреб;
- освіта споживачів;
- наявність ефективних процедур розгляду скарг споживачів;
- вільне створення споживчих й інших відповідних груп або організацій, що можуть висловлювати свою думку під час прийняття рішень, що торкаються їх інтересів [8].

У “Керівних принципах” наголошувалось на тому, що урядам необхідно мати належну інфраструктуру для розробки, здійснення та контролю політики захисту інтересів споживачів.

З цього питання видано близько 400 директив. Особливо важливого значення набули Директива № 92/59/ЕЕС від 29 червня 1992 року про загальні принципи, що стосуються безпеки продуктів, Директива № 85/374/ЕЕС від 25 липня 1985 року про відповідальність за неякісні продукти, декілька директив

1992 року: про допуск товарів в оборот, про рекламу, продаж і застосування ліків, Директива № 76/768/ЕЕС від 27 липня 1976 р. відносно косметичної продукції і Директива № 88/378/ЕЕС від 3 травня 1988 р. про забезпечення безпеки дитячих іграшок.

З погляду правового забезпечення важливе значення мають Директива № 93/13/ЕЕС від 5 квітня 1993 р. щодо умов угод, що укладаються зі споживачами, і Директива № 84/450/ЕЕС щодо боротьби з рекламою, що вводить в оману. Згідно з цими директивами до такої інформації належать:

- неточне твердження або неправильне представлення точних фактів щодо істотних властивостей товару, його складу, використання, впливу на здоров'я і навколишнє середовище;
- некоректне порівняння товарів;
- приховування фактів невідповідності товарів вимогам правових положень, звичаїв;
- маркування товарів товарними знаками, що вводять в оману;
- реклама товарів, яких немає в розпорядженні продавців або які є в їхньому розпорядженні в недостатній кількості або в недостатньому асортименті.

Введенням в оману споживача є не тільки повідомлення яких-небудь помилкових відомостей, але і замовчування деяких властивостей товару.

За затвердженою Генеральною Асамблеєю ООН резолюцією держави – члени ООН зобов'язалися проводити активну політику захисту прав споживачів згідно з “Керівними принципами”. Кожна країна повинна була визначити свої першочергові завдання в цій галузі, узгоджуючи їх із конкретними, її притаманними економічними і соціальними умовами та запитам населення.

Керівні принципи ООН визнав і СРСР, хоча документально оформити своє визнання не поспішав. Проте Україна, ще як республіка, що входила в СРСР, підписала затверджені Генеральною Асамблеєю ООН принципи. Після цього в багатьох українських містах (Донецьку, Дніпропетровську, Києві, Одесі, Харкові) почали утворюватися громадські осередки із захисту справ споживачів. Зареєструватися їм вдалося лише в 1989 р. Спеціального законодавства про захист прав споживачів в Україні, як і загалом в СРСР, не існувало до початку 90-х років, доки цю проблему не розглянув Комітет конституційного нагляду СРСР. Цей орган 14 вересня 1990 року дійшов висновку про невідповідність окремих положень основ цивільного законодавства Союзу РСР і союзних республік та інших нормативних актів, які встановлювали наслідки продажу товарів неналежної якості, положенням Конституції СРСР і законам СРСР. Було визнано, що необхідно увідповіднити правові норми із Конституцією СРСР і загальними засадами правового регулювання майнових відносин у процесі оновлення цивільного законодавства Союзу РСР і союзних республік. Однак політична й економічна ситуація в СРСР продиктувала інший сценарій. Декларація про державний суверенітет України від 16 липня 1990 року заклала засадничі принципи побудови незалежної України, її соціально-економічної та правової системи. Саме після прийняття Декларації про державний суверенітет країни та Закону “Про економічну самостійність Української РСР” було започатковано створення в Україні нової правової системи, у якій чільне місце посіло законодавство про захист прав споживачів [2].

Сьогодні нормативно-правова база консюмеризму в Україні, крім вже згаданого Закону “Про захист прав споживачів”, нараховує понад 30 законів та підзаконних нормативних актів, прийнятих для захисту прав громадян-споживачів. Насамперед зазначимо, що права споживачів захищає Конституція України, прийнята 28 червня 1996 р., 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” [1, с. 21]. В Основному законі України закріплено одночасно чимало норм, які прямо або опосередковано стосуються питань захисту прав й інтересів споживачів. У частині I статті 50 Конституції закріплено право громадян на вільний доступ до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів та предметів побуту. А стаття 22 містить досить важливе положення про те, що конституційні права і свободи гарантуються і не можуть бути скасовані, не допускається звуження змісту та обсягу чинних прав [1]. Безумовно, це все стосується і захисту прав споживачів.

Особливого значення в системі консюмерного законодавства України набувають норми Цивільного, Цивільно-процесуального, Кримінального, Кримінально-процесуального, Арбітражного процесуального кодексів, а також Кодексу України про адміністративні правопорушення. Зокрема, норми Цивільного кодексу встановлюють правила укладання договорів купівлі-продажу, підяду, схову та інших угод, юридичну відповідальність за неналежне їх виконання чи невиконання. Дотримування громадянами цих правил повинно 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. А ті ж дії, якщо вони вчинені у великих розмірах або завдали шкоди здоров'ю чи призвели до смерті споживача, караються позбавленням волі на строк до п'яти років та ін. [7, с.62].

Послідовна політика України щодо захисту прав споживачів повинна стати важливим чинником ефективного розвитку ринку, що забезпечує вплив Уряду на повсякденне життя, сприяє підвищенню добробуту споживачів та, водночас, створює сприятливі умови ведення бізнесу для сумлінних виробників товарів та послуг.

Та, на жаль, в реальному житті українського споживача все виглядає значно гірше. За словами Голови Держспоживінспекції України Сергія Орехова, тільки за 2011 р. від споживачів надійшло 68 тис. скарг на неякісні товари та послуги (добре відомо, що значно більша частина незадоволених обслуговуванням та придбаними товарами офіційно нікуди не скаржиться). За результатами незапланованих закупівель товарів з ініціативи Голови Кабінету Міністрів України, проведених у 2012 р., на полицях супермаркетів виявлено не тільки велику кількість неякісних товарів м'ясо-молочної групи, а й факти шахраювання навіть з продуктами дитячого харчування [11].

Однією із причин такої ситуації є розподіл повноважень між державними органами, які встановлюють стандарти якості на споживчі товари, та органами, що перевіряють продукцію на відповідність їм. Донедавна в Україні і встановлював стандарти якості, і перевіряв продукцію на відповідність їм той самий орган – Держстандарт. Нині ці функції розділені між двома відомствами. Одним із них і стала Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів (Держспоживінспекція України), утворена відповідно до Указу Президента України від 13.04.2011 р.

Держспоживінспекція України відповідно до покладених на неї завдань:

- 1) здійснює державний контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів;
- 2) у межах своєї компетенції контролює дотримання законодавства про рекламу;
- 3) здійснює державний ринковий нагляд у межах сфери своєї відповідальності;
- 4) здійснює у межах своєї компетенції державний нагляд за дотриманням технічних регламентів, стандартів, норм і правил;
- 5) здійснює в межах своєї компетенції заходи з виробництва та розповсюдження соціальної реклами;
- 6) забезпечує міжнародну співпрацю у межах своїх повноважень, участь у роботі відповідних міжнародних організацій;
- 7) бере участь у підготовці міжнародних договорів України, готує пропозиції щодо укладення, денонсації таких договорів, у межах своєї компетенції укладає міжнародні договори України та забезпечує виконання зобов'язань України за міжнародними договорами з питань, що входять до компетенції Держспоживінспекції України;
- 8) представляє Кабінет Міністрів України за його дорученням у міжнародних організаціях та під час укладення міжнародних договорів;
- 9) сприяє органам місцевого самоврядування у реалізації їх повноважень щодо захисту прав споживачів;
- 10) сприяє створенню необхідних умов для навчання та набуття населенням правових знань у сфері захисту прав споживачів;
- 11) організовує надання споживачам консультацій з питань захисту їх прав;
- 12) надає методичну допомогу органам виконавчої влади з питань здійснення заходів щодо реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;
- 13) сприяє реалізації в Україні “Керівних принципів” для захисту інтересів споживачів, прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН 9.04.1985 р.;
- 14) здійснює інші повноваження, визначені законами України та покладені на неї Президентом України [5].

Важливою проблемою реалізації консюмерного права в Україні в роки незалежності була хронічна відсутність фінансування проведення заходів з боку державних органів контролю. Наслідком ухвалення Закону України „Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення” і заходів Голови Кабінету Міністрів України, стало те, що у 2011 р. (вперше за 20 років) з бюджету країни були виділені кошти на проведення лабораторних досліджень за результатами перевірок. У 2011 р. виділено 1,7 млн. грн., у 2012 р. – 6 млн. грн., у 2013 р. очікується збільшення фінансування на проведення аналізу споживчих ринків на предмет дотримання законодавства про захист прав споживачів [12]. Крім того, Держспоживінспекція укомплектовується необхідними пересувними лабораторіями для здійснення необхідних перевірок. Вперше у 2011 р. державний орган контролю поіменно назвав тих, хто порушує вимоги стандартів, й перерахував конкретні факти. Всі порушники отримали компетентні листи від перевіряючих з викладом всіх претензій до продукції.

За останні 20 років жоден уряд не брав під особистий контроль проблеми захисту прав споживачів. Проте і такі заходи не гарантують того, що проблему зневажливого ставлення до споживача буде подолано. Типовою для України є ситуація, коли реалізатори товару зацікавлені у неякісному товарі, їм чим гірше, тим краще. Заходи держави спрямовані здебільшого на примушування виробників дотримуватися стандартів якості на продукцію, зокрема, на молоко, масло, сметану. Проте реалізатори теж прагнуть впливати на якість і ціну продукту. У гонитві за максимальними прибутками їх меншою мірою цікавить відповідність продукції

стандартам і вимогам, ніж можливість встановлення максимальної надбавки на не зовсім якісний, але порівняно дешевий продукт. Для прикладу: надбавка виробника на м'ясо-молочну продукцію становить 10 – 15 %, а реалізатора – 30–90 % [11].

Аналіз вітчизняних ринків споживчих товарів свідчить, що суттєвими є порушення щодо якості взуття, побутової техніки, надання житлово-комунальних послуг, споживчих кредитів, продажу товарів і послуг через Інтернет, дитячих іграшок тощо. У 78 % випадків на дитячих іграшках не вказано виробника, його адресу, сировину, з якої вироблено іграшку, вік, на який вона розрахована. У 65 % перевіреної продукції не вказано національного знака відповідності або відсутні документи, що підтверджують якість і безпеку товарів. У 90 % випадків виявлено порушення у сфері торгівлі, ресторанного бізнесу і надання послуг і робіт. За деякими даними, сьогодні близько 70 % продукції на українському ринку – контрабанда і контрафакт [11].

Звичайно, в Україні проводяться заходи, націлені на поліпшення якості товарів та послуг, покращення обслуговування споживачів. Так, починаючи з 2001 р. проводиться Всеукраїнський конкурс якості продукції (товарів, робіт, послуг) – “100 кращих товарів України”. У 2011 р. відповідно до Програми проведення Європейського тижня якості в Україні під час проведення виставки пройшли фінальні заходи Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) – “100 кращих товарів України” та Всеукраїнської виставки-конкурсу дитячого малюнка “Я хочу жити в якісному світі” у 2011 р.

Зазначені конкурси проводяться під патронатом Президента України, під керівництвом Уряду України та за сприяння Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

За всі роки проведення конкурсу понад 7000 українських підприємств виборювали право називатися найкращими виробниками вітчизняної продукції. У 2012 р. 1178 підприємств взяли участь у регіональному етапі конкурсу та 262 підприємства змагалися на загальнодержавному рівні. Здебільшого це представники малого та середнього бізнесу [11].

Конкурси проводяться з метою об'єднання зусиль, спрямованих на поліпшення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, сприяння впровадженню на підприємствах України сучасних методів управління якістю та задоволенню потреб і очікувань споживачів.

Основним завданням таких щорічних конкурсів є спрямування зусиль на підтримку ініціативи національних товаровиробників щодо покращення якості продукції.

Проте зазначимо, що загалом в Україні консюмеризм – захист прав споживачів є екзотикою для суспільної свідомості. Актуальним завданням сьогодення є виховання споживача, здатного на рівних говорити з потужною рекламно-торгово-виробничою системою. В Україні є усі підстави сподіватись, що започатковано потужну тенденцію, яка має набути значного впливу на суспільство протягом найближчих років. Ця тенденція є вираженням очікувань громадян України, і тому держава та суспільні організації повинні втілити сподівання споживачів.

Одним із напрямів вдосконалення системи захисту прав споживачів вважаємо посилення відповідальності за порушення норм відповідного законодавства. Якщо якість продукції впливає на здоров'я споживачів, від її безпеки залежить життя людей, то необхідно передбачити не тільки адміністративну відповідальність, наприклад, накладення штрафів, а й кримінальну. У деяких європейських країнах така норма уже передбачена законодавством. Поряд з цим необхідно розвивати систему навчання та інформування громадян про їх права як споживачів продукції і послуг, про законодавство в цій галузі, про ініціативи щодо захисту їх прав, про ініціативи підприємств щодо захисту продукції від підробок; забезпечити доступність споживачів до інформації про внутрішню діяльність підприємств із забезпечення та поліпшення якості товарів і послуг.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сьогодні Україна розвивається та інтегрується до європейського економічного, політичного, суспільного простору. Впровадження нових підходів до розуміння споживчої політики та реалізації прав споживачів, вдосконалення законодавства, впровадження світового досвіду націлені на створення європейської якості життя для кожного громадянина України. Якщо йдеться про європейські стандарти, то і відповідальність повинна бути європейською, а там мова ведеться про відповідальність серйозну, включаючи кримінальну.

Діяльність Держспоживінспекції України та її територіальних органів повинна бути спрямована на регулювання відносин між виробниками та споживачами, покликана вирішувати всі питання у сфері захисту прав споживачів, з дотриманням конституційних прав і свобод. Необхідно забезпечити відкритість до партнерства і співпраці з метою досягнення результативності у розбудові та підтримці здорового та якісного рівня життя.

Але досягти мети – підвищення рівня якості життя громадян України можливо тільки за умови об'єднання зусиль всього суспільства, його патріотичного ставлення.

1. Конституція України. – К.: Українська видавнича фундація. – 1996. 2. Закон України від 1 грудня 2005 р. № 3161 – ІУ “Про захист прав споживачів” (нова редакція). – Харків: ПП “ІГВІНІ”. – 2008. 3. Закон України від 1 березня 1995 р. № 79/95 - ВР “Про внесення змін та доповнень до Кодексу України про

адміністративні правопорушення”. – К., 1995. 4. Закон України від 23 грудня 1997 р. № 771/97 - Р “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”. – К., 1997. 5. Закон України від 15 листопада 2001 р. № 2788 – III „Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення”. – К., 2001. 6. Закон України від 13 вересня 2001 р. № 2681-III „Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”. – К., 2001. 7. Кримінальний кодекс України. – К., 2007 8. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей (Приняты 09.04.1985 Резолюцией 39/248 на 106-м пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lawmix.ru/abro/11117> 9. Проданчук М.Г. До проблеми безпеки харчування населення України / М.Г. Проданчук, В.Л. Корецький, Н.М. Орлова // Проблеми харчування. – 2005. – № 2. – С. 5–9. 10. Титаренко Л.Д., Павлова В.А., Малигіна В.Д. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів: навч. посіб. / Л.Д.Титаренко, В.А. Павлова, В.Д. Малигіна. – К.: ЦНЛ, 2006. – 192 с. 11. Інтерв'ю глави Государственной инспекции по вопросам защиты прав потребителей С. Орехова журналу “Експерт Украина” 2012 г. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dsiu.gov.ua>

УДК 339.138:658.8

Т.М. Борисова

Тернопільський національний технічний університет імені І. Пулюя

СПЕЦИФІКА КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН У НЕКОМЕРЦІЙНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

© Борисова Т.М., 2012

Розглянуто особливості конкурентних відносин у вітчизняному некомерційному секторі, виділено основні рушійні сили міжгалузевої та внутрішньогалузевої конкуренції.

Ключові слова: конкуренція, некомерційна організація, некомерційний сектор, неприбуткова організація, НУО.

THE SPECIFICITY OF COMPETITIVE RELATIONS IN THE NON-COMMERCIAL SECTOR OF UKRAINE

© Borisova T.M., 2012

This paper is devoted to the solving task of recognizing features of competition relations in domestic noncommercial sector, essential forces of intra- and intersectoral competition.

Key words: competition, non-commercial organization, non-commercial sector, non-for-profit organization, NGO.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку громадянського суспільства пріоритетними чинниками, поряд із економічними, є фактори функціонування ринку соціальних послуг. З одного боку, зростання попиту на соціальні послуги, котре спричинене культурним та інтелектуальним розвитком населення України, з іншого боку – нездатність державного та приватного секторів економіки ефективно забезпечити попит на такі послуги й актуалізували проблему розвитку потенціалу некомерційних організацій. Як показує практика, нині НКО нарівні з приватними та державними підприємствами конкурують у сфері надання соціальних послуг, у сфері охорони здоров'я, науці, освіті, охороні навколишнього середовища, культурі тощо.

Процес глобалізації світових зв'язків створює для НКО можливості виходу на нові ринки, отже, актуалізується проблема забезпечення їх міжнародної конкурентоспроможності. Серед найвагоміших здобутків НКО на міжнародній арені дослідники називають стимулювання реформ з метою вирівнювання рівня життя населення, забезпечення миру в міжнародних конфліктах, сприяння встановленню міждержавних контактів, зниження соціальних витрат економічної конкуренції через зниження соціальної напруженості в суспільстві. Отже, на фоні активізації процесів глобалізації і зростання ролі НКО у формуванні громадянського суспільства питання конкуренції у третьому секторі набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню конкурентних відносин у некомерційному секторі більше уваги приділили зарубіжні вчені. Серед авторів, що займалися цією проблематикою, можна назвати