

## **КОНСЬЮМЕРИЗМ КАК КОНЦЕПЦИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Костевич Маргарита Александровна,**

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова  
(г. Могилёв, Республика Беларусь)

*В настоящей статье рассматривается понятие «консьюмеризм» как социальный институт, отражается его возрождение и становление на международной арене и в Республике Беларусь, как общественное движение, основанное на защите прав потребителей. Отражены основополагающие права в изучаемой сфере в международной практике.*

Большинство организаций в условиях современной рыночной экономики начинает свою деятельность с постановки целей и разработки рыночной стратегии. От того, насколько будет правильно определено указанное, зависит роль организации и ее непосредственное место в рыночной иерархии. Однако данное не предполагает собой отсутствие каких-либо проблем в ходе осуществления деятельности организации. Зачастую встречаемые проблемы обусловлены взаимодействием факторов внутренней и внешней среды.

Так, одно из первостепенных мест в данном круге проблем занимает потребитель, а также взаимоотношение между ним и организацией. В данном случае тесная связь между факторами внешней среды, которые оказывают воздействие на построение бесконфликтной системы «потребитель – производитель», выходит на первый план.

Надобность защиты потребителем своих прав предопределило создание объединений потребителей. Говоря современным языком, организованное движение потребителей в защиту своих прав есть консьюмеризм, которое получило свое название от английского «consumer», что в переводе – потребитель.

Консьюмеризм – это социальный институт, общественное движение, имеющее своей целью создание и приведение в жизнь системы защиты прав потребителей [1].

Выделяют три группы, на которые можно подразделить консьюмеризм:

1) группы, которые в первую очередь ориентируются на потребителей (они делают акцент на заинтересованность в росте сознания потребителей путем донесения до них той либо иной информации, которая в последующем способствует сделать более осознанный выбор);

2) непосредственно Республика Беларусь как отдельное государство, а также органы местной власти, руководствующиеся законодательством нашей страны;

3) бизнес, который при осуществлении своей деятельности направлен на удовлетворение нужд и интересов потребителей в условиях саморегулирования и конкуренции.

Большая часть современных деятелей толкуют консьюмеризм как общественное движение, а также своего рода помощь государственных органов в защите прав потребителей в их отношениях с производителями товаров, работ и услуг.

Ф. Котлер понимает консьюмеризм как организованное движение государственных органов и граждан за расширение влияния и прав покупателей.

Сторонники данного движения рассматривают консьюмеризм как определенную часть экономической эволюции, как своего рода переход от «экономики продавца» к «экономике покупателя».

Консьюмеризм берет свое начало в 60-х годах XX века в Соединенных Штатах Америки.

Данное направление стремительно распространилось по всему миру. В условиях современной глобализации информации денег и рынков за последнюю четверть века он обрел огромные масштабы.

В 1960 году образовалась Международная организация союзов потребителей, которая начала организованно обеспечивать координацию и сотрудничество организаций потребителей разных стран [4].

Так, уже в 1961 году в США впервые были сформированы права потребителей.

На сегодняшний день выделяют семь основополагающих прав потребителей в мировой практике:

1) право на здоровую окружающую среду для жизни и работы в условиях, не угрожающих благополучию нынешнего и будущего поколений;

2) право на удовлетворение основных потребностей (доступ к товарам первой необходимости, достаточное питание, одежду, жилье, здравоохранение, образование, коммунальное хозяйство, водоснабжение и медицинское обслуживание);

3) право на безопасность – право быть защищенным от продуктов, производственных процессов и услуг, опасных для здоровья или жизни;

4) право на получение информации – право знать необходимые факты чтобы сделать осознанный выбор и быть защищенным от нечестной или вводящей в заблуждение рекламы и маркировки;

5) право на выбор – иметь возможность выбора из целого ряда продуктов и услуг, предлагаемых по конкурентоспособным ценам с гарантией удовлетворительного качества;

6) право быть услышанным – право на то, чтобы интересы потребителя учитывались при принятии и осуществлении государственной политики, а также при разработке продуктов и услуг;

7) право на возмещение ущерба – на получение справедливого возмещения ущерба, в том числе компенсацию права за искажение фактов, некачественные товары или неудовлетворительные услуги [2, с. 166].

В большинстве развитых стран появились соответствующие организации по защите прав потребителей. Так, в Республике Беларусь на общественном уровне это Общество по защите прав потребителей, в Российской Федерации такой организацией выступает Роспотребнадзор, в Федеративной Республике Германии – это Союз потребителей рабочего сообщества, в Великобритании – Ассоциация потребителей.

В Республике Беларусь консьюмеризм как движение стал формироваться значительно позднее, чем в странах Европы и США, по мере того, как в нашем государстве развивались рыночные механизмы экономики и повышалось участие страны в международных экономических процессах.

Существует множество споров по вопросу о необходимости государственного регулирования защиты прав потребителей, но мировой опыт показывает, что такое регулирование дает потребителю гарантии от возможного произвола недобросовестного производителя. Однако при этом важно создать эффективно функционирующую систему, исключив предпосылки для диктата и произвола государства над производителем [3, с. 137].

На сегодняшний день в нашей стране основным законодательным актом в сфере консьюмеризма является Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 09 января 2002 года с последующими изменениями и дополнениями. Данный нормативный правовой акт способствует отстаиванию прав потребителей на качество товаров и на качественное выполнение работ и услуг. Помимо данного акта вопросы в этой области регулируют Конституция Республики Беларусь Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях и иные нормативные акты.

Нельзя не отметить положительные моменты, связанные с влиянием консьюмеризма на производство товаров, работ и услуг.

К такому можно отнести следующее:

1) производители товаров, имея повышенный спрос на свою продукцию, имеют постоянный стимул для усовершенствования качества своих товаров;

2) в условиях конкурентного рыночного механизма компании направляют свои способности на разработку более усовершенствованного старого либо неизвестного ранее, нового, современного, качественного продукта;

3) потребитель имеет реальную, действующую защиту от недоброкачественных товаров, работ и услуг.

Таким образом, консьюмеризм выступает преградой, которая реально, а не формально защищает права потребителя. Ведь в современных реалиях данное направление оказывает колоссальное воздействие на белорусский рынок, что подтверждается обязательной сертификацией некоторых товаров, работ и услуг, упрощением доступа к информации о выпускаемых товарах, их производителях, продавцах и иным. Вышеизложенное свидетельствует о том, что потребительский рынок находится под пристальным вниманием государственных органов Республики Беларусь, оставаясь одной из актуальных проблем современности.

#### **Список источников**

1. АИС: Словарь маркетинговых терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://infosystems.ru/library/slovar\\_ais\\_1218/slovar\\_marketin\\_1221.html](http://infosystems.ru/library/slovar_ais_1218/slovar_marketin_1221.html). – Дата доступа: 13.11.19

2. Дьяков, С. А. Консьюмеризм и его основы в России / С. А. Дьяков // Международный научный журнал «Символ науки». – 2016. – № 6. – С. 166–168.

3. Изиев, К. А. Консьюмеризм как концепция защиты прав потребителей в условиях развитой рыночной экономики / К. А. Изиев // Вопросы структуризации экономики : Материалы XIII Международной НПК по маркетингу в Махачкале, 30 марта 2012 г. / Ростовский государственный экономический университет ; редкол.: А. В. Нихере [и др.]. – Махачкала, 2012. – С. 399.

4. Исаев, С. В. Основы консьюмеризма в России [Электронный ресурс] / С. В. Исаев // Консьюмеризм. Теория и практика. – Режим доступа: <http://futureaccess.ru/Medaicenter/biznes-stati/konsiumerizm>. – Дата доступа: 13.11.2019

5. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2002 г., № 90-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.06.2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.