

Министерство образования и науки  
Донецкой Народной Республики

Государственная организация высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»

*На правах рукописи*



**Стадник Александр Сергеевич**

**МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ**

Диссертация  
на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук  
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: маркетинг)



Научный руководитель:  
доктор экономических наук,  
профессор

Малыгина  
Валентина Дмитриевна

Донецк – 2019

## СОДЕЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>4</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ</b>	
1.1 Теоретико-методологические основы регулирования рынка продовольствия в контексте права человека на питание .....	14
1.2 Эволюция права на надлежащее питание в международно-правовой системе .....	36
1.3 Формирование инструментария функционирования рынка продовольствия .....	63
<b>ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1.....</b>	<b>72</b>
<b>ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ</b>	
2.1 Мониторинг состояния продовольственного рынка Донецкой Народной Республики .....	75
2.2 Развитие законодательной базы и института защиты прав потребителей в Донецкой Народной Республике .....	106
2.3 Формирование маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга .....	115
<b>ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>144</b>
<b>ГЛАВА 3. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПТИМИЗАЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ</b>	
3.1 Система механизмов и инструментарное обеспечение функционирования рынка продовольствия .....	147
3.2 Концепция приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга .....	174
3.3 Модель функционирования современного рынка продовольствия ....	178
<b>ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3.....</b>	<b>186</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>189</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</b>	<b>193</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>220</b>
Приложение А	
Акты и справки о внедрении.....	221

Приложение Б	
Минимальный набор продуктов питания для основных социально-демографических групп населения .....	<b>225</b>
Приложение В	
Инфотека потребителя (актуальный перечень нормативных документов) .....	<b>229</b>
Приложение Г	
Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского поведения населения .....	<b>250</b>
Приложение Д	
Анкета по изучению потребительского поведения населения .....	<b>251</b>
Приложение Е	
Результаты распределения ответов респондентов на опрос по изучению потребительского поведения населения .....	<b>255</b>
Приложение Ж	
Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского опыта населения .....	<b>259</b>
Приложение И	
Анкета по изучению потребительского опыта населения .....	<b>262</b>
Приложение К	
Результаты распределения ответов респондентов на опрос по изучению потребительского опыта населения .....	<b>264</b>
Приложение Л	
Результаты распределения ответов респондентов на опрос об их мнении о решении проблемных ситуаций, которые возникают в розничной сети Республики вследствие ненадлежащего отношения к потребителям .....	<b>268</b>

## **Введение**

**Актуальность темы исследования.** В контексте концепции социально-этического маркетинга повышенную актуальность в современных нестабильных условиях всех сфер жизнедеятельности приобретает вопрос функционирования рынка продовольствия, где центральной фигурой выступает потребитель с его конституционными правами на достойное питание, продовольственную безопасность и безопасность продовольствия. По оценкам многих международных институтов, признание продовольственного бесправия населения является важной проблемой многих стран наряду с экологическими, экономическими, военно-политическими кризисными явлениями.

Ключевыми составляющими рыночного механизма являются такие экономические факторы, как цены, конкуренция, спрос, предложение. Однако в последнее время вопросам формирования эффективного механизма функционирования современного рынка продовольствия всё больше внимания уделяется в контексте защиты прав потребителей и права потребителей на достойное питание. Степень научной разработанности проблем формирования эффективного механизма функционирования рынка продовольствия, составляющих предмет исследования, показывает наличие многих нерешённых вопросов теоретико-методологического характера.

**Связь работы с научными программами, планами, темами.** Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ кафедры товароведения и экспертизы продовольственных товаров ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по госбюджетным темам: «Трансформация питания в контексте реализации концепции «Здоровье для всех в XXI столетии» (Д-2017-12 от 01.02.2017 г.), в рамках которой разработаны подходы к моделированию системы функционирования современного рынка продовольствия с ключевым инструментом

«продовольственное право» в контексте тенденций гуманизации общества; «Проблемы идентификации и фальсификации пищевых продуктов» (№ Д-2016-12 от 01.01.2016 г.), в рамках которой с целью повышения потребительской грамотности населения и расширения сферы влияния защиты прав потребителей разработаны научно-методические рекомендации по созданию интернет-портала «Инфотека потребителя» для информирования граждан Донецкой Народной Республики об актуальных нормативных документах, регламентирующих функционирование рынка продовольствия, и предложены способы индикации уровня продовольственного бесправия потребителей.

**Степень разработанности проблемы.** Основу исследования составляют публикации отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблематикой функционирования рынка продовольствия, а также его инструментария. Особый интерес представляют труды таких зарубежных ученых, как С. Афесоргбор, С. Багхери, Л. Баннинг, З. Бауман, Ф. Борсон-Шазот, П. Бурдые, Т. Вилэлмссон, Л. Виссель, Т. Веблен, К. Дж.Врайт, С. Гудман, Р. Долан, Ф. Карон, Д. Кнайтон, Е. Кирстен, Х. Костакис, Х. Лейбенштейн, Дж.А. Нил, К. Прайс, К. Поэльс, Я. Руденбург, Б.Дж. Смит, С. Смит, О. Сомогай, Г. Хауэлл, К. Эртман, М. Экинци, а также отечественных исследователей: Е.М. Азарян, Л.В. Балабановой, Н.Ю. Возияновой, Е.В. Гречишниковой, Г.К. Губерной, А.Н. Ильяшик, А.В. Козинцева, А.А. Колесняк, С.Л. Ластовского, С.В. Лвошина, В.Д. Малыгиной, Е.Д. Маркиной, Л.А. Омельянович, Г.М. Осипова, И. Прилепского, Е.В. Сардак, Я.А. Селиверстова, И.П. Стукановой, А.И. Сутыгиной, П.Ф. Сутыгина, Ю.И. Хан, М.Н. Шевченко, А.С. Шуваракова.

Недостаточная изученность формирования и развития современного рынка продовольствия и инструментального обеспечения механизма его функционирования в контексте прав человека на питание и защиты прав потребителей обусловила выбор темы диссертационной работы, ее цель и задачи.

**Цели и задачи исследования.** Цель диссертационной работы состоит в разработке научно-методологических подходов и обосновании концептуальной модели и механизма функционирования современного рынка продовольствия.

Для решения указанной цели поставлены следующие задачи:

исследовать эмпирический базис и теоретические основы функционирования рынка продовольствия, уточнить понятийный аппарат в контексте права человека на питание и защиты прав потребителей, доказать актуальность категории продовольственного права;

определить составляющие механизма функционирования современного рынка продовольствия;

выявить закономерности развития рынка продовольственных товаров на основе изучения основополагающих положений теории потребительского поведения и разработать модель потребительского поведения;

исследовать эволюцию потребительского права на надлежащее питание, потребительских предпочтений и потребительского бесправия;

провести аналитический мониторинг состояния рынка продовольствия, проанализировать нарушения прав потребителей и выявить уровень потребительского доверия к рынку продовольствия Донецкой Народной Республики;

обосновать принципы становления и развития права потребителей на достойное питание и защиту прав потребителей в условиях актуализации потребительского образования;

выявить макро- и микромаркетинговые связи и взаимодействия потребительского поведения, потребительского опыта, потребительских практик потребительского отклика, потребительских споров, потребительского доверия и продовольственного права;

обосновать выбор маркетингового инструментария и сформировать механизм функционирования современного рынка продовольствия на основе концепции маркетинга;

разработать и обосновать концепцию продовольственного права как наиболее действенного инструмента развития рынка продовольствия и представить научно-практические рекомендации по её реализации в условиях современной социально-экономической ситуации («Инфотека потребителя», методика оценки потребительского бесправия);

разработать модель функционирования современного рынка продовольствия, основанную на механизме взаимосвязи системы инструментального обеспечения с приоритетом продовольственного права.

**Объектом исследования** является процесс функционирования рынка продовольствия в современных социально-экономических условиях.

**Предмет исследования** – научно-методические основы, закономерности, принципы, инструментарий формирования механизма функционирования современного рынка продовольствия.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) п. 9.7 – Методы и технологии проведения маркетинговых исследований; п. 9.12 – Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге; п. 9.21 – Социально-этический маркетинг в повышении социальной ответственности бизнеса.

**Научная новизна полученных результатов** заключается в комплексном решении задачи по формированию научно-методических положений и направлений развития рынка продовольствия на основе предложенного инструментария. К основным научным результатам выполненного исследования относятся следующие:

*усовершенствованы:*

научно-методологические подходы к оценке функционирования рынка продовольствия с использованием маркетинговых технологий, а именно: на основании изученных основополагающих положений теории потребительского поведения, потребительской практики, потребительского

опыта, потребительского доверия с акцентом на защиту прав потребителей предложено выделить продовольственное право, как основной инструмент функционирования современного рынка продовольствия;

система показателей и целевых ориентиров эффективности функционирования рынка продовольствия (разработан индекс Клиренса), отличающаяся от существующих тем, что на основании исследования эволюции потребительского права на надлежащее питание и потребительского бесправия уточнены социально-экономические приоритеты и потребительские предпочтения с последующей адаптацией существующих маркетинговых технологий к приоритетам современного общества, что подтверждает актуализацию гуманизации общества и согласуется с международно-правовой системой защиты прав потребителей;

составляющие механизма функционирования рынка продовольствия с выделением как приоритетной и наиболее значимой продовольственного права, что позволит усилить общепризнанную социальную составляющую;

научно-методические подходы к аналитическому мониторингу состояния продовольственного рынка Донецкой Народной Республики с акцентом на анализ нарушений прав потребителей в контексте их защиты и фактов фальсификации продуктов питания, что даст возможность привлечь внимание к уровню потребительского бесправия и продовольственного права;

макро- и микромаркетинговые связи и взаимодействия потребительского поведения, потребительского опыта, потребительских практик, потребительского отклика, потребительских споров, потребительского доверия и продовольственного права, что станет основой для создания модели эффективного функционирования современного рынка продовольствия;

*получили дальнейшее развитие:*

сущность и экономическое содержание дефиниций «потребительское поведение», «потребительские практики», «потребительский опыт»

«потребительские споры», «потребительский отклик», «потребительское доверие» и «продовольственное право», отличительной чертой которых является введение в научный оборот категории «потребительская Инфотека», основанной на базовых положениях теории права человека на питание, что в контексте развития института защиты прав потребителей выступает взаимно согласованным инструментарным обеспечением механизма эффективного функционирования современного рынка продовольствия;

концепция приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга, что является новым для современного отечественного потребительского рынка подходом, базирующимся на международно-правовых нормах защиты прав потребителей;

концепция продовольственного права как наиболее действенного инструмента механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях приоритетности гуманизации общества, что является элементом совершенствования инструментария развития современного рынка продовольствия;

концептуальная модель функционирования современного рынка продовольствия, основанная на сформированном механизме взаимосвязи элементов системы инструментарного обеспечения с выделением продовольственного права ключевым инструментом, что позволит отслеживать потребительский опыт, потребительский отклик и уровень потребительского доверия к институту защиты прав потребителей.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Теоретическое значение полученных результатов заключается в обосновании использования научно-методических подходов к разработке механизма эффективного функционирования современного рынка продовольствия.

Основные научные положения диссертационной работы доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов;

главные выводы и предложения, полученные в результате исследования, могут быть использованы предприятиями пищевой индустрии и оптово-розничной торговли на уровне региона, что подтверждено актами и справками внедрения:

способы индикации уровня продовольственного бесправия потребителей при проведении мониторинга рынка продовольствия на основании расчета индекса Клиренса, что позволит добиться оптимальности функционирования современного рынка продовольствия (ООО «Издательский дом «Деловой Донбасс», справка о внедрении № 01-20 от 20.02.2017 г.);

научно-методические рекомендации по созданию интернет-портала «Инфотека потребителя» для информирования граждан Донецкой Народной Республики об актуальных нормативных документах, регламентирующих функционирование рынка продовольствия (Инспекция по защите прав потребителей ДНР, акт о внедрении 01-29/1107 от 16.10.2018 г.);

научно-методические рекомендации по усовершенствованию системы управления качеством и безопасностью продовольственных товаров (ООО «Торгово-инвестиционная компания «Ресурс»», акт о внедрении № 10/5 от 16.10.2018 г.);

моделирование системы функционирования современного рынка продовольствия с ключевым инструментом «продовольственное право» в контексте тенденций гуманизации общества (ООО «Галета», справка о внедрении № 3/08 от 26.09.2018 г.);

Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Товароведные аспекты маркетинга», «Нормативное обеспечение производства и транспортирования продовольственных товаров», «Маркетинговые исследования» (справка о внедрении от 15.10.2018 г.).

**Методология и методы исследования.** Теоретической и методической основой диссертационной работы являются фундаментальные положения экономической теории и теории потребления, научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития рынка продовольствия; информационные материалы статистических, справочных, периодических изданий; ресурсы Internet; отчетность исследуемых предприятий; материалы научных и научно-практических конференций.

В процессе исследования для решения поставленных задач использовались следующие методы: анализа и синтеза – для обоснования дефиниции «продовольственное право» и разработки практических рекомендаций по формированию и развитию современного рынка продовольствия на основе реализации концепции продовольственного права как наиболее действенного инструмента развития рынка продовольствия в условиях современной социально-экономической обстановки; графический – при построении диаграмм; табличный – для представления расчетов и конкретных результатов исследования; факторного анализа (балансовый метод) – для анализа факторов, влияющих на изменение структуры и динамики социально-экономических показателей предприятий Республики; корреляционно-регрессионного анализа – для изучения взаимосвязи социально-экономических показателей предприятий Республики.

**Положения, выносимые на защиту.** По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения, содержащие элементы новизны:

научно-методологические подходы к оценке функционирования и развития рынка продовольствия в контексте права на питание и защиты прав потребителей;

система показателей и целевых ориентиров эффективности функционирования рынка продовольствия в условиях гуманистических идей общества и его социально-экономических приоритетов;

составляющие механизма функционирования рынка продовольствия с выделением как приоритетной и наиболее значимой продовольственного права;

научно-методические подходы к аналитическому мониторингу рынка продовольствия Донецкой Народной Республики с акцентом на качество обслуживания потребителей и защиту их прав;

макро- и микромаркетинговые связи и взаимодействия потребительского поведения, потребительского опыта, потребительского отклика, потребительских практик, потребительских споров и продовольственного права;

сущность и экономическое содержание дефиниций «потребительское поведение», «потребительские практики», «потребительский опыт» «потребительские споры», «потребительский отклик», «потребительское доверие» и «продовольственное право»;

концепция приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга;

концепция продовольственного права как наиболее действенного инструмента механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях приоритетности гуманизации общества;

концептуальная модель функционирования современного рынка продовольствия.

**Степень достоверности и апробация результатов.** Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, в диссертации использованы только те идеи и положения, которые являются результатами собственной работы соискателя.

Основные положения и результаты диссертационной работы докладывались и получили одобрение на 7 научно-практических конференциях различного уровня в ДНР и за ее пределами, в том числе на 5 международных: «Стратегия предприятия в контексте повышения его

конкурентоспособности» (г. Донецк 2016 г.); «Маркетинг в третьем тысячелетии» (г. Донецк, 2016 г.); «Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития» (г. Алчевск, 2017, 2018 гг.); «Маркетинг-Дайджест» (г. Донецк, 2018 г.); «Товароведение и квалиметрия» (г. Донецк, 2016, 2018 гг.).

**Публикации.** Основные положения диссертационной работы опубликованы в 13 научных трудах, в том числе 6 статей в рецензируемых научных изданиях (ВАК) объемом 3,12 печ.л.; 1 в рецензируемых изданиях объемом 0,44 печ.л.; 7 тезисов докладов объемом 1,19 печ.л. Общий объем публикаций составляет 4,31 печ.л.

**Структура диссертационной работы.** Диссертационная работа состоит из введения, трех глав и девяти параграфов, заключения, списка использованных источников (212 наименований) и приложений (объемом 52 страницы).

## ГЛАВА 1.

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

#### 1.1. Теоретико-методологические основы регулирования рынка продовольствия в контексте права человека на питание

Сферой государственных стратегических интересов любой национальной экономики, требующей постоянного особого внимания и защиты, является сектор продовольственного обеспечения – агропродовольственный комплекс и рынок продовольствия. Важной его составляющей всегда остаётся сегмент базовых продуктов, продуктов повседневного спроса, представляющих основу потребительской корзины (хлеб, молоко и т.д.).

В силу сложившейся кризисной ситуации в мире в области продовольственной безопасности и права, назрела необходимость разрешения проблемы обеспечения качественными и безопасными продуктами питания в достаточном количестве всех слоёв населения стран мира [1-3].

Данная проблема должна рассматриваться неотрывно в комплексе с другими острыми кризисными обстоятельствами, возникшими в результате жизнедеятельности человека. К ним относятся экономический, экологический и военно-политический кризисы [4-6].

В этой связи центральную роль обретают правозащитные организации, призванные защищать права потребителей, придерживаясь основополагающих принципов, задекларированных Генассамблеей ООН [7-9].

В основу исследования вошли труды следующих учёных: Стукановой И.П., Боткина О.И., Сутыгиной А.И., Сутыгина П.Ф., Минтусова В.К., Маркиной Е.Д., Шуваракова А.С.

Стуканова И.П. [10] рассматривает проблему необходимости регулирования потребительского рынка продовольствия, причём, ею предложены границы степени вмешательства государственных структурных механизмов в рыночные процессы, протекающие между производителями, торгующими организациями и конечными потребителями. Основные акценты автор ставит на необходимости обретения продовольственной независимости отечественного рынка продовольствия от импорта, противостояния внешней экспансии, поддержания высокого уровня жизни населения в рамках сохранения и развития нации. Боткин О.И., Сутыгина А.И., Сутыгин П.Ф. [11] обращают внимание на конкуренцию, сложившуюся на мировом продовольственном рынке и причины возникновения конфликтов между участниками международного рынка продовольствия. Минтусов В.К. в своих исследованиях [12] выявил факторы, способствующие обострению проблемы продовольственной безопасности, среди которых отметил неустойчивость рынка энергоносителей, динамическое развитие экономик ряда развивающихся стран и глобальный финансово-экономический кризис. Обращают на себя внимание исследования Маркиной Е.Д. [13], в которых автор актуализирует проблему необходимости регулирования потребительского рынка продовольствия в контексте развития российского и мирового рынков продовольствия в условиях экономических санкций, введенных странами ЕС и США против России. Затрагивая гуманистический аспект, автор как следствие подобных действий говорит о нарушении социальных и экономических прав человека, и для позитивного решения проблемы автор предлагает путь экономического развития рынка продовольствия путём решения проблем импортозамещения и повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Шувараков А.С. в своих трудах [14] исследуя вопросы взаимодействия государственных и общественных организаций, направленных на защиту прав потребителей, рассматривает роль органов местного самоуправления в формировании потребительского права.

Вхождение в новую эпоху высокотехнологического развития делает человечество заложником проблем планетарного масштаба. Среди них нарушение прав человека в области продовольственной безопасности, безопасности продовольствия и продовольственного права, что является фундаментальной основой развития и устойчивого функционирования любого государства мира. В 2004 году членами ФАО (продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединённых Наций) задекларировано продовольственное право, как право на доступ к достаточному, качественному и безопасному питанию [15]. Однако, регулярное нарушение прав потребителей (нехватка питания в развивающихся и экономически слаборазвитых странах, реализация, контрафактных, некачественных и небезопасных продуктов питания, информационный обман, фальсификация) приводит к возникновению демографических проблем, вспышкам опасных заболеваний, что неоднократно озвучивалось на регулярно проводимых международных форумах, конференциях.

Проблемы продовольственной безопасности, продовольственного права и защиты прав потребителей являются предметом обсуждения специальных сессий Генеральной Ассамблеи Организации Объединённых Наций. Последняя 71 сессия состоялась 20 сентября в Нью-Йорке под названием «Десятилетие действий ООН по проблемам питания: Работа вместе над реализацией решений Международной конференции по питанию (МКП-2)», инициатором которого выступила Российская Федерация [16]. По результатам проведенного мероприятия представители международных организаций, правительств государств-членов ООН и другие участники выявили ряд проблем, связанных с неправильным питанием населения. С одной стороны, недоедание в экономически слаборазвитых государствах

увеличивает детскую смертность, подавляет когнитивное развитие и школьную успеваемость. Эти факторы снижают производительность труда и усиливают демографическую проблему. С другой стороны, в странах ЕС и США население испытывают трудности с избыточным весом. Ожирение приводит к диабету 2 типа и заболеваниям сердечно-сосудистой системы. В связи с этим, в Целях устойчивого развития и решений МКП-2 избрана стратегия разрешения проблем голода, скорейшего разрешения задач, связанных с неполноценным питанием [17-19].

Сюда отнесено недоедание, ожирение, нехватка важнейших макро- и микроэлементов в рационе питания, а также обеспечение безопасности и качества пищевых продуктов.

Помимо прочего существует и другая глобальная проблема. Новый виток политических взаимоотношений стран ЕС, США и Российской Федерации, введение санкций и контр санкций, приведшие к ограниченности доступа продуктов питания на привычные рынки сбыта, сделали заложниками ситуации миллионы потребителей и товаропроизводителей [20-22].

Вышеперечисленные факты свидетельствуют об актуальности поднятой проблемы продовольственного права, о необходимости глубокого изучения роли международных правозащитных организаций в разрешении продовольственных проблем, участия их в консолидации мирового сообщества, повышении юридической грамотности населения.

Человечество всегда было пронизано экономическими, финансовыми и другими связями, в настоящее время в период информатизации общества особенно ощущается его место в огромной суперсистеме. Все экономические явления на планете взаимозависимы и подвержены процессу глобализации – процессу концентрации управления производительными силами человечества. Принятие каких-либо решений того или иного государства в одностороннем порядке находит своё положительное или отрицательное отражение на других государствах. Этот процесс объективен, и ему

воспрепятствовать невозможно. Однако он носит субъективный характер, то есть управляется в том или ином направлении. Малейшее колебание цен на сырьё или энергоносители, изменение конъюнктуры рынка или внешней среды влечёт за собой нарушение, и без того, шаткого равновесия. К сожалению, именно отсутствие консолидации общества в процессе глобализации и столкновение интересов клановых корпоративных группировок привели к появлению экологического, экономического и военно-политического кризиса [23-25].

Возвращаясь к научным исследованиям Маркиной Е.Д. [26], следует отметить, что автор считает неприемлемой практику применения экономических санкций против тех или иных стран в рамках достижения необходимого эффекта, и в цивилизованном мире это не допустимо. И, в конечном счёте, подобные решения сказываются не только на экономической устойчивости производителей и посреднических организаций, но и на потребителях, в связи с ажиотажным спросом, а вследствие этого и ростом цен на отдельные группы продовольственных товаров. Безусловно, данная ситуация имеет в себе политическую подоплёку, и для её разрешения правозащитникам предстоит применить незаурядные способности, так как на лицо выявлен факт нарушения социальных, экономических и других прав человека [26].

По последним данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединённых Наций ФАО, несмотря на достижения человечества в области науки и техники, от хронического голода страдают 805 млн. человек, 161 млн. из которых дети, не достигшие пятилетнего возраста [27].

В мире существует ряд международных организаций, отстаивающих права потребителей в области безопасного и качественного питания (табл. 1).

Таблица 1 – Организации в области защиты прав потребителей и их функции

№	Правозащитные организации	Основные направления
1	Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (ФАО)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие борьбе с голодом, отсутствием продовольственной безопасности и недоеданием;</li> <li>- повышение продуктивности и устойчивости сельского, лесного и рыбного хозяйства;</li> <li>- сокращение масштабов нищеты в сельских районах;</li> <li>- обеспечение инклюзивности и эффективности агропродовольственных систем;</li> <li>- повышение устойчивости средств к существованию перед угрозами и кризисами [6, 8]</li> </ul>
2	Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участие и реализация программ в области здравоохранения совместно с правительствами государств;</li> <li>- контроль качества и безопасности питания;</li> <li>- участие в стандартизации здравоохранения;</li> <li>- предоставление консультаций в области здравоохранения [9];</li> </ul>
3	Всемирный Союз потребителей «Consumers International»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- защита потребителей от фактора риска, влияющих на их здоровье и безопасность;</li> <li>- содействие соблюдению экономических интересов потребителей и защита этих интересов;</li> <li>- соблюдение доступа потребителей к соответствующей информации при выборе продуктов питания;</li> <li>- доведение до сведения потребителей об экологических, экономических, социальных последствиях с учётом их потребительских предпочтений;</li> <li>- содействие внедрению приемлемых моделей потребления (пропаганда здорового питания) [10]</li> </ul>
4	Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие экономическому и социальному росту населения;</li> <li>- нахождение способов разрешения экономических и социальных проблем населения;</li> <li>- содействие соблюдению всеобщих прав и свобод человека [12, 13]</li> </ul>
5	Международный фонд сельскохозяйственного развития (МФСР)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- создание финансовых ресурсов с целью наращивания объёмов производства продовольствия;</li> <li>- ликвидация сельской бедности в развивающихся странах [14]</li> </ul>
6	Международная организация по	<ul style="list-style-type: none"> <li>- гарантия безопасности и качества продуктов питания на производствах, использующих внедрение</li> </ul>

№	Правозащитные организации	Основные направления
	стандартизации (ISO)	международных стандартов ISO; - снижение цен на продовольствие путём минимизации отходов и увеличения производительности; - снятие барьеров для справедливой и равноправной торговли на международном уровне [15]
7	Международный Валютный Фонд (МВФ)	- мониторинг экономической политики стран мира с целью недопущения экономических кризисов; - оказание финансовой помощи и реализация программы стабилизации развивающимся странам для преодоления экономических трудностей; - проведение эффективной политики в сфере кредитно-финансовой и курсовой политики, налоговой системы, надзор за банковской системой стран мира [16]

Вышеперечисленными организациями осуществлён неоценимый вклад в преодолении продовольственного кризиса и защиты в области прав потребителей. Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединённых Наций (ФАО) ежемесячно проводится сессии [28-30], закрепляемые проектами решений и перечнем рекомендаций в различных областях деятельности, касающихся продовольственной безопасности, таких как рыбное и лесное хозяйство, сельскохозяйственная деятельность и т.д. Основная цель данной организации является искоренение голода во всех странах мира посредством реализации «Декларации тысячелетия», принятой резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи от 8 сентября 2000 года [31]. В этом документе закреплён ряд основополагающих принципов, среди которых верховенство права, свобода, терпимость и равенство, искоренение нищеты и оказание помощи экономически бедным слоям населения. Главными задачами ФАО являются поддержание продовольственной безопасности, когда все люди в любое время имеют физический, социальный и экономический доступ к достаточной, безопасной и питательной пище. Продукты питания должны отвечать вкусовым предпочтениям потребителей, стимулировать активное и здоровое развитие [15, 27].

В уставе Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) от 22 июля 1946 года здоровье определяется не только отсутствием болезней и физических недостатков, но и состоянием полного физического, душевного и социального благополучия, а обладание наивысшим уровнем здоровья является неотъемлемым правом каждого человека. В уставе прослеживается ответственность правительства и других государственных лиц каждой страны за здоровое развитие народов и наций, охрану окружающей среды, возможность пользоваться достижениями медицины [32].

Среди международных правозащитных организаций наиболее эффективной в осуществлении защиты прав потребителей в области продовольственного права, по мнению авторов (см. таблицу), считается Всемирный Союз потребителей «Consumers International», в основе деятельности которого лежит содействие странам в обеспечении защиты интересов населения (потребителей); способствование созданию структур, удовлетворяющих интересы потребителей; поощрение строгого соблюдения этических норм товаропроизводителей; расширение международного сотрудничества и другие виды деятельности, улучшающие условия в области защиты интересов потребителей [33]. Во главе угла деятельности данной организации находятся потребители, и её основополагающими принципами, свидетельствующими о приоритетности объекта её деятельности – потребителя, являются:

- защита потребителей от факторов риска, оказывающих негативное воздействие на здоровье и безопасность;
- исключение и недопущение к реализации на рынке некачественных либо небезопасных продовольственных товаров;
- защита экономических интересов потребителей;
- доступ к полной достоверной информации в соответствии с индивидуальными потребностями потребителей;
- просвещение потребителей об их правах, о полномочиях правозащитных организаций;

- удовлетворение жалоб потребителей, имея для этого набор эффективного инструментария (решение споров между потребителями и торгующими организациями в судебном и досудебном порядке, представительство потребителей, размещение жалоб потребителей в публикациях правозащитных организаций и других источниках средств массовых информации и т.д.);

- пропаганда здорового питания среди населения [33].

Отдельно стоит отметить роль Consumers International в просвещении потребителей относительно здорового питания и защиты своих собственных интересов. Довольно часто случается так, что неграмотность потребителей в этих вопросах приводит к негативным последствиям. Например, не обратив внимания на дату изготовления, состояние упаковки или на состав того или иного продукта питания, потребитель может оказаться обманутым недобросовестным товаропроизводителем или посреднической торговой организацией, что может повлечь за собой проблему подвергнуть опасности своё здоровье либо здоровье своей семьи. Часто, оказавшись в такой ситуации, потребитель растеряется и не знает, как ему действовать дальше.

Поэтому реализация задач просвещения потребителей в сфере продовольственного права и защиты своих прав представляется очень важным, и с этой целью Consumers International в различных странах организует определённые мероприятия [34-36].

Примером такого является проведение ежегодного Всемирного праздника защиты прав потребителей; проведение уличных рекламных мероприятий, выставок, симпозиумов, конкурсов знаний; просвещение в виде образовательных программ в школах, детских садах, торговых центрах, правительственных учреждениях; тестирование потребительских товаров, результаты которых ежемесячно публикуется для широкого круга потребителей и другие виды просветительских мероприятий.

Международная организация Consumers International имеет свои филиалы во всех странах мира. Наибольшее количество зарегистрированных правозащитников находится в странах Европы и Тихоокеанского региона.

В Китае ведущую роль в реализации продовольственного права играют Китайская ассоциация потребителей (ССА), Китайский фонд потребителей в Тайбей (CFCT) и совет потребителей Гонконга (САС). Помимо защиты интересов потребителей, одним из основных направлений деятельности её является развитие потребительской активности, содействие здоровой окружающей среды и высокой информатизации потребителей в сфере потребительского движения [37-39].

Представителями Франции являются Федерация потребителей Que Choisir (что выбрать), а также потребители жилищного хозяйства и окружающей среды. Данные организации в деятельности защиты интересов потребителей руководствуются принципами независимости, демократии и солидарности. В Германии таковой организацией является потребительский центр Германии (VZBV). Её цель состоит в защите и расширении возможностей потребителей путём лоббирования интересов потребителей на национальном и европейском уровнях [40-42].

В России вопросами потребительского движения занимается Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП) и Роспотребнадзор. В частности, Роспотребнадзор имеет серьёзную практику разрешения судебных споров между потребителями и торгующими организациями. Двумя основными правозащитными организациями США являются Союз потребителей (CR) и Американский совет по защите интересов потребителей (АТПП). Основная миссия состоит в создании благоприятных, справедливых условий потребителей на рынке, а также работа в области здорового питания и защиты окружающей среды [43].

Необходимостью реализации продовольственного права в ДНР озабочены такие организации как Общественное Движение (ОД) «Донецкая Республика» Народный контроль и организация по защите прав

потребителей ДНР. В частности, ОД «Донецкая Республика» посредством контроля торгующих организаций удалось существенно снизить показатель нарушений, связанных с обманом потребителей.

Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС) учреждённый ООН в 1945 году, обеспечивает связь с различными структурными подразделениями ООН, ежегодно избирает актуальную тему, имеющую глобальное значение в реализации устойчивого развития. Основными направлениями его деятельности является устойчивое развитие в сфере социального, экономического и экологического благосостояния [44].

В одной из своих публикаций под названием «Реинжиниринг институтов сотрудничества в области устойчивого развития на 2030 год» Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС) указывает на то, что наблюдается резкое сокращение бедности за последние 15 лет [45]. Несмотря на эти значительные достижения, остается ряд незавершенных и возникающих проблем для реализации устойчивого развития народонаселения к 2030 году. К ним относятся, в частности, крайняя нищета, экономическое неравенство населения внутри стран, стихийные бедствия, деградация окружающей среды, неустойчивые модели потребления и производства, изменение климата в мировой финансовой системе, а также другие вопросы, связанные с неэффективным управлением. Преодолением ряда перечисленных трудностей ЭКОСОС видит во внедрении своих программ в политику национальных государств, в усилении национального сотрудничества с ЭКОСОС в области устойчивого развития благосостояния народонаселения, в мобилизации широких институциональных реформ (например, в финансировании экономически незащищенных слоёв населения) [44]. Полем деятельности Экономического и Социального Совета являются все страны – члены Организации Объединенных Наций.

Немаловажную роль в реализации продовольственного права играет такая международная организация как Международный фонд сельскохозяйственного развития (МФСР), основанная в 1977 году и

являющаяся структурным подразделением ООН. Среди Основных задач фонда следует выделить мобилизацию ресурсов с целью устранения бедности в сельских районах развивающихся стран, противодействие нищете в странах северной Африки, Ближнего Востока, густонаселённых стран Азии и других проблемных регионах планеты, где продовольственное право практически отсутствует. По данным МФСР [46] 75% жителей сельских районов страдают от хронического недоедания и голода, большинство из которых женщины и представители коренных народов.

Интерес в плане участия в решении проблем продовольственного права представляет международная организация по стандартизации (ISO), которая занимается разработкой международных стандартов не только на продукты питания, но и на технологию их производства, требования к персоналу и т.д. Стандартизация ISO носит добровольный характер, но предприятия, использующие ISO в сфере своей деятельности, имеют ряд преимуществ, а потребители гарантировано получают экологически безопасные и качественные продукты питания. К сожалению, далеко не во всех странах используется полезная практика применения стандартов ISO в силу высокого уровня требований данной международной организации к сырью, изготовлению, логистике, перевозке, маркировке, упаковке и хранению [47]. Но поскольку продукты питания регулярно пересекают национальные границы, то назрела необходимость государственного участия в процессах стимулирования стандартизации всех производителей продовольственных товаров, что, несомненно, улучшит состояние продовольственного права во многих странах. Вопрос заключается лишь в финансировании столь масштабных проектов, немаловажную роль в которой играет Международный Валютный Фонд (МВФ), занимающийся вопросами международной финансовой стабильности и совершенствования кредитно-финансовой системы.

МВФ предлагает государствам-членам пакет антикризисных решений в сфере экономики и кредитно-финансовой системы, способствует

преодолению финансовых кризисов посредством реализаций кредитных программ с учётом выполнения ряда требований в реализации реформ. Далее осуществляется мониторинг выполняемых требований и принимается решение дальнейшего финансирования с целью стабилизации экономического состояния той или иной страны. По мнению авторов [48], МВФ обладает эффективным инструментарием реализации продовольственного права во многих развивающихся странах, но пользуется им не в достаточной мере, делая основной упор на политические, и экономические преобразования.

Факты, связанные с нарушениями прав потребителей в недостаточной мере, освещаются в средствах массовой информации, что также влечёт за собой снижение потребительской грамотности.

Помимо всего прочего, наблюдается слабая координация международных организаций между собой, а также степень влияния на органы власти национальных государств в вопросах реализации продовольственного права в развивающихся странах. Международными правозащитными организациями задекларировано множество программ по стабилизации ситуации в странах со слабым экономическим развитием. Однако, как видно из докладов тех же правозащитников, ситуация остаётся достаточно острой [174].

Исследование роли правозащитных организаций в реализации продовольственного права показало необходимость усовершенствования взаимодействия правозащитных организаций различных стран между собой и участие международных организаций в реализации смежных проектов.

Что же касается правозащитников Донецкой Народной Республики, несмотря на то, что их деятельность находится на стадии своего становления, результаты оказались достаточно высокими. Помимо снижения показателей нарушений в адрес потребителей, постоянно осуществляется координация с государственными структурами, освещается активность правозащитников в

средствах массовой информации, повышая тем самым юридическую грамотность населения в области продовольственного права.

Наряду с другими вызовами человечество столкнулось еще с одной немаловажной проблемой реализации продовольственного права, как одного из основополагающих прав человечества, а скорее, отсутствием решения проблемы как таковой. Регулярное нарушение прав потребителей - от нехватки питания в развивающихся и экономически слаборазвитых странах до недостаточного обеспечения качественными и безопасными продуктами питания всех слоёв населения стран мира, реализации контрафактных продуктов питания, информационного обмана, фальсификации – приводит к вспышкам опасных заболеваний, возникновению демографических проблем [175-177].

В этой связи важным является защита права потребителей через реализацию основополагающих принципов, задекларированных Генассамблеей ООН, где центральную роль призваны играть правозащитные организации [49-51].

Анализ деятельности существующих международных организаций, имеющих непосредственное отношение к реализации продовольственного права, позволил выявить, что наиболее эффективной из них является «Consumers International» (CI), имеющая свои отделы и филиалы по всему миру [52-54].

Однако, усилий Всемирной организации по защите прав потребителей недостаточно. Решение проблемы реализации продовольственного права требует комплексного подхода всех международных организаций по созданию совместных проектов решений.

Особое внимание принадлежит необходимости усиления роли международного движения в области защиты прав потребителей в принятии управленческих решений в каждой стране. Необходимым условием при этом является выработка ряда практических мер по оказанию воздействия на органы государственной власти по введению реформ, касающихся решения

проблемы продовольственной безопасности. Социально значимой проблемой является повышение юридической грамотности потребителей посредством освещения работы правозащитников и получения их результатов в средствах массовой информации.

Следует подчеркнуть, что продовольственное право нормируется основополагающими принципами организаций по защите прав потребителей, и соотносится с нормативно–правовой базой в области продовольственной безопасности, токсикологической, химической, микробиологической, биологической, физиологической, экологической и другими видами безопасности, представляющими угрозу жизни и здоровью человека [178-183].

По праву считается, что понятие «продовольственное право» берёт своё начало с зарождения консьюмеризма (общественное движение, направленное на защиту прав потребителя), родоначальником которого является событие, произошедшее в Конгрессе США, а именно: 15 Марта 1962 года президент США Джон Кеннеди впервые затронул права потребителей, выделив 6 основополагающих принципов:

- право на информацию (каждый потребитель имеет право на достоверную исчерпывающую информацию, как о товаре, так и производителе);
- право на безопасность (в контексте продовольственного права это право на безопасное и качественное питание);
- право на выбор (в условиях рыночной экономики продукты питания должны быть представлены от разных производителей, а потребитель имеет право на их свободное приобретение);
- право быть услышанным (никто не имеет полномочий лишить права голоса потребителя при разрешении спорных моментов);
- право на возмещение ущерба (потребитель имеет право отстаивать свои интересы в суде, а при условии разрешения конфликта в сторону потребителя, последний вправе требовать возмещения ущерба);

– право на качественное потребительское образование (наряду с всеобщей доступностью к информации, данное право имеет особое значение в повышении уровня образованности потребителей) [55-57].

В последствие была основана Всемирная организация Союзов потребителей (Consumers International), которой было внесено дополнительно еще 2 пункта к основополагающим принципам:

– право на удовлетворение базовых потребностей (потребитель имеет право на удовлетворение демографически обусловленных потребностей, среди которых приоритетным является потребность в пропитании);

– право на здоровую окружающую среду (производители и торгующие организации не должны своей деятельностью причинять вред окружающей среде) [58-60].

Начиная с 1962 года ежегодно 15 марта отмечается как Всемирный день защиты прав потребителей с 1983 года, а 9 апреля 1985 года Генассамблей ООН установлены «Руководящие принципы по защите интересов потребителей», призванные способствовать обеспечению национальными государствами всего мира защиту прав потребителей в рамках своей страны. Принятые руководящие принципы по защите интересов потребителей включают в себя:

– защиту потребителей от фактора риска, влияющих на их здоровье и безопасность (анализ, диагностика, устранение и недопущение в дальнейшем выявленных рисков, угрожающих здоровью и жизни потребителя);

– содействие соблюдению экономических интересов потребителей и защита этих интересов (экономическое стабильность потребителей является существенным фактором при удовлетворении своих базовых потребностей);

– доступ потребителей к соответствующей информации при выборе продуктов питания с учётом индивидуальных запросов (нанесение на маркировке необходимой информации в условиях персонализированного питания, соблюдения диет и т.д.);

– доведение до сведения потребителей об экологических, экономических, социальных последствиях с учётом их потребительских предпочтений;

– наличие эффективного инструментария в виде государственных и общественных организаций для удовлетворения претензий потребителя;

– право основывать потребительские и другие общественные организации, защищающие интересы потребителей;

– содействие внедрению приемлемых моделей потребления (пропаганда здорового питания).

Интерес представляет развитие международного потребительского движения, в рамках которого, начиная с 2008 года, Всемирный день потребителя отмечается под определённым девизом, как правило, отражающим самые острые проблемы, стоящие перед правозащитными организациями и потребителями всех стран (табл. 2).

Первый девиз 2008 года был сформулирован так: «Поколение нездорового питания – кампания по борьбе с распространением нездорового питания среди детей». В результате, в этом году был принят регламент на молоко и молочную продукцию.

Таблица 2 - Девиз и акценты Всемирного дня потребителя 2008-2019 гг.

Год	Девиз	Цель	Результат
2008	«Поколение нездорового питания – кампания по борьбе с распространением нездорового питания среди детей»		Принят «молочный регламент» ТР ТС 033/2013
2009	«Потребитель! Знай, свои права!»	Повышение юридической грамотности потребителей	Пропаганда принципа «право на потребительское образование»
2010	«Наши деньги. Наши права»	Показать миру и подтвердить обеспокоенность мирового потребительского сообщества состоянием	Международная Федерация потребительских организаций убедила лидеров «большой

Год	Девиз	Цель	Результат
		дел в сфере финансов, поддерживаемых товарооборот.	двадцатки» (G20) исследовать причины финансового кризиса
2011	«Потребители за честные финансовые услуги»	Продолжение линии прошлого года - неразрешенные проблемы в сфере финансов	Исследования причин финансового кризиса продолжаются
2012	«Наши деньги, наши права: кампании за правильный выбор на рынке финансовых услуг»	Вскрыть факты недобросовестности заключения кредитных договоров кредитно-финансовыми организациями с потребителями.	Защита прав потребителей от недобросовестных кредитно-финансовых организаций согласно закону «О защите прав потребителей»
2013	«Потребительское правосудие сегодня»	Разрешение конфликтных ситуаций потребителей с предпринимателями и производителями	Приоритетное направление работы правозащитных организаций - судебная практика защиты прав потребителей
2014	«Укрепим наши телефонные права! Справедливость для мобильных потребителей!»	Акцент - на защите прав потребителей услуг мобильной связи	Поддержка перспективного и стремительно развивающегося сегмента рынка (число пользователей мобильных услуг приблизилось к 7 млрд человек)
2015	«Уделите внимание правам потребителей на здоровое питание»	Указать на нарушение одного из фундаментальных принципов Всемирной организации Союзов прав потребителей - «право на безопасность»	Защита принципа права потребителя - «право на безопасность»
2016	«Исключить антибиотики из меню»	Организовать мероприятия против использования в производстве продуктов питания, антибиотиков	Ограничение применения антибиотиков в пищевой индустрии (фактора ослабления иммунитета потребителей)
2017	«За создание цифрового мира, которому могут доверять потребители»  «Обеспечить потребителю	Организовать полномасштабный доступ к информации о производителях и торгующих предприятиях  Развитие сети интернет, мобильной связи и	Повышение информированности потребителей, избежание обманных действий производителей, повышение имиджа и

Год	Девиз	Цель	Результат
	<p>максимальный доступ к информации о продуктах питания и их производителях»</p> <p><b>«Building a digital world consumers can trust»</b></p> <p>в 2017 году девиз дня потребителей - «Потребительские права в цифровую эпоху»</p>	<p>других цифровых технологий привело к появлению новых возможностей и проблем для миллионов потребителей во всем мире</p> <p>в 2017 году проведен Потребительский Саммит, который пройдет в рамках официальной повестки Саммита глав государств G20</p>	<p>реклама производителей и торгующих предприятий</p>
2018	<p>«Сделаем цифровые рынки справедливыми и честными».</p> <p>«Making digital market places fairer»</p>	<p>Тема дня продолжает направление, связанное с электронными коммерциями (в 2017 г. девиз дня потребителей - «Потребительские права в цифровую эпоху»)</p>	<p>Сегодня цифровые технологии изменили характер многих услуг и продуктов, так как встроенное программное обеспечение содержится во все возрастающем количестве потребительских товаров.</p>

Информации относительно девиза 2019 пока нет.

Девиз 2009 года: «Потребитель! Знай, свои права!» содержит в себе особое значение в повышении общеобразовательного стандарта потребителей, соответствуя одному из принципов «право на потребительское образование». В этом отношении необходимо отметить, что довольно часто недобросовестные работники торгующих организаций пользуются незнанием потребителей своих собственных прав в целях быстрой наживы при реализации некачественных товаров, нарушая закон о защите прав потребителей. Об этом говорит большой объем судебных исков по данному вопросу практически во всех странах. С целью повышения юридической грамотности потребителей и был выбран этот девиз.

В 2010 году Всемирный день защиты прав потребителей проходил под девизом «Наши деньги. Наши права», что подтвердило озабоченность общества в положении финансов, поддерживаемых товарооборот. В 2010

году лидеры «большой двадцатки» (G20) благодаря усилиям Международной Федерации потребительских организаций приняли решение тщательно отнестись к проблемам в сфере финансовых услуг. Недостаточная изученность проблем денежных обращений и игры на биржевых рынках привела в 2008 году к раздуванию «инфляционного пузыря» и мировому экономическому кризису, повлекшему к обнищанию населения со средним и ниже среднего уровня дохода.

2011 Год Всемирный день защиты прав потребителей был отмечен девизом «Потребители за честные финансовые услуги», фактически продливший линию прошлогоднего девиза.

Девиз 15 марта 2012 года гласил следующее: «Наши деньги, наши права: кампании за правильный выбор на рынке финансовых услуг». Основной предпосылкой явились недобросовестные заключения кредитных договоров. В кредитные договора включались пункты, нарушающие права потребителей, что преследуется законом «О защите прав потребителей».

В 2013 году Всемирная организация Союзов потребителей (Consumers International) избрала девиз: «Потребительское правосудие сегодня». Судебная практика защиты прав потребителей является приоритетным направлением работы правозащитных организаций всех стран ввиду того, что это последняя инстанция, разрешающая конфликтные ситуации потребителей с предпринимателями и производителями.

«Укрепим наши телефонные права! Справедливость для мобильных потребителей!» - под таким девизом день потребителей был отпразднован в 2014 году. Данный сегмент рынка является весьма перспективным и стремительно развивающимся, так как число пользователей мобильных услуг увеличивается в геометрической прогрессии. В нынешнее время сложно найти даже школьника, имеющего мобильный телефон. Поэтому девиз 2014 года был актуальным, особенно в виду скандалов с прослушиванием абонентов в целях государственной безопасности в Соединенных Штатах Америки.

Девиз 2015 года «Уделите внимание правам потребителей на здоровое питание» по сути своей должен сопровождать нас по жизни всегда. Его провозглашение сейчас лишь подчёркивает тревогу Всемирной организации Союзов прав потребителей относительно соблюдения права потребителей на безопасность, что является нарушением одного из фундаментальных принципов, вошедших в основу конституционного права человека на безопасность. В недалёком прошлом человечество имело печальный опыт по проблеме возникновения заболеваний, связанных с нездоровым питанием, что превратилось в панацею среди других распространённых заболеваний. Согласно доклада профессора социологии Жана Зиглера на ежегодном заседании ООН по правам человека в Женеве 2005 года от недоедания умерли 17000 человек [61]. По данным ФАО, несмотря на определённые успехи в разрешении продовольственных проблем регионов Европы и Центральной Азии, население стран Африки, Азии и других густонаселённых регионов планеты испытывает недостаток в потреблении пищи, перенося такие заболевания как рахит и дистрофию. Население стран Западной Европы и США страдает заболеваниями, связанными с ожирением и избыточным весом (сахарный диабет, артрит, ишемическая болезнь сердца, инсульт, инфаркт миокарда и др.), на сдерживание которых и лечение затрачиваются огромные средства.

Сложившаяся ситуация нездорового питания и предопределила тему Всемирного дня защиты прав потребителей в 2015 году.

Всемирный день защиты прав потребителей в 2016 году проходил под девизом: «Исключить антибиотики из меню». В пищевой промышленности в последнее время используют чрезмерное количество антибиотиков в целях длительного хранения продуктов питания, разработке превентивных мер от заболеваний и изначально - стимулированию роста животных. Широкое применение антибиотиков в производстве пищевых продуктов приводит к ослаблению иммунитета потребителей, что является тревожной ситуацией, и требует от Всемирной организации Союзов потребителей и стран, входящих

в этот Союз, серьёзной работы с предприятиями пищевой промышленности, нацеленной на исключение (или минимизацию) использования при производстве продуктов питания большого количества антибиотиков.

Проведенное исследование в области международного потребительского движения позволило выделить некоторую основную мысль в ежегодно проводимых днях защиты прав потребителей. Начиная с 2008 года акцентами Всемирного дня защиты прав потребителей было здоровое и безопасное питание общества в целом, и проблемы нездорового питания среди детей, что свидетельствует о безусловной актуальности во все времена продовольственных проблем, и проблемы не только не исчезли, а приобретает всё большие масштабы.

Объективная оценка сложившейся ситуации в мире (экономический, экологический, социальный, военно-политический кризис) усугубляется ещё и продовольственным кризисом, одним из самых мощных факторов, формирующих экономический потенциал государства и способствующий сохранению генофонда нации. Практически во всех цивилизованных странах основаны правозащитные государственные и общественные организации, действующие в интересах потребителей, а также приняты соответствующие законы на уровне национальных государств о защите прав потребителей. И что крайне отраднo, правозащитниками проводятся регулярные мероприятия по реализации основополагающих принципов защиты прав потребителей [62-64].

В контексте изучаемой проблемы повышенный интерес представляет проблема небезопасной и некачественной продукции и информация о продуктах питания, используемая для идентификации пищевых продуктов, ибо особую опасность представляет распространившаяся фальсификация продуктов и популярных марок и брендов в их производстве.

Позволив себе процитировать Н.М. Ротшильда: «... кто владеет информацией, тот владеет миром...», следует отметить, что в настоящее большое внимание имеет достоверность и полнота информации в жизни

современного общества. Всё начинается и заканчивается информацией, включая производство, рынок, экономику, отношения между субъектами хозяйственной деятельности. Поэтому актуальность продовольственного права невозможно переоценить.

Возможно, девизом следующего 2019 года может быть такой девиз - «Обеспечить потребителю максимальный доступ информации о продуктах питания и их производителях» (авторская версия). Потребители должны иметь доступ к полной, исчерпывающей информации, а производители должны повысить свой имидж за счёт открытости потребителю, заодно создав рекламу своей продукции. Это даст также дополнительный импульс в развитии уровня образования потребителей в сфере проблем продовольственного права и защиты прав потребителей.

## **1.2. Эволюция права на надлежащее питание в международно-правовой системе**

Наряду с возникшими кризисными планетарными явлениями и вызовами современности во всех сферах человеческой деятельности - экологическим, экономическим, военно-политическим кризисом [184-189], наблюдается еще одна немаловажная, а по оценкам многих международных институтов ключевая проблема – продовольственная безопасность и продовольственное бесправие населения многих стран. Здесь целесообразно привести слова советника США во внешней политике Генри Киссинджера: «Контролируя нефть, вы контролируете государства. Контролируя продовольствие, вы контролируете население» [65], и который считал продовольствие (продовольственное оружие) важной, центральной частью дипломатии, играющего стратегическую роль в решении проблем национальной безопасности [66-68].

В этой связи с каждым годом всё большую актуальность приобретают проводимые международные конференции, регулярные и специальные

сессии Генеральной Ассамблеи ООН, которые посвящены проблемам продовольственной безопасности и защите прав потребителей.

Недостаточные осведомлённость потребителей о своих правах и информированность в области здорового, безопасного питания становятся причиной связанных с высоким уровнем заболеваемости демографических проблем, что также относится к кризисным явлениям XXI века. Принятые в 2004 году государствами-членами ФАО (продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединённых Наций) добровольные руководящие принципы в поддержку осуществления права на достаточное и безопасное питание легли в основу продовольственного права, как юридической основы в обеспечении жизнедеятельности всего общества, экономического, политического и социального благополучия государств [69-71].

И каждый раз, когда возникает интерес к продовольственному праву (и стандарт это подтверждает: процесс инициализации рассматривается как стартовый процесс всего проекта), всё приходится всякий раз начинать сначала, как будто это проект, а не подтверждённое всей историей существования человечества право на питание, право на достойную жизнь, данное природой.

К сожалению, продовольственное право и донныне воспринимается как явление инициализации, а не реальная необходимость.

Изложенное даёт основание считать предметом данного исследования продовольственное право потребителей, воспринимаемую как реальную необходимость и являющуюся таковой в рамках, задекларированных в основополагающих принципах международных организаций.

Данное исследование несёт как познавательную, так и образовательную нагрузку, и направлено на совершенствование института защиты прав потребителей и продовольственного права. И безусловным является возможность применения результатов исследования везде, где есть

взаимоотношения между производителем и потребителем как на региональном, национальном, так и на глобальном уровнях.

Согласно Регламенту 178/2002 Европейского Парламента и Совета ст. 3 «продовольственное право – это совокупность правовых норм о пищевых продуктах в целом и о безопасности пищевых продуктах в частности на уровне Сообщества или отдельных государств, регулирующих правоотношения на всех стадиях производства, переработки и сбыта пищевых продуктов, а также кормовых средств, которые изготавливаются для животных, служащих для получения пищевых продуктов, или им скармливаются» [72]. Это единственный источник, где встречается понятие «продовольственное право».

Гречишникова Е.В. рассматривая проблемы продовольственной безопасности в странах ЕС, указывала на необходимость гармонизации национальных концепций, принципов, и единого подхода к обеспечению продовольственной безопасности на уровне каждого государства – члена ЕС [73]. Более глубоко эту проблему в своей статье очертил Колесняк А.А., рассматривая продовольственную безопасность в контексте национальной безопасности, и обозначил её как один из путей к обретению независимой позиции на внешнеэкономическом пространстве [74]. Осипова Г.М. и Легошин С.В. посвятили свои исследования изучению проблем защиты прав потребителей в РФ [75, 76]. В частности, Легошин С.В. обратил внимание на усиление публичного контроля по соблюдению прав потребителей, а также необходимость пересмотра судебных процедур. Вопросам информационной политики, установлению общих норм и саморегулированию в странах ЕС посвятили свои исследования Хауэлл Г., Виллэмссон Т., которые пришли к выводу, что законодательство ЕС еще далеко до совершенства в защите прав потребителей [77].

Так или иначе, каждое государство мира имеет свою доктрину продовольственной безопасности и концепцию её развития. Наряду с правительствами государств, реализующими доктрину продовольственной

безопасности, существуют международные организации, участвующие в решении проблем продовольственной безопасности. К ним относятся Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (ФАО), Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС), Международный фонд сельскохозяйственного развития (МФСР), Всемирный продовольственный совет (ВПС), международная организация по стандартизации (серия ISO 9001, ISO 14000, ISO 22000, ISO 26000). В этом отношении особый вклад в обеспечение продовольственной безопасности внесла международная организация ФАО. Из регионального обзора ФАО по продовольственной безопасности [78] следует, что благодаря усилиям этой организации в регионе Европы и Центральной Азии достигнуты существенные показатели по снижению вдвое доли людей, страдающих от голода, а также исчезла нехватка продовольствия. Однако, острота данной проблемы не снижена, ибо цели ФАО достигнуты лишь в двух крупных регионах планеты, а в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) ввиду высокой плотности населения, частыми природными бедствиями и недостатком посевных площадей до настоящего времени продовольственная ситуация остаётся крайне напряженной, что подтверждается исследованиями Ильяшика А.Н. и Хана Ю.И. [79, 80].

Для подтверждения актуальности темы диссертации и построения семантического поля был проведен анализ группы дефиниций в рамках понятия «продовольственное право», в частности, изучены дефиниции «продовольствие», «формирование рынка», «рынок», «изучение рынка», «продовольственное бесправие», «таксономия рисков продовольствия», «таксономия рисков продовольственной системы», «квантификация рисков продовольственной системы», «защита прав», «потребительская практика», «потребительский опыт», «механизмы рынка», «продовольственное право», «макромаркетинг», «микромаркетинг», «инфотека», «ярмарочное право», «коммерческое право», «фальсификация», «реклама», «защита прав потребителей», «потребительское поведение». Данные были получены из

международной и отечественной электронных базах данных ScienceDirect и КиберЛенинка. Рисунок 1.1 отображает количество публикаций интересующих дефиниций в различных научно-информационных базах, интегрированных в КиберЛенинке. Тенденции использования актуальных терминов (рис.1.1 и рис.1.2) подтверждены построенной линией тренда с различными видами зависимостей, с приведением коэффициента аппроксимации. Он составляет от 0,849 до 1, что свидетельствует о высокой вероятности правдоподобности выявленных зависимостей. Обработка данных проведена посредством применения Excel Microsoft Office 2007, программы для работы с электронными таблицами, проведения экономико-статистических расчетов и применения графических инструментов.

Изменения количества публикаций по теме исследования прослежены с 2013 по 2018 гг. (рис. 1.2). Для анализа дефиниций по данному критерию выбрана мультидисциплинарная платформа ScienceDirect, которая является ведущей информационной платформой Elsevier (обеспечивает всесторонний охват литературы из всех областей науки, предоставляя доступ к более 14 млн. публикаций из 2500 научных журналов, более 37000 книг издательства Elsevier, а также огромному числу журналов, опубликованных престижными научными сообществами.). Изменение упоминаемости в научных работах большинства дефиниций характеризуются положительной тенденцией, что свидетельствует о растущей актуальности выбранной темы. На рисунке 1.3 и 1.4 отображено количество публикаций на данную тематику в различных изданиях и количество публикаций в иностранных журналах. Популярными видами публикаций являются научные исследования, главы книг и обзоры статей.

Рисунок 1.1(а) информирует о количестве публикаций в научных базах по дефинициям «механизмы формирования рынка продовольствия», «продовольствие», «формирование рынка», «изучение рынка», «рынок». Наибольшее количество публикаций отмечено по дефинициям «продовольствие» (BAK - 19211; RSCI - 2004; AGRIS - 1753; ESCI - 1041) и

«механизмы рынка» (ВАК - 121588; RSCI - 12700; AGRIS - 3763; ESCI - 5464).

Рисунок 1.1(б) отображает количество публикаций в научных базах по дефинициям «продовольственное бесправие», «продовольственное право», «защита прав потребителей», «защита прав», «ярмарочное право» и «коммерческое право». Самый высокий показатель исследований с дефинициями «защита прав» (ВАК - 136299; RSCI - 12801; ESCI - 4557) и «коммерческое право» (ВАК - 60106; RSCI - 6081; ESCI - 2204).

Рисунок 1.1(в) систематизирует количество публикаций в научных базах дефиниций «таксономия рисков продовольствия», «таксономия рисков продовольственной системы», «квантификация рисков продовольственной системы». Лидирующее количество публикаций дефиниции имеют в научных базах ВАК, RSCI, ESCI и Scopus.

На рисунке 1.1(г) проанализировано количество публикаций в научных базах дефиниций «потребительская практика», «потребительский опыт», «потребительское поведение». Самый высокий показатель имеет дефиниция «потребительская практика» ((ВАК - 39604; RSCI - 4033; ESCI - 1679).

Рисунок 1.1(д) информирует о количестве публикаций в научных базах дефиниций «макромаркетинг», «микромаркетинг», «инфотека», «фальсификация», «реклама». Лидирующее количество публикаций дефиниции в научных базах имеет «реклама» (ВАК - 37193; RSCI - 3044; ESCI - 1412). На рисунках 1.1(а); 1.1(б); 1.1(в); 1.1(г); 1.1(д) видно, что наибольшее количество публикаций в научных базах ВАК и RSCI - ведущие отечественные базы и являются авторитетными для ученых различного уровня РФ и ДНР, поскольку публикации в журналах, рекомендованных списком ВАК и включенные в RSCI являются своего рода гарантом качества научной статьи, её актуальности и новизны.

Меньшую популярность упоминаний имеют научные базы Web of Science и Scopus - крупнейшие международные базы цитирований (МБЦ). Для вхождения в данные базы журнал должен соответствовать не только

определенным формальным требованиям, но и публиковать статьи, представляющие интерес для международной аудитории. Не нашли своего отражения научные базы MathSciNet, zbMATH, ChemicalAbstracts, Springer и GeoRef поскольку данные издания специализируются на естественно-научных направлениях и не имеют прямой связи с тематикой диссертации. Представленные на рисунках 1.1(а); 1.1(б); 1.1(в); 1.1(г); 1.1(д) данные подтверждены построенной экспоненциальной и степенной линией тренда.

Исследование данных о количестве публикаций за 2013-2018г. представленных на рисунках 1.2(а); 1.2(б); 1.2(в), 1.2(г); 1.2(д) проводилось в феврале 2018 года. Рисунок 1.2(а) отображает количество публикаций за 2013-2018г. дефиниций «продовольствие», «формирование рынка», «изучение рынка», «механизмы рынка», «рынок». «Формирование рынка» и «изучение рынка» отображает умеренную положительную тенденцию с небольшим спадом интереса в 2016 году. «Механизмы рынка» и «продовольствие» с 2013 года характеризуется стабильной положительной тенденцией, а значит стабильно растущим уровнем актуальности, на 2018 год составило 29776 публикаций. Коэффициент аппроксимации - от 0,950 до 0,966.

Рисунок 1.2(б) информирует о количестве публикаций за 2013-2018г. дефиниций «продовольственное бесправие», «продовольственное право», «защита прав потребителей», «защита прав», «ярмарочное право» и «коммерческое право» и имеет волнообразную тенденцию со спадами интереса в 2014 и в 2016 году. Самые высокие показатели по количеству публикаций имеют дефиниции «продовольственное право» (на 2018 год - 12333 публикации) и «коммерческое право» (на 2018 год - 20694 публикации). Рассчитанный коэффициент аппроксимации составляет от 0,993 до 1. На рисунке 1.2(в) представлено количество публикаций за 2013-2018г. по дефинициям «таксономия рисков продовольствия», «таксономия рисков продовольственной системы», «квантификация рисков продовольственной системы». Дефиниции, связанные с изучением рисков

продовольственной системы, отличаются положительной тенденцией, а значит растущей актуальностью исследований данной тематики. Наибольшим количеством публикаций отмечена дефиниция «таксономия рисков продовольственной системы», к 2018 году их число составило 2065 работ. Коэффициент аппроксимации - от 0,993 до 0,997.

На рисунке 1.2(г) проанализировано количество публикаций за 2013-2018г. дефиниций «потребительская практика», «потребительский опыт», «потребительское поведение». Данные характеризуются умеренной тенденцией, наибольшее количество работ на 2018г. имеет «потребительское поведение» - 19269 публикаций. Рассчитанный коэффициент аппроксимации составляет от 0,990 до 0,998. Рисунок 1.2(д) отображает количество публикаций за 2013-2018г. дефиниций «макрореклама», «микрореклама», «инфотека», «фальсификация», «реклама». Отмечается резкий скачок количества публикаций по тематике «микрореклама» в 2017 году, что связано с резким увеличением интереса научной общественности к развитию маркетинговой деятельности на уровне предприятий. Не наблюдается глубокого изучения дефиниции «инфотека» (отмечена наименьшим количеством публикаций), но в целом рисунок отражает волнообразную тенденцию интереса к проблеме. Самые высокие показатели по количеству публикаций имеет «реклама» - на 2015г. - 9189 работ, а на 2018г. - 5818 работ. Коэффициент аппроксимации - от 0,962 до 1.

Изученные данные (рис. 1.2(а); 1.2(б); 1.2(в); 1.2(г); 1.2(д)) подтверждены построенной полиномиальной линией тренда и имеют коэффициент аппроксимации, приближенный к 1, что говорит о высокой вероятности выявленных зависимостей.

На рисунках 1.3(а); 1.3(б); 1.3(в); 1.3(г); 1.3(д) представлена информация о количестве публикаций в различных изданиях, при этом отмечено, что самым популярным видом публикаций ученых являются научные исследования и главы книг, а это подчеркивает глобальность и фундаментальность исследований данной тематики.

Рисунок 1.3(а) информирует о количестве публикаций в различных изданиях дефиниций «продовольственное бесправие», «продовольственное право», «защита прав потребителей», «защита прав», «ярмарочное право» и «коммерческое право». Представленные результаты свидетельствуют о высокой популярности в научных исследованиях - от 144620 до 1000973 работ; главах книг - от 36431 до 145499 работ и статьях - от 19220 до 89269 работ. Анализ количества публикаций в различных изданиях по дефинициям «продовольственное бесправие», «продовольственное право», «защита прав потребителей», «защита прав», «ярмарочное право» и «коммерческое право» (рис. 1.3(б)) подтверждает, что наиболее популярными видами публикаций являются научные исследования - от 20522 до 199974 работ и главы книг от 5660 до 37705 работ.

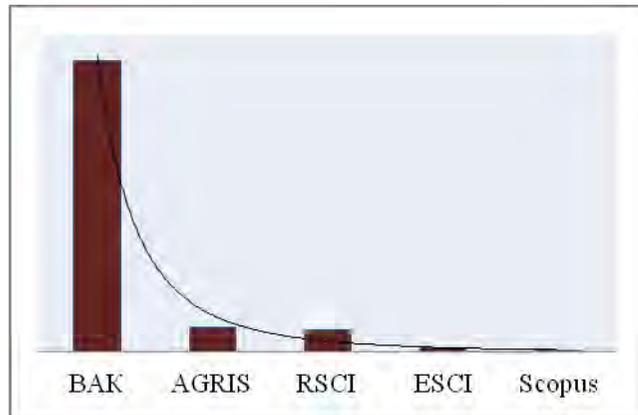
На рисунке 1.3(в) отображено количество публикаций в различных изданиях по дефинициям «таксономия рисков продовольствия», «таксономия рисков продовольственной системы», «квантификация рисков продовольственной системы», отмечены самые популярные виды публикаций - научные исследования - от 10069 до 85256 работ, главы книг - от 3513 до 12242 и статьи - от 2542 до 13119 работ. Количество публикаций в различных изданиях по дефинициям «потребительская практика», «потребительский опыт», «потребительское поведение» (рис. 1.3(г)) свидетельствует о высокой популярности в научных исследованиях - от 142409 до 176348 работ. Что касается количества публикаций в различных изданиях по дефинициям «макромаркетинг», «микромаркетинг», «инфотека», «фальсификация», «реклама» (рис. 1.3(д)), то наиболее популярными видами публикаций отмечены научные исследования и главы книг

На рисунке 1.4(а) показано количество публикаций в иностранных журналах по дефинициям «продовольственное бесправие», «продовольственное право», «защита прав потребителей», «защита прав», «ярмарочное право» и «коммерческое право». Рисунок 1.4(б) информирует о количестве публикаций в иностранных журналах по дефинициям

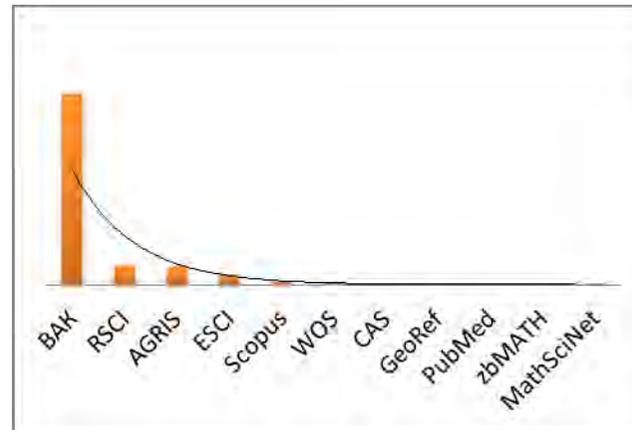
«продовольственное бесправие», «продовольственное право», «защита прав потребителей», «защита прав», «ярмарочное право» и «коммерческое право». На рисунке 1.4(в) отображено количество публикаций в иностранных журналах по дефинициям «таксономия рисков продовольствия», «таксономия рисков продовольственной системы», «квантификация рисков продовольственной системы». Рисунок 1.4(г) демонстрирует количество публикаций в иностранных журналах по дефинициям «потребительская практика», «потребительский опыт», «потребительское поведение». На рисунке 1.4(д) представлено количество публикаций в иностранных журналах по дефинициям «макромаркетинг», «микромаркетинг», «инфотека», «фальсификация», «реклама». Наибольшее количество статей на выбранную тематику на рисунках 1.4(а); 1.4(б); 1.4(в); 1.4(г); 1.4(д) «Computer Law & Security Review», «The Lancet» и «World Development».

«World Development» - это междисциплинарный ежемесячный журнал исследований в области развития. Он направлен на изучение путей улучшения уровня жизни и состояния человека в целом путем изучения возможных решений таких проблем, как: нищета, безработица, недоедание, болезни, отсутствие жилья, ухудшение состояния окружающей среды, недостаточные научно-технические ресурсы, торговля и платежи дисбаланс, международный долг, гендерная и этническая дискриминация, милитаризм и гражданский конфликт, а также отсутствие участия населения в экономической и политической жизни [190].

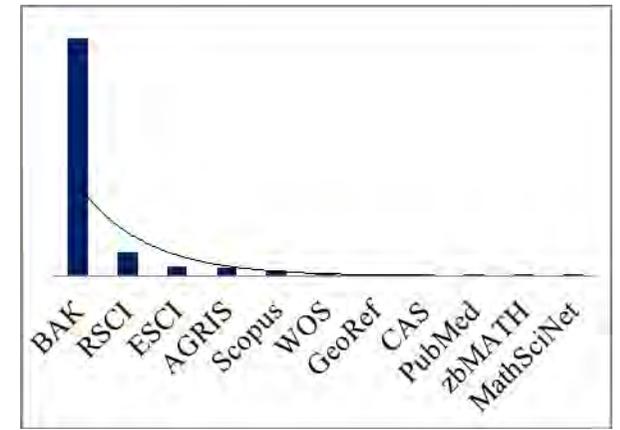
«Computer Law & Security Review» - международный журнал по технологическому праву и практике, который является основной платформой для публикации высококачественных исследований, политики и правового анализа в области IT-права и компьютерной безопасности [191].



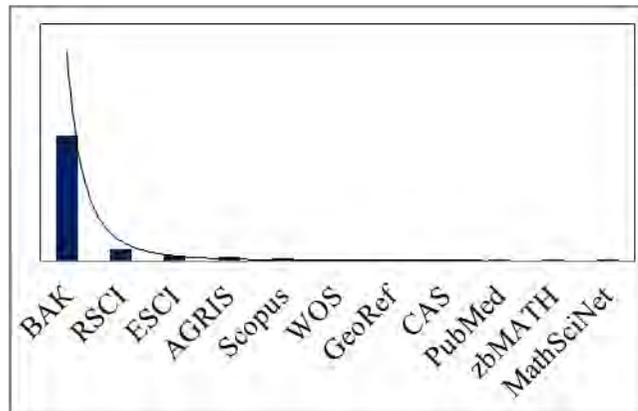
Механизмы формирования рынка продовольствия



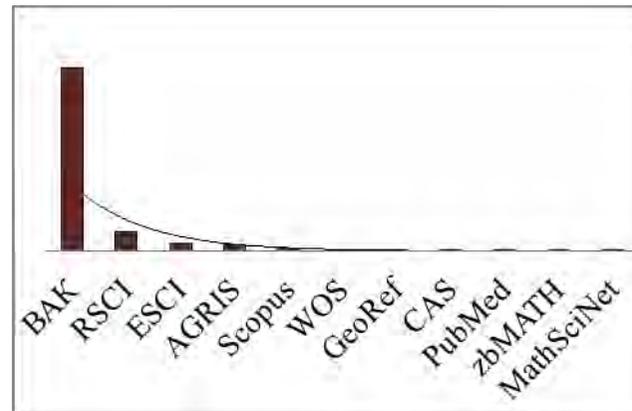
Продовольствие



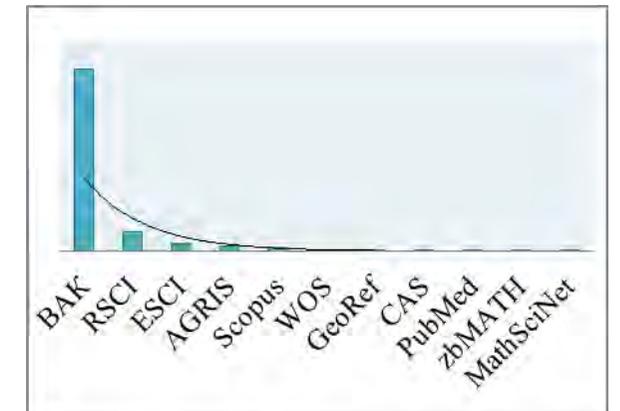
Изучение рынка



Формирование рынка

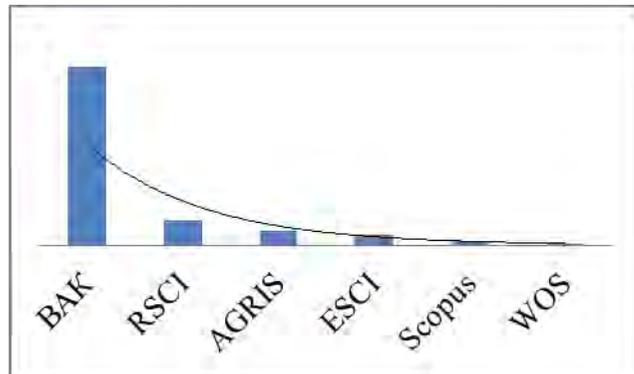


Рынок

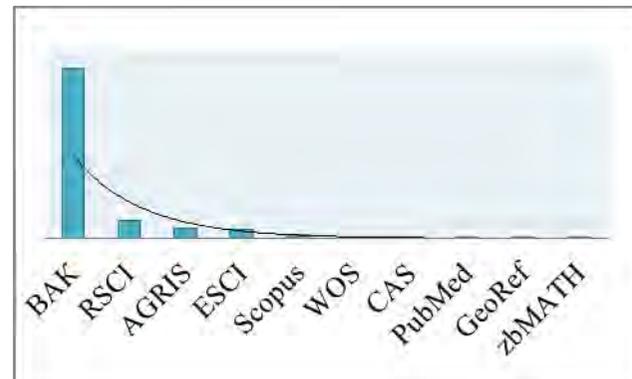


Механизмы рынка

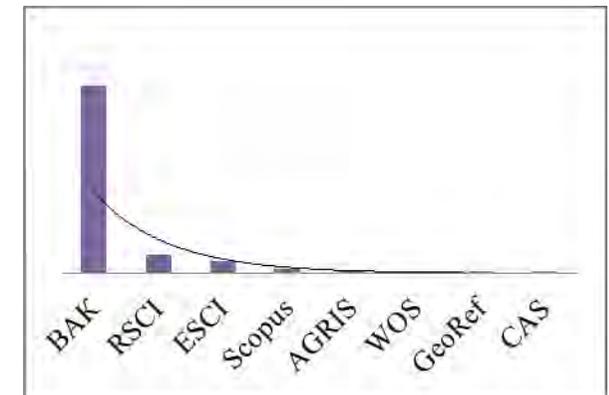
Рисунок 1.1 (а) - Количество публикаций в научных базах, связанных с механизмом формирования рынка продовольствия



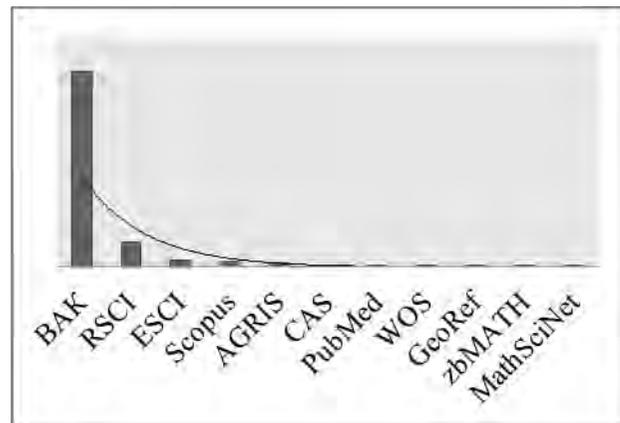
Продовольственное бесправие



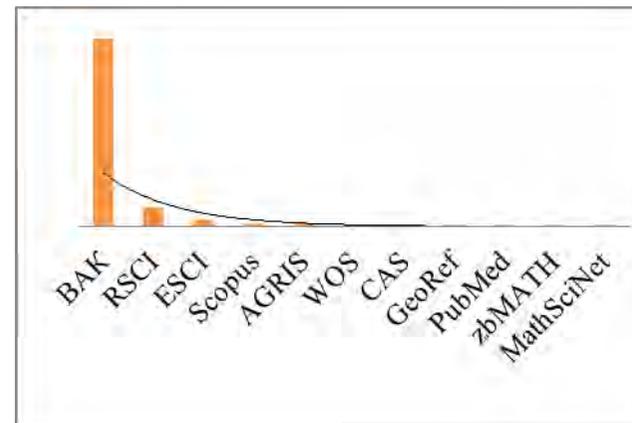
Продовольственное право



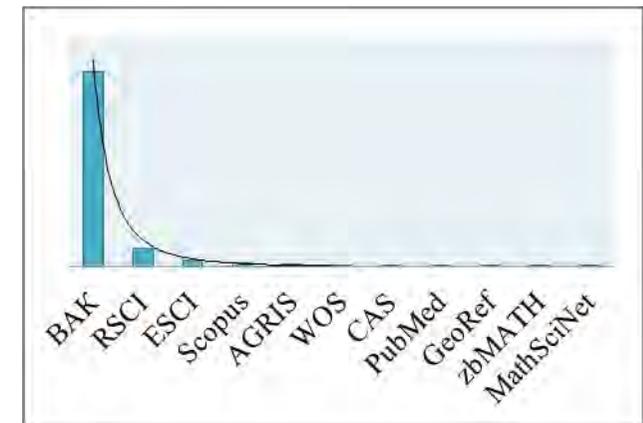
Ярмарочное право



Защита прав потребителей

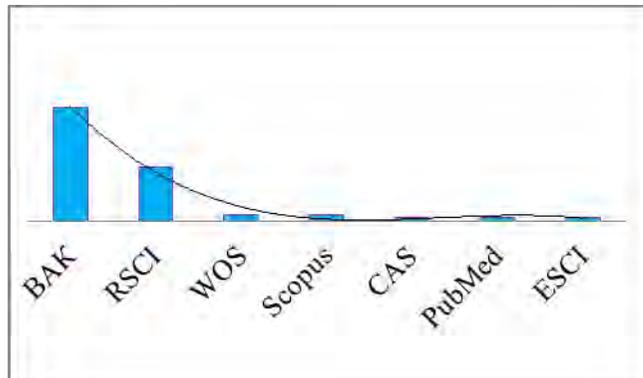


Коммерческое право

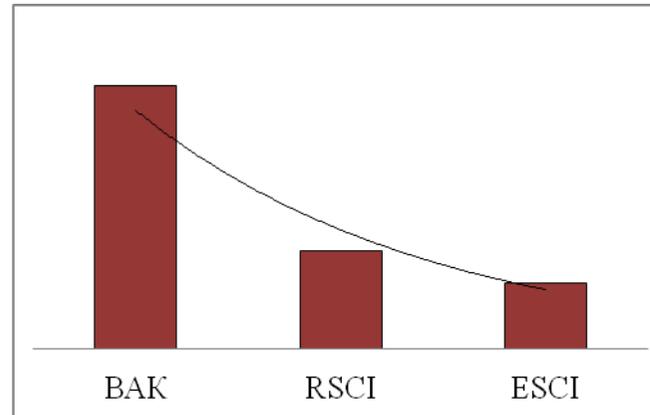


Защита прав

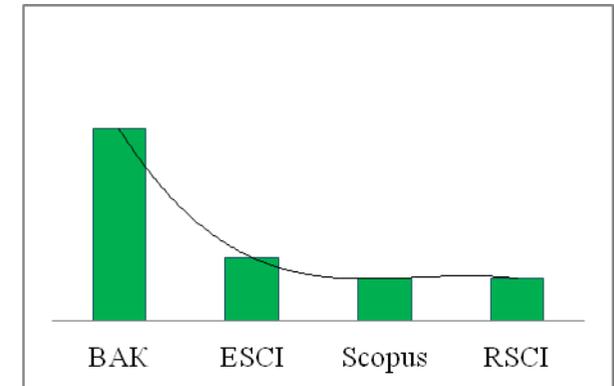
Рисунок 1.1 (б) - Количество публикаций в научных базах, связанных с продовольственным правом



Таксономия рисков продовольственной системы

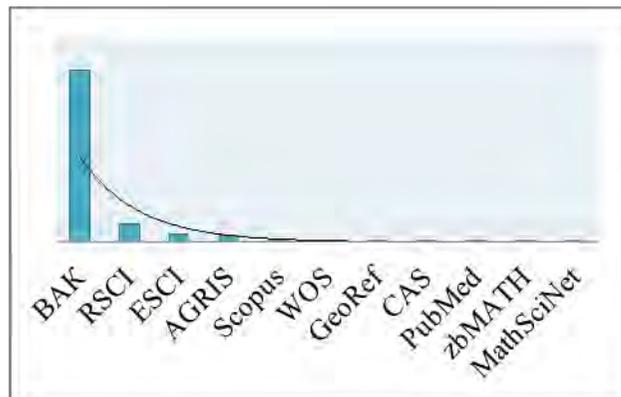


Таксономия рисков продовольствия

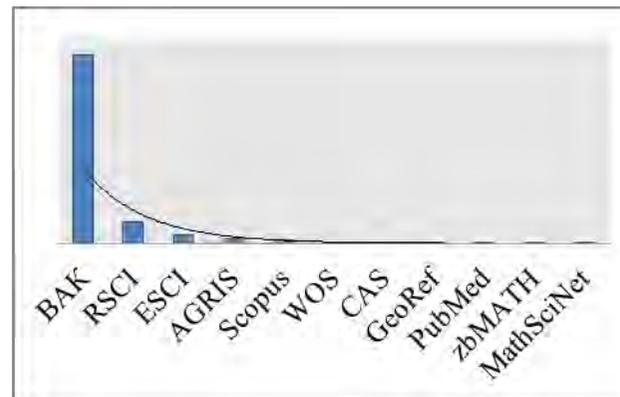


Квантификация рисков продовольственной системы

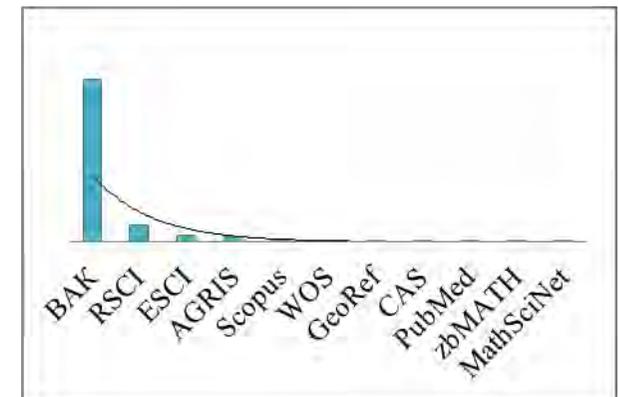
Рисунок 1.1(в) - Количество публикаций в научных базах, связанных с изучением рисков продовольственной системы



Потребительский опыт

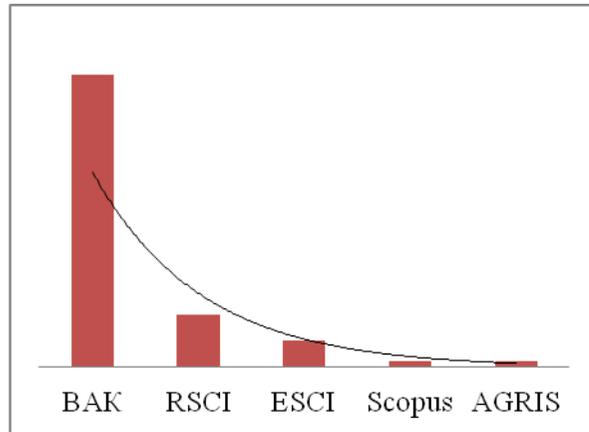


Потребительское поведение

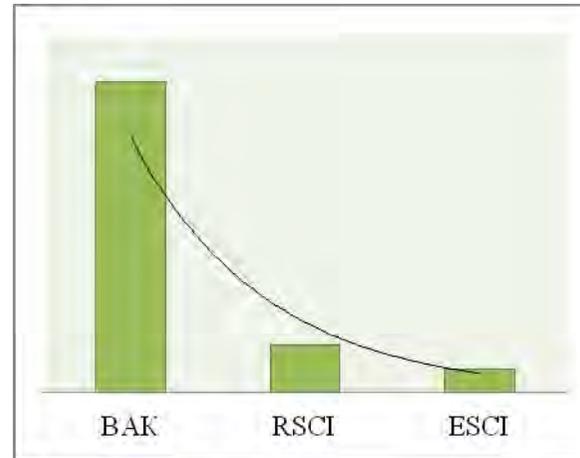


Потребительская практика

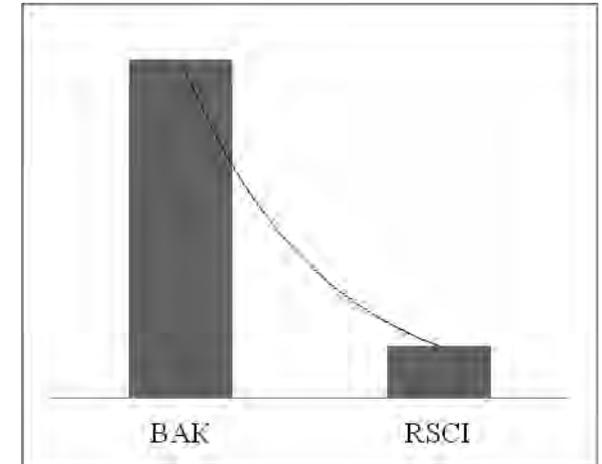
Рисунок 1.1 (г) - Количество публикаций в научных базах, связанных с потребительским опытом



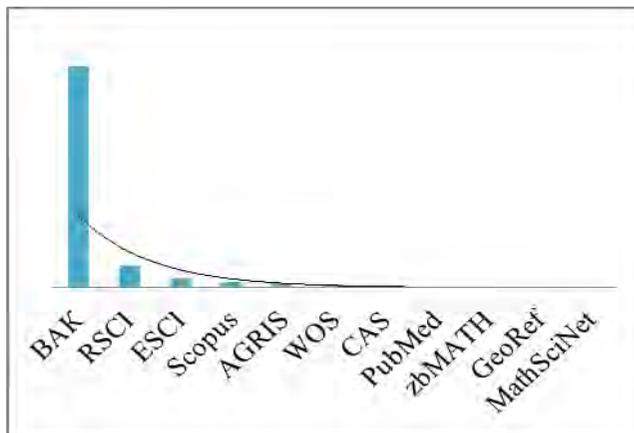
Макромаркетинг



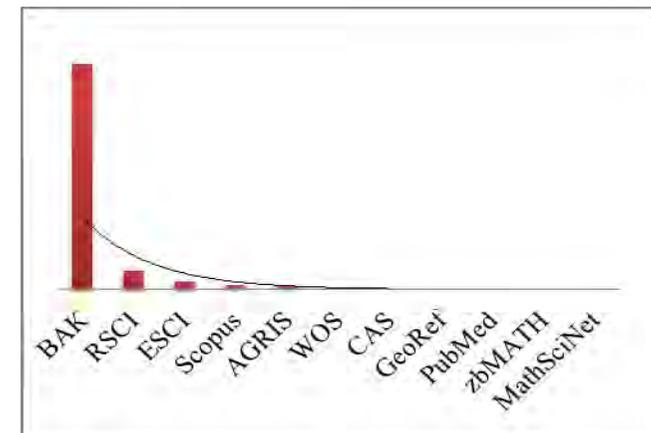
Микромаркетинг



Инфотека

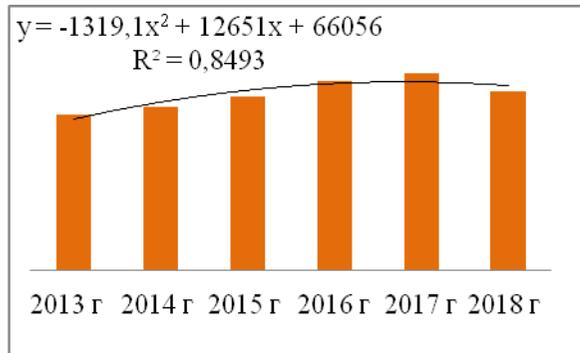


Фальсификация

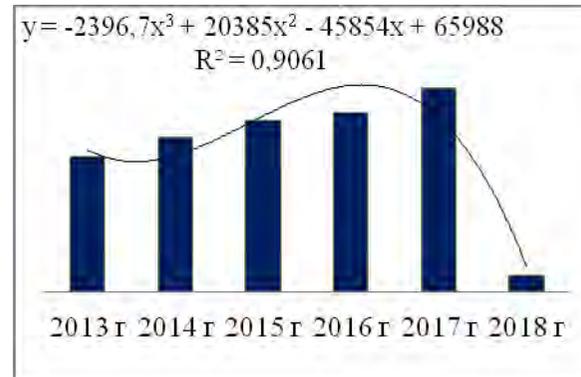


Реклама

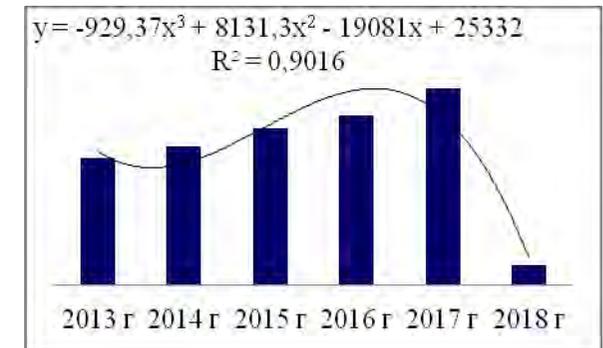
Рисунок 1.1 (д) - Количество публикаций в научных базах, связанных с изучением индивидуальных и общественных потребностей



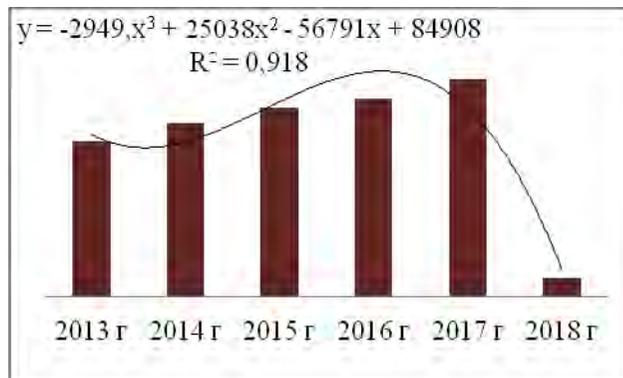
Продовольствие



Изучение рынка



Формирование рынка



Рынок



Механизмы рынка

Рисунок 1.2 (а) - Количество публикаций, связанных с механизмом формирования рынка продовольствия за 2013-2018г

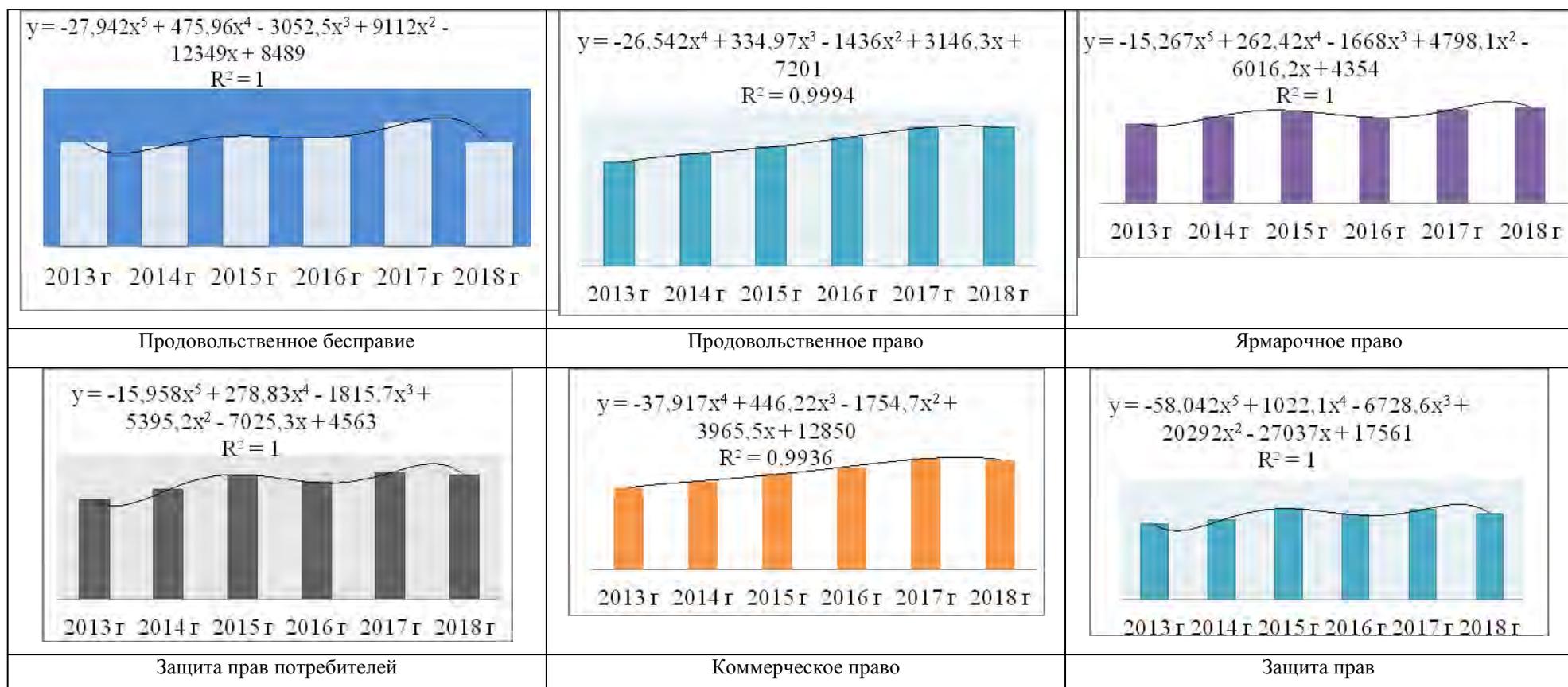
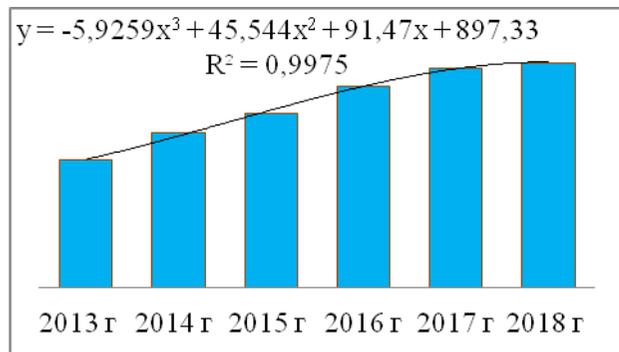
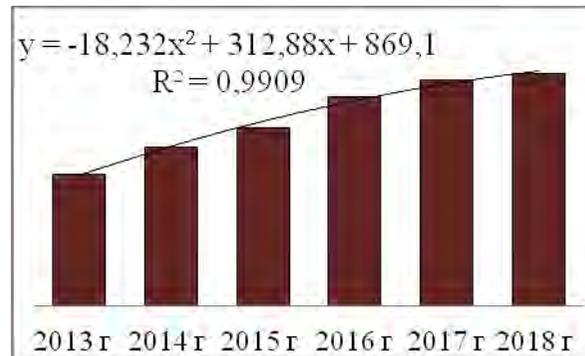


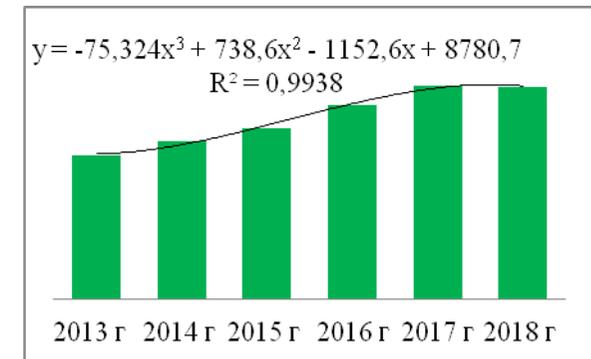
Рисунок 1.2 (б) - Количество публикаций, связанных с продовольственным правом за 2013-2018г.



Таксономия рисков продовольственной системы

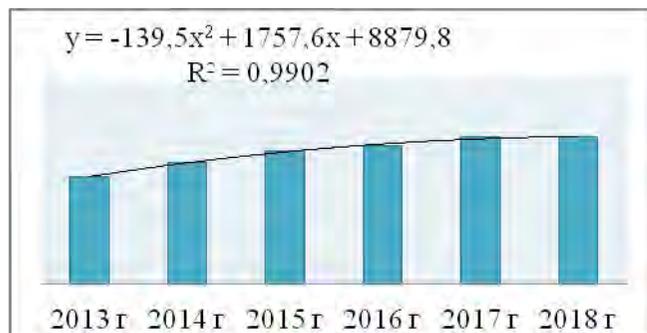


Таксономия рисков продовольствия

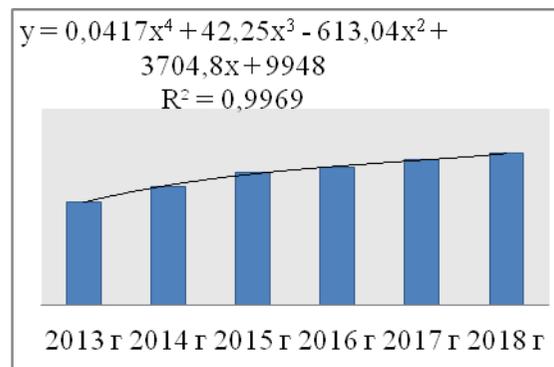


Квантификация рисков продовольственной системы

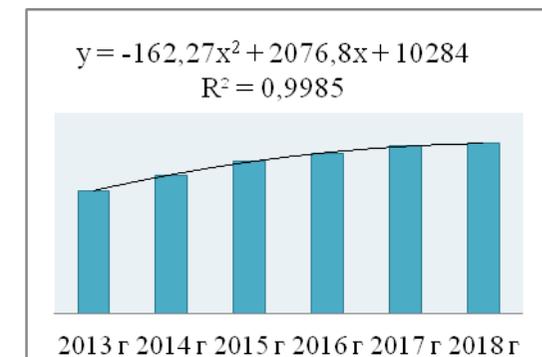
Рисунок 1.2 (в) - Количество публикаций, связанных с изучением рисков продовольственной системы за 2013-2018г.



Потребительский опыт

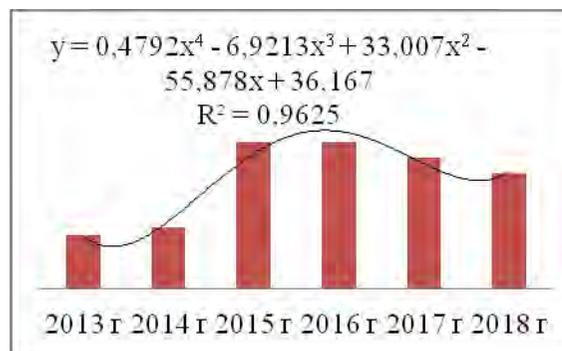


Потребительское поведение

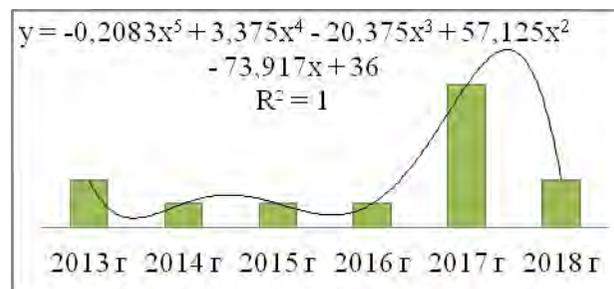


Потребительская практика

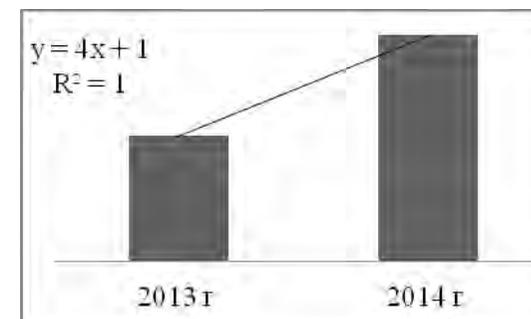
Рисунок 1.2 (г) - Количество публикаций, связанных с потребительским опытом за 2013-2018г.



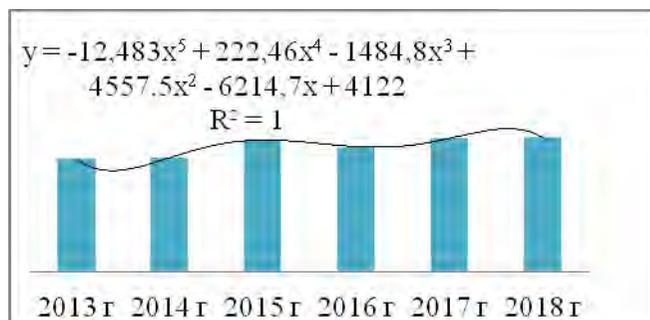
Макромаркетинг



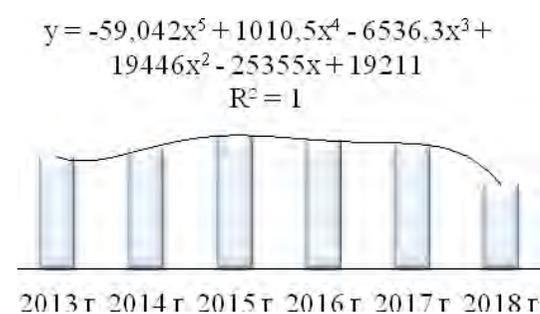
Микромаркетинг



Инфотека



Фальсификация



Реклама

Рисунок 1.2 (д) - Количество публикаций, связанных с изучением индивидуальных и общественных потребностей за 2013-2018г

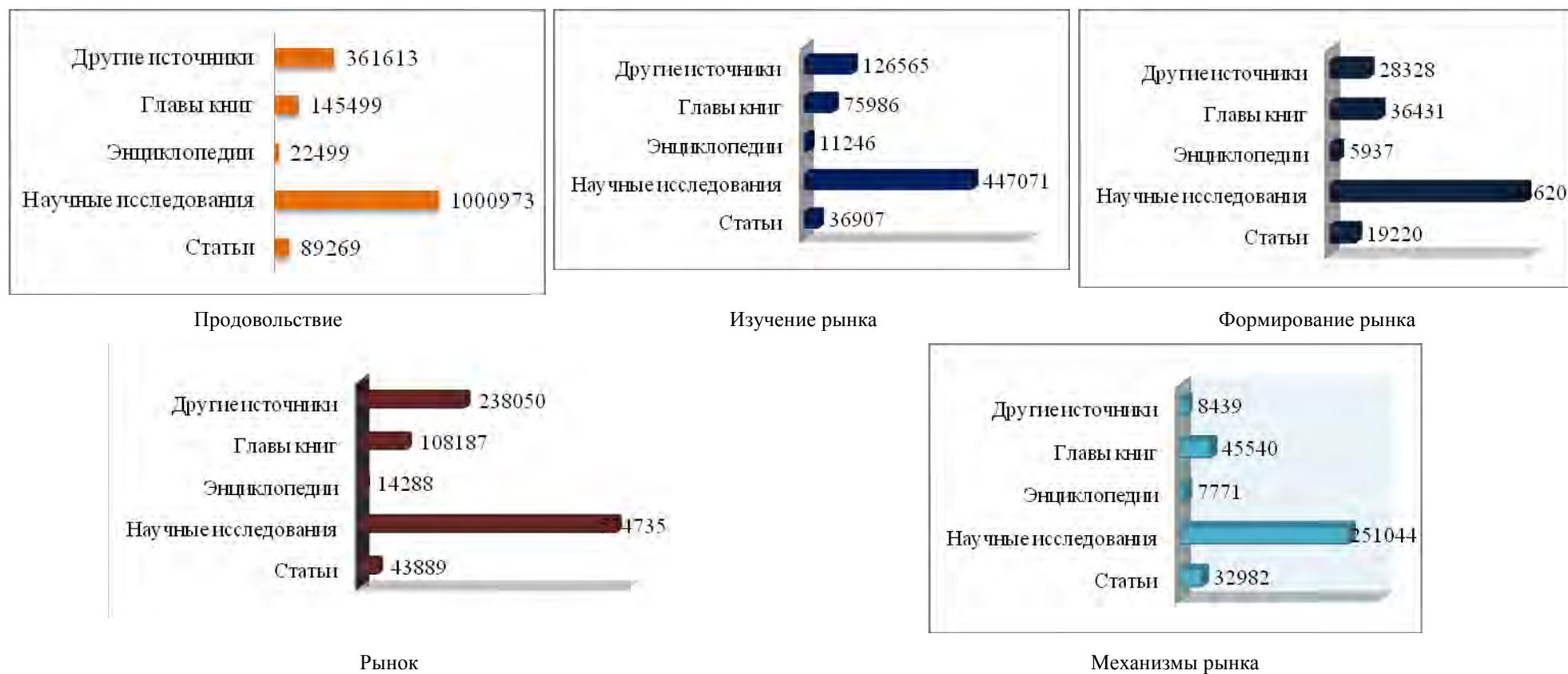


Рисунок 1.3 (а) - Количество публикаций, связанных с механизмом формирования рынка продовольствия в различных изданиях



Рисунок 1.3 (б) - Количество публикаций, связанных с продовольственным правом в различных изданиях



Таксономия рисков продовольственной системы

Таксономия рисков продовольствия

Квантификация рисков продовольственной системы

Рисунок 1.3 (в) - Количество публикаций, связанных с изучением рисков продовольственной системы в различных изданиях



Потребительский опыт

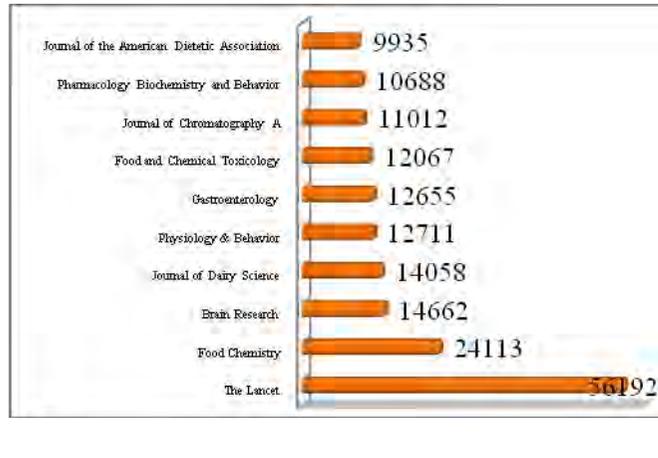
Потребительское поведение

Потребительская практика

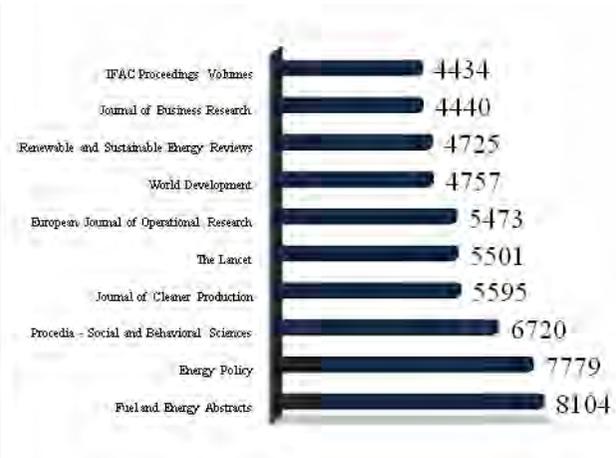
Рисунок 1.3 (г) - Количество публикаций, связанных с потребительским опытом в различных изданиях



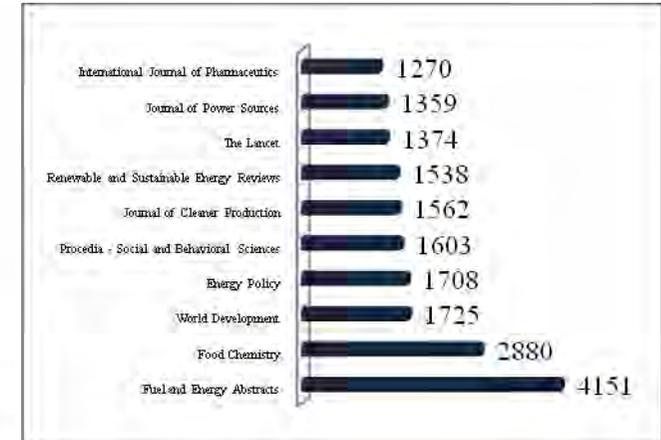
Рисунок 1.3 (д) - Количество публикаций, связанных с изучением индивидуальных и общественных потребностей в различных изданиях



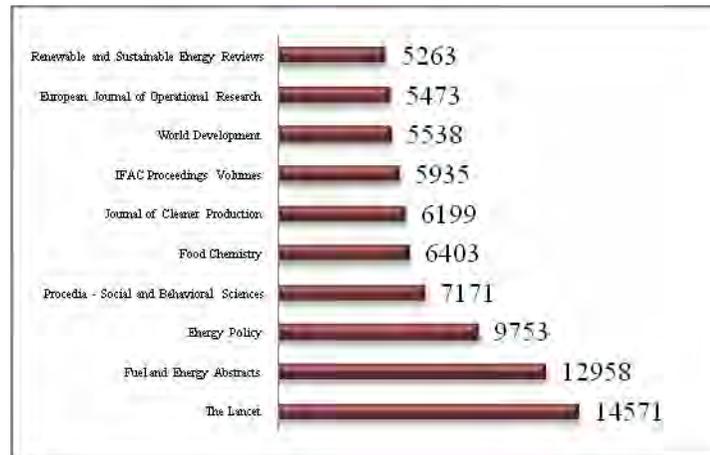
Продовольствие



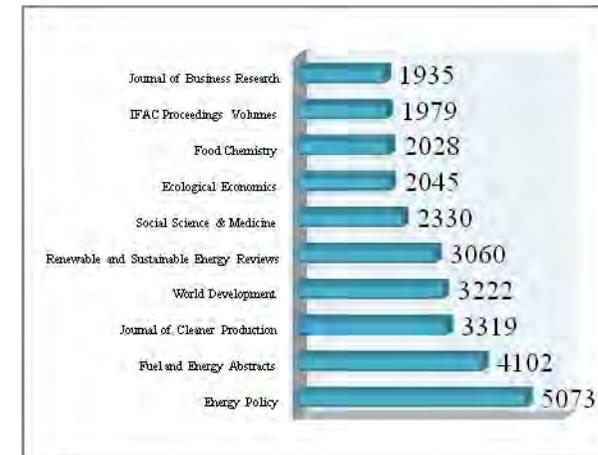
Изучение рынка



Формирование рынка



Рынок



Механизмы рынка

Рисунок 1.4 (а) - Количество публикаций, связанных с механизмом формирования рынка продовольствия в иностранных журналах

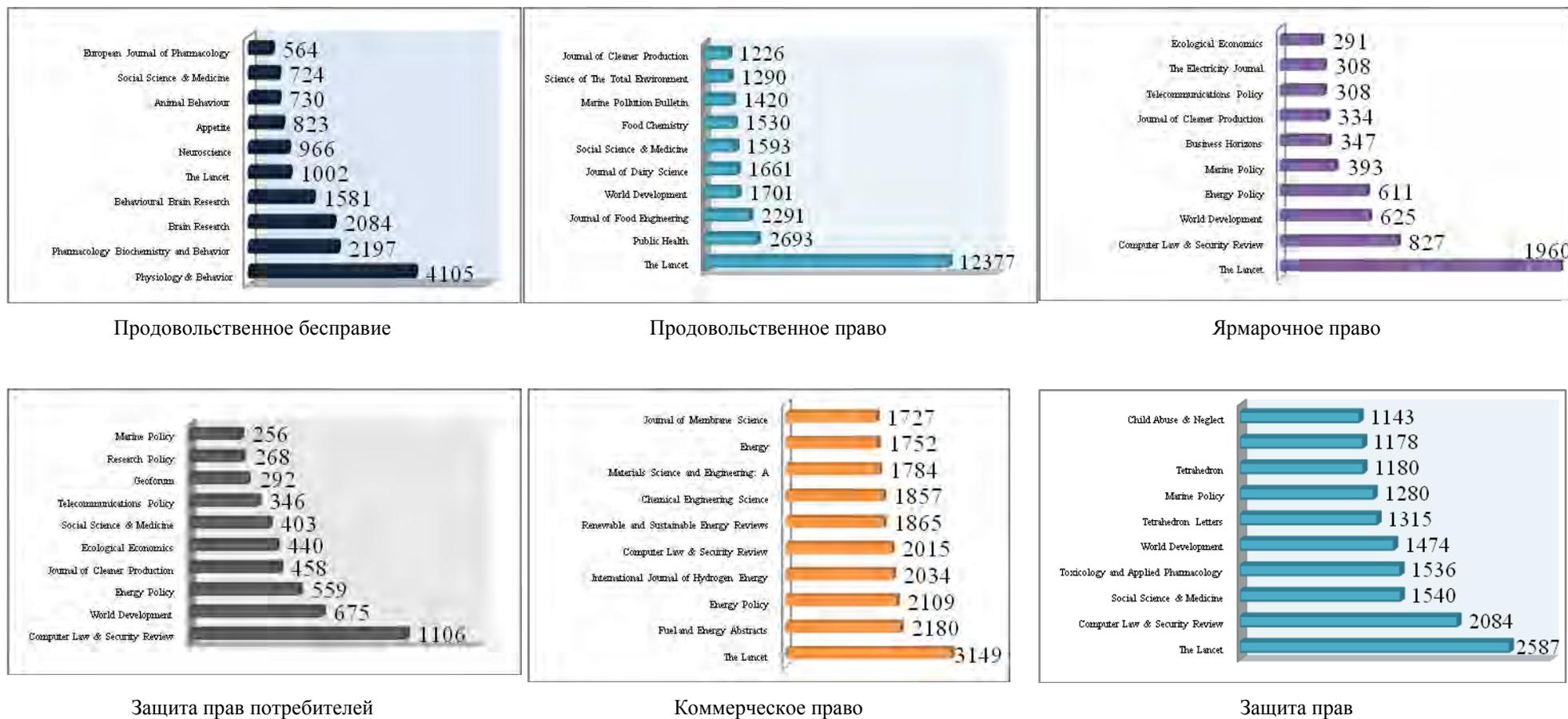
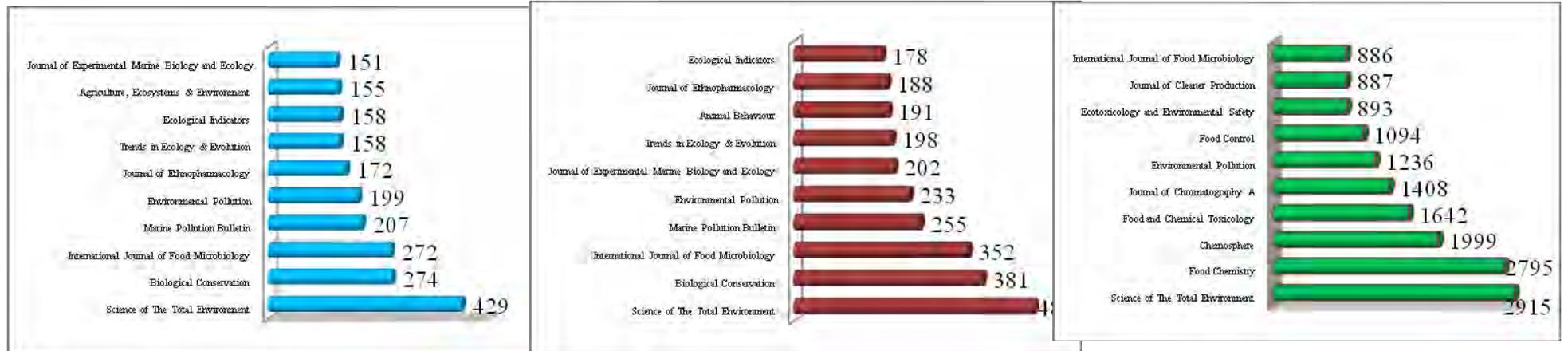


Рисунок 1.4 (б) - Количество публикаций, связанных с продовольственным правом в иностранных журналах

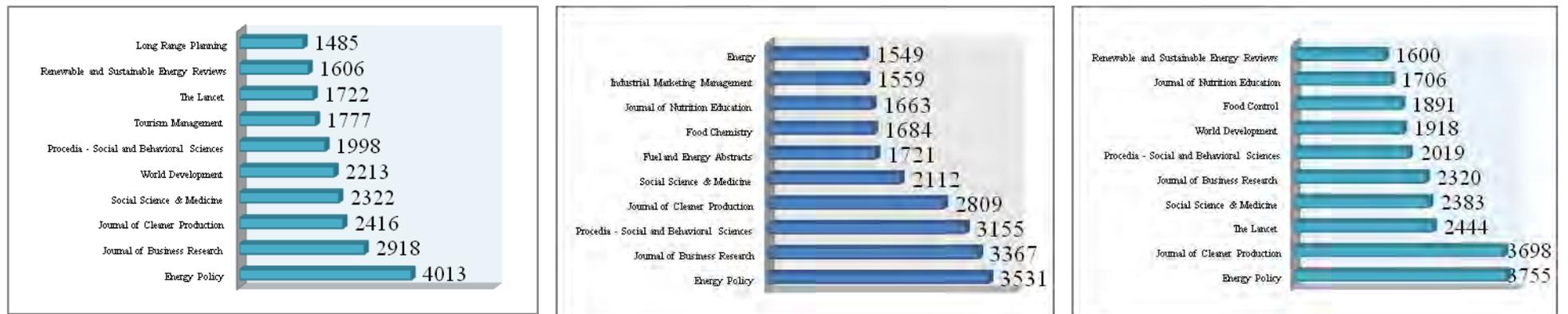


Таксономия рисков продовольственной системы

Таксономия рисков продовольствия

Квантификация рисков продовольственной системы

Рисунок 1.4 (в) - Количество публикаций, связанных с изучением рисков продовольственной системы в иностранных журналах



Потребительский опыт

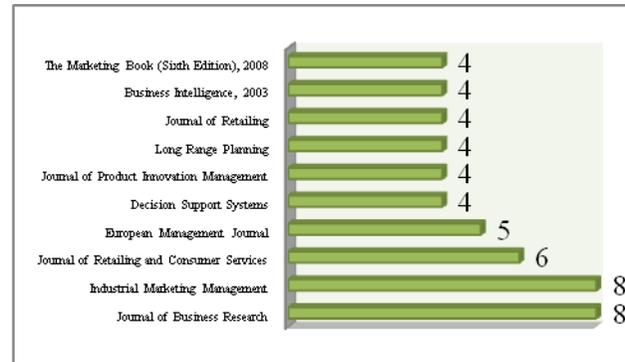
Потребительское поведение

Потребительская практика

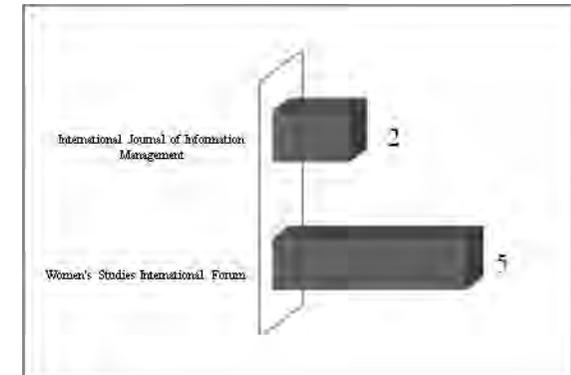
Рисунок 1.4 (г) - Количество публикаций, связанных с потребительским опытом в иностранных журналах



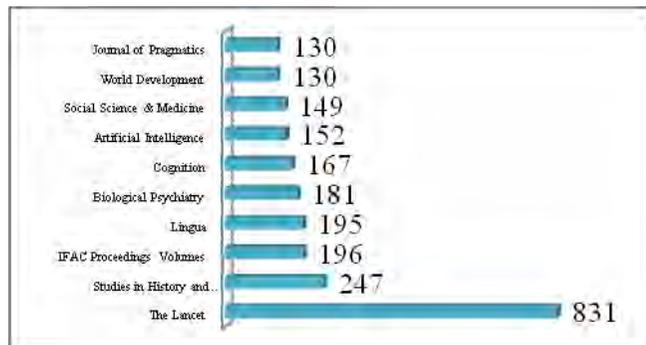
Макромаркетинг



Микромаркетинг



Инфотека



Фальсификация



Реклама

Рисунок 1.4 (д) - Количество публикаций, связанных с изучением индивидуальных и общественных потребностей в иностранных журналах



### **1.3 Формирование инструментария функционирования рынка продовольствия**

На основании проведенного исследования и определения критериев формирования продовольственного права изучены потребительские практики, проанализированы существующие модели потребления, а также на основе изученных потребительских практик представлен вектор развития культуры потребления, при этом внимание акцентируется на необходимости на основании изучения потребительских практик продовольственное право считать основным инструментом функционирования рынка продовольствия. Для исследования данной проблемы были использованы методы эмпирического анализа, сравнения, синтеза существующих потребительских практик, как важную составляющую в формировании продовольственного права [193-195]. В результате исследования впервые затронута роль и значение формирования такого нового понятия как продовольственное право, являющимся основополагающим правом на доступное и безопасное питание.

Авторская версия понятия «Продовольственное право», как неотъемлемой части функционирования рынка продовольствия, базируется, безусловно, на существующем международном и отечественном опыте использования комплекса существующих потребительских практик.

В рамках исследования речь идёт о накопленном потребительском опыте и потребительской практике, о современных мировых тенденциях роста потребительских предпочтений на пищевые продукты, о количественной и качественной динамике процессов трансформации потребительского спроса на товары и возможностях его удовлетворения.

Представленные различные модели потребления требуют их глубокого изучения для выявления как положительных, так и отрицательных факторов в формировании продовольственного права, характеризующееся как право на доступ человека к качественному и безопасному питанию в достаточном для него количестве. В связи с этим назрела проблема изучения состояния

продовольственного права на рынке продовольствия, опираясь на существующие потребительские практики.

В основу исследовательской работы легли публикации ученых практиков и теоретиков, занимающихся проблематикой потребительского поведения: Т. Веблен, Х. Лейбенштейн, П. Бурдьё, Ж. Бодрийар, З. Бауман, Селиверстова Я.А. Ластовский С.Л. Козинцев А.В.

Новый оттенок потребления предложил Т. Веблен [81, с. 57-71], введя понятие «показное потребление», которое он характеризует «как способ демонстрации принадлежности к определенным слоям населения на основании глубокого изучения потребительских практик», указав при этом, что для так называемой «элиты», наиболее финансово состоятельной группы общества характерно приобретение элитных товаров (их не могут купить остальные потребители из-за отсутствия финансовых возможностей), подчеркивая тем самым высокое положение индивида.

В этом направлении работал и ученый Х. Лейбенштейн [82], выявляя влияние массовых покупок товаров на потребителей, подражающих большинству. П. Бурдьё [83] указывал на взаимосвязь потребительских практик не только с экономическими возможностями индивида, но и его нахождением в плоскости своей жизнедеятельности, а также сформированных традиций, связанных с потреблением товаров и услуг.

Подобные исследования проводил французский философ-постмодернист Жан Бодрийар [84, с. 52-67], который сделал вывод о практике потребления как о наборе знаков системы, позволяющей распознавать и вызывать реакцию потребителей на рынке товаров и услуг, причем потребление выступает средством и формой социальной коммуникации между индивидами, а в рамках информационного поля, сформированного группой людей, происходит непрерывный обмен накопленного потребительского опыта с человеком, как неотъемлемой части социума, в который он входит.

Социологи Бауман З. и Гидденс Э. [85, 86] в своих трудах обращают

внимание на ключевую роль символического потребления, что отодвинуло на второй план факторы традиционных первопричин формирования идентичности, таких как семейное происхождение и классовый статус.

По мнению Селиверстова Я.А. [87] в своем поведении потребитель проявляет рациональность, тщательно взвешенные решения в том какие товары, по какой цене и где именно их приобретать, что характерно для приверженцев неоклассической экономической теории. В процессе таких потребительских практик «выжимается» максимум полезности для индивида, при этом потребителем производится постоянный мониторинг цен и собственного финансового состояния, что влияет на объем потребляемых товаров и услуг. Следует отметить, что таким образом можно отслеживать рост или падение благосостояния человека. Ластовский С.Л. Козинцев А.В. [88, 89] считали, что пропаганда потребления в неразумных объемах несет угрозу как для общества, так и для самого индивида.

Исследование научных публикаций показал интерес к данной проблеме со стороны учёных и практиков, обобщить их мнение относительно понятия «потребление», и сформулировать авторское видение проблемы взаимосвязи потребления, потребительских практик, потребительского опыта и продовольственного права.

Изучение исследовательских работ вышеперечисленных ученых позволило выявить не только положительные и отрицательные тенденции в формировании продовольственного права, но и посредством потребительских практик выявить принадлежность различных потребителей к тому или иному социальному положению. Например, проанализированная модель потребления демонстративного поведения Веблена Т. [81] иллюзорно утверждает элитарный статус, и более того, является вредным для общества, поглощая большое количество ресурсов, за счет которых возможно было бы разрешение многих глобальных проблем, в том числе и продовольственных.

В отличие от демонстративного потребления, где целью является проявление своего статусного положения в социуме, референтное

потребление является свидетельством лишь намерения индивида включиться в ту или иную социальную группу. В этом случае проявляется стремление индивида быть «как все», перенимать ту же потребность, что и у окружающих людей, ничем не выделяясь. Результатом такого потребительского поведения является «членство» желаемой социальной группы, и при этом совершенно не имеет значения, насколько потребляемые товары и услуги удовлетворяют реальные потребности индивида. Это явление в своей работе Лейбенштейн Х. описывает как эффект присоединения к большинству, показывая прямую зависимость спроса на товар от его покупок другими людьми [82].

Следует отметить: демонстративное потребление задаёт определенную планку своего привилегированного статуса в обществе, создавая стандарты потребления, а референтное потребление стремится достичь эту установленную планку и потреблять в соответствии стандартам.

В настоящее время, по мнению авторов [83, 84] потребление свидетельствует не только о финансовой устойчивости, но и характеризуется различиями в имидже, стилях жизни, устоявшихся традициях и ценностях индивидов определенной социальной ниши, что приводит к формированию стабильных потребительских практик, подчеркивая те ценности и стиль жизни, которых придерживается конкретный потребитель. Пьер Бурдьё поддерживает мнения исследователей относительно привилегированной социальной принадлежности локации индивида не только к экономически состоятельной группе, но и к элитарному пространственному местонахождению (место проживания, место работы, его местоположение в самом социуме), причем любое пространство, включая и социальную локацию, имеет центральное привилегированное место [83].

Исходя из этого, посредством потребительских практик совершается попытка оправдания нахождения в той или иной социальной локации и, соблюдая стиль жизни, индивид использует потребительские практики как средство принадлежности к референтной группе людей. Создается

своеобразная формула, состоящая из определенного кодирования потребления с алгоритмом умения «прочитать» символы этого кодирования другими индивидами, что позволяет отнести потребителя к данному стилю жизни с учетом проявления в потребительских практиках интересов конкретного потребителя. Для изучения структуры и диапазона потребительских практик автором [3] предлагается провести анализ различий стилей жизни индивидов, символического смысла и значимости, вкладываемой в них.

Символическое потребление, описанное социологом Бауманом З. [85], сместило на второй план происхождение человека. Объяснением этого явления следующее: в демократических странах в исторической ретроспективе у всех появился доступ к высшему образованию и знаниям об управлении социальными системами, что позволило каждому индивиду добиться больших успехов, построить карьеру и занять высокий социальный статус независимо от своего происхождения или классового положения.

Появилось так называемое «символьное потребление» [86, с. 67-74], где в поисках точек ориентиров происходит информационный обмен символами знаков потребления, а с помощью потребления товаров и услуг как символов идентификации определенного круга общения индивид решает для себя задачу самоутверждения и самовоспроизводства в этом обществе.

Однако помимо существующих практик, которых придерживаются потребители, существует ряд факторов, оказывающих воздействие на покупателей [196-201]. С целью увеличения объемов продаж товаров и услуг предприниматели принимают различные маркетинговые меры [202-205]. Это продвижение своей марки с использованием рекламы, промоушн-кампании, существенные скидки на товар, всевозможные акции, покупки двух единиц товара по цене одной и т.д. С одной стороны, появляется явная экономическая выгода у потребителей покупки товаров по заниженным ценам, а с другой, особенно когда используются социально-психологические методики воздействия, возникает желание потреблять все больше и больше, невзирая на отсутствие такой необходимости.

Такое «слепое потребительство» изучал Ластовский С.Л. [88] и выявил как позитивные, так и негативные последствия движения человечества в русле этой концепции. Автор пришел к выводу о развитии у населения потребительской психологии в следствие использования крупными корпорациями, например, государственных механизмов в продвижении товаров и услуг. Существенное влияние на формирование потребительской психологии оказал опыт западных стран, где верховенство потребления материальных благ стало чуть ли не государственной идеологией. Начиная уже с 60-х годов прошлого столетия, в средствах массовой информации в рекламных роликах усиленно шла пропаганда о новом «модном обществе», в котором приветствовалось использование кредита, пользование скидками, совершение покупок во имя удовлетворения всех своих желаний. Посредством культурного сотрудничества данная идеология распространилась на весь мир.

Интересно и такое явление как «шопоголизм», с которым последние 30-40 лет столкнулось и наше общество. Суть «шопоголизма» состоит в неудержимом желании совершать покупки в неограниченных объемах не ради удовлетворения своих потребностей, а ради самого процесса покупки. На это явление серьезное внимание обратили врачи-психотерапевты. Например, Козинцев А.В. [89] выявил ряд причин такого крайнего проявления неограниченного потребления, и утверждает, что они носят психологический характер и объяснение этого явления кроется в семье: компенсируют подарками родители недостаток внимания и любви в детском возрасте, и прочими знаками (чаще в таком положении оказываются дети богатых, властных авторитарных родителей).

Проведенные исследования позволили констатировать: потребительские практики, безусловно, являются иррациональными, так как проявляются они вследствие неразумного, агрессивно-необоснованного потребительства, отсутствия потребительской культуры [90]. Воспитание культуры потребления крайне необходимо для формирования рациональных

практик, которые основывается на ряде стимулов и факторов, воздействующих на покупателя непосредственно в момент осуществления покупки, что придает потребительским практикам социально-экономический характер, где потребитель желает достичь определенной цели по отношению к обществу с учетом своих финансовых возможностей.

Основываясь на заключениях изученных материалов вышеперечисленных ученых, область потребительских практик представляет собой достаточно сложноорганизованную структуру, в которой выражается желание не только продемонстрировать социальное положение индивида, но и проявляются традиции потребления общества. К тому же наличие градации на возрастные категории говорит о преобразении общества, где потребление воспринимается не как рациональное действие при совершении покупки товара или услуги, а используется как определенный символичный язык общения. В последующих исследованиях следует тщательно проанализировать структурообразование потребительских практик, делая основной упор на изучении взаимозависимости практик разных типов на различных товарных рынках, а также выявить степень влияния потребительских практик на формирование рынка продовольствия в целом.

Интерес представляет изучение предпосылок возникновения и качественного наполнения понятия продовольственного права с дальнейшей ассимиляцией и преобразованием выявленных предпосылок в новую систему взаимодействия, в новую целостность взаимоотношений на потребительском рынке. Стоит заметить, что в процессе воссоздания потребительских практик наблюдается взаимопроникновение общих признаков в обществе потребления. Социологи проделали большой путь в исследовании такого свершившегося исторического факта как потребление и проявление его культуры. Под воздействием развития глобализации культура потребления постепенно обретает единые стандарты. Однако вектор цели (направленность движения культуры потребления) подвержен коррекции с помощью создания модели потребления.

В социуме каждый сам для себя определяет сущность потребления. Либо индивид посредством потребления удовлетворяет демографически обусловленные потребности (базовые, необходимые для нормальной деятельности каждого человека и позволяющие реализовать свой генетический потенциал), либо удовлетворяет деградиционно-паразитарные потребности, пользуясь своим высоким привилегированным положением в обществе и имея сверхвысокие доходы. К такой культуре потребления безусловно относятся «демонстративное потребление» [206-207] и «референтное потребление» [208-210]. В первом случае индивид, чтобы подчеркнуть свой высокий статус использует даже чрезмерное потребление, покупая дорогие ненужные вещи, тратя огромные средства и распыляя при этом ценные ресурсы, а референтные потребители – это большая группа людей, стремящаяся к такой же культуре потребления.

Кроме этого, под влиянием потребительских практик происходит существенное изменение как номенклатуры товаров и услуг, так и их увеличение [211-212]. Постоянная гонка в удовлетворении возникающих все новых потребностей, возникающих под диктовку моды, заставляет производителей переориентироваться под новые требования, в результате чего в конкурентной борьбе производителей происходит перепроизводство товаров. Старые же, немодные, но еще функциональные вещи, в себестоимость которых входит и сырье, и затраты средств на производство, и труд, и время человека, попросту выбрасываются.

Исходя из того, что продовольственное право, как один из механизмов рынка продовольствия и неотъемлемая составляющая движения защиты прав потребителей, носит прежде всего международный общепланетарный характер, такая потребительская практика является вредной, нарушая баланс распределения ресурсов в ведении хозяйственной деятельности человека. Поэтому одним из постулатов возникающего на основе правозащитных организаций продовольственного права должен стать пример разумной, умеренной культуры потребления среди индивидов с высоким достатком,

которым подражает большое количество людей. Принимая во внимание, что ресурсы на планете не безграничны, необходим масштабный пересмотр культуры потребления, а одной из задач правозащитных организаций – это необходимость разработать и рекомендовать рациональную модель потребления для всех групп общества.

Потребительские практики, выражая сущность и проявление продовольственного права как механизма формирования рынка продовольствия, также помогает адаптироваться человеку в социуме, налаживая процессы коммуникации. Представленная, к примеру, авторами модель [81-84] постмодернистского общества выражает значение потребительских практик не только как возможность удовлетворить базовые потребности человека, но и выступает одним из связующих звеньев во взаимодействии потребителей между собой и объектами реализации потребительских благ (розничные магазины, кафе, рестораны, супермаркеты и т.д.), формируя продовольственное право, как основу возникающих при этом взаимоотношений между потребителями.

Одной из важных задач в формировании продовольственного права является процесс социализации индивидов как потребителей, а также необходимость руководствоваться не только нормами и правилами возникших потребительских практик, но и определения для себя истинных ценностей в проявлении этих практик. Каждый индивид должен поставить перед собой вопрос, что важнее для него в потреблении: способ самоутверждения в социуме или удовлетворение демографически обусловленных потребностей.

На основании проведенного эмпирического анализа структурирования пространства типов потребительских практик в данной научной работе изучено позиционирование потребителей по таким признакам, как возрастные группы, состояние здоровья и целевое назначение. Например, потребительские практики относительно питания детей (детское питание), беременных женщин (без аномалий и с аномалиями), кормящих матерей,

разработка питания для учебных заведений (детсады, школы, интернаты), для учреждений закрытого типа (больницы, военизированные объекты, МВД и др.), для людей, требующих персонифицированного подхода к питанию (спортсмены, отечественные и иностранные туристы) и другие.

В контексте актуализации продовольственного права персонифицированный подход к питанию требует более тщательного изучения международного опыта с учетом различного состояния соблюдения данного права, например, в странах Европейского Союза, странах постсоветского пространства, стран Африки и Азии.

Проведенный анализ существующих потребительских практик позволил выявить ряд факторов, формирующих продовольственное право, как основной инструмент функционирования рынка продовольствия. Изученные потребительские практики выявили необходимость создания единой модели потребления, формирующую как ассортимент на рынке товаров и услуг, так и отношение к потребляемым ресурсам планеты.

Дальнейшего исследования требует изучение деятельности международных, межведомственных, государственных контролирующих органов, принимающих участие в формировании продовольственного права, а также изучение индивидуализации в вопросах обеспечения полноценного питания различных групп населения.

## **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.**

Изучение теоретических основ формирования и функционирования рынка продовольствия, и теоретико-методологических основ регулирования рынка продовольствия в контексте права человека на питание позволило сделать ряд выводов.

1. Изучен эмпирический базис и теоретические основы формирования и развития рынка продовольствия с использованием маркетинговых технологий, что позволило выявить закономерности функционирования

современного рынка продовольствия, а также изменение традиционного, через призму категорий «цена», «конкуренция», «спрос», «предложение», восприятия механизма функционирования рынка продовольствия.

2. Рассмотрены основополагающие положения теории рынковедения, а именно следующие категории: «потребительское поведение», «потребительские практики», «потребительский опыт», «потребительские споры», «потребительское доверие» с акцентом на категории «продовольственное бесправие» и «продовольственное право», которые явились ключевыми при формировании концепции приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга.

3. В контексте права человека на питание и защиту прав потребителей в современной экономике продовольственное право выделено как основной маркетинговый инструмент функционирования современного рынка продовольствия в условиях повышения интереса к тенденции гуманизации общества. Недостаточная изученность категориального аппарата и инфраструктуры института защиты прав потребителей позволила соотнести указанные дефиниции и построить семантическое поле исследования.

4. Изучение международного опыта в сфере потребительского рынка в целом и семантического поля рынка продовольствия в частности показало устойчиво стабильное повышение интереса к дефиниции «продовольственное право».

5. На основании определения критериев формирования продовольственного права изучены потребительские практики, проанализированы существующие модели потребления, а также представлен вектор развития культуры потребления. При этом акцентируется внимание на необходимости считать продовольственное право основным инструментом функционирования рынка продовольствия.

6. В рамках изучения данной проблемы с использованием маркетинговых технологий и методов эмпирического анализа, сравнения, синтеза существующих потребительских практик выявлено достаточно новое в отечественной практике понятие «продовольственное право», обозначены его роль и значение как основополагающего права человека на доступное и безопасное питание. Предложено продовольственное право трактовать как приоритетно-центристский комплекс прав субъектов продовольственного комплекса на здоровое питание и защиту прав потребителей, устанавливаемых и охраняемых государственными и международными правозащитными организациями, сформированный и реализуемый в условиях гуманизации общества согласно принципам социально-этического маркетинга.

7. При формировании продовольственного права в государстве важными задачами являются следующие: процесс социализации индивидов как потребителей; необходимость не только руководствоваться нормами и правилами возникших потребительских практик, но и определения для себя истинных ценностей в проявлении этих практик с учётом индивидуализации потребления; способ самоутверждения в социуме или удовлетворения демографически обусловленных потребностей.

Материалы первой главы диссертации отражены в публикациях: [161; 162; 163; 164; 165].

## ГЛАВА 2.

### СОВРЕМЕННАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

#### 2.1 Мониторинг состояния продовольственного рынка Донецкой Народной Республики

Для анализа и мониторинга механизмов функционирования продовольственного рынка Донецкой Народной Республики были проведены статистические расчеты и спрогнозированы основные экономические показатели развития Республики (табл. 2.1). Средняя вероятность прогноза составила 0,9634 (рассчитано как среднее значение всех коэффициентов аппроксимации, полученных при формировании трендов по исследуемым показателям). Прогнозируемые данные были рассчитаны на будущие три периода. К основным социальным показателям были отнесены численность населения Донецкой Народной Республики (чел.), факты смертности и рождения на территории Республики (чел.), количество умерших детей в возрасте до 1 года (чел.). Общий определитель голода ДНР (%) является расчетным показателем и включает в себя треть от суммы доли детей до 5 лет с недостатком веса, долю детей, умирающих до 5 лет и долю недоедающего населения ДНР.

Показатели, которые касаются количества предприятий торговли, общественного питания и пищевой промышленности позволили проанализировать степени интенсивности производства и потребления продовольствия в Республике, а потребовало дополнительных сведений об объеме реализованной промышленной продукции (млн. руб.), объеме розничного товарооборота предприятий (юридических лиц),

осуществляющих деятельность по розничной торговле и ресторанному хозяйству (млн. руб.) и объеме реализованной продукции (млрд. руб.).

Важным показателем является доля пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР и индекс потребительских цен. Соотношение количества физических лиц–предпринимателей (тыс. чел.) и объем товарооборота на душу населения (тыс. руб.) позволили выяснить тенденции по активизации малого и среднего предпринимательства в республике в сфере продовольственных товаров.

Количество рекламных агентств в ДНР, как показатель, принят во внимание по причине прояснения сравнения степени ориентированности на потребителя республиканских производителей и зарубежных компаний, реализуемых импортную продукцию (Беларусь, Россия, Украина и страны дальнего зарубежья).

Полученные результаты прогноза позволили предположить положительную динамику по численности населения и повышению рождаемости в Донецкой Народной Республике, вероятное увеличение количества предприятий торговли, общественного питания и пищевой промышленности, отметить стабильную положительную тенденцию по объемам реализованной промышленной продукции, розничного товарооборота предприятий и товарооборота на душу населения. Заслуживает внимания и такие показатели, как увеличение доли пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР и возрастание количества физических лиц – предпринимателей.

Таблица 2.1 – Основные экономические показатели развития ДНР\*

Показатель	2015	2016	2017	2018	Прогноз		
					2019	2020	2021
Численность населения Донецкой Народной Республики, человек	2322532	2318960	2306766	2307109	2314098,8	2326795	2331778,8
Факты смертности в ДНР, человек	29300	34833	28866	25789	23587	22974	20126
Факты рождения в ДНР, человек	9162	11771	9785	10812	22457,5	52334	108047,5
Количество умерших детей в возрасте до 1 года, человек	110	106	112	109	119,085	115,122	108,679
Общий определитель голода ДНР, %	12,07	10,97	7,31	6,62	4,753	3,367	2,186
Предприятия торговли, ед.	4321	6256	8322	10354	12354,5	14371	16387,5
Предприятия общественного питания, ед.	7720	8479	8665	9302	12475,55	14637,5	16847,95
Предприятия пищевой промышленности, ед.	31	35	45	55	69,5	86,7	106,9
Объем реализованной промышленной продукции, млн. руб.	1,6	4	4,6	5,9	9,775	15,525	21,825
Объем розничного товарооборота предприятий (юридических лиц), осуществляющих деятельность по розничной торговле и ресторанному хозяйству, млн. руб.	26,6	27,1	29,2	31,5	35,05	39,43	44,71
Доля пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР, %	10,1	10,6	11	11,4	11,85	12,28	12,71
Объем реализованной продукции, млрд. руб.	4,6	7,6	8,2	9,3	14,975	19,845	21,64
Количество физических лиц -предпринимателей, тыс. чел.	23,0	24,2	25,0	26,9	26,9	27,95	29
Индекс потребительских цен, %	100,2	100,7	99,9	101,0	101,85	102,71	103,37
Товарооборот на душу населения, тыс. руб.	27,9	28,4	29,0	29,9	30,95	32,21	33,67
Количество рекламных агентств в ДНР	32	102	168	207	236,25	248,85	245,95

\*Сформировано автором по источникам литературы [91-106]

Уменьшение общего уровня смертности, количества умерших детей в возрасте до 1 года и общего определителя голода в ДНР позволяет спрогнозировать повышение качества жизни и улучшение общего экономико-социального состояния в Республике.

Исследование показало: незначительное повышение индекса потребительских цен более вероятно связано с инфляционными процессами региона; изменение количества рекламных агентств находится в незначительных пределах и особого влияния на экономико-социальное развитие Республики не окажет.

Статистическая обработка выбранной номенклатуры экономических показателей развития Донецкой Народной Республики была проведена с помощью программного обеспечения Microsoft Exsel 2010, пакет Статистика. По результатам расчетов были получены значения среднего арифметического показателей за приведенные периоды (2015-2018 гг.), максимальное и минимальное значение показателей за аналогичный период. Кроме этого, методами статистического анализа за исследуемый период был рассчитан прирост по каждому показателю в фактическом 2018 году в сравнении с 2015 годом (табл. 2.2).

Таблица 2.2 – Результаты статистических расчетов по исследуемым показателям

Показатель	Среднее	Максимум	Минимум	Прирост
Численность населения Донецкой Народной Республики, человек	2313841,75	2322532,00	2306766,00	-0,66
Факты смертности в ДНР, человек	29697,00	34833,00	25789,00	-11,98
Факты рождения в ДНР, человек	10382,50	11771,00	9162,00	18,01
Количество умерших детей в возрасте до 1 года, человек	109,25	112,00	106,00	-0,91
Общий определитель голода ДНР, %	9,24	12,07	6,62	-45,15
Предприятия торговли, ед.	7313,25	10354,00	4321,00	139,62
Предприятия общественного питания, ед.	8541,50	9302,00	7720,00	20,49
Предприятия пищевой промышленности, ед.	41,50	55,00	31,00	77,42
Объем реализованной промышленной продукции, млн. руб.	4,03	5,90	1,60	268,75

Показатель	Среднее	Максимум	Минимум	Прирост
Объём розничного товарооборота предприятий (юридических лиц), осуществляющих деятельность по розничной торговле и ресторанному хозяйству, млн. руб.	28,60	31,50	26,60	18,42
Доля пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР, %	10,78	11,40	10,10	12,87
Объём реализованной продукции, млрд. руб.	7,43	9,30	4,60	102,17
Количество физических лиц - предпринимателей, тыс. чел.	24,78	26,90	23,00	16,96
Индекс потребительских цен, %	100,45	101,00	99,90	0,80
Товарооборот на душу населения, тыс. руб.	28,80	29,90	27,90	7,17
Количество рекламных агентств в ДНР	127,25	207,00	32,00	546,88

Следует отметить, что исследуемые показатели констатировали как положительный, так и отрицательный прирост, что свидетельствует о количественном увеличении показателей в 2018 году по сравнению с 2015 и уменьшении других показателей за аналогичный период соответственно.

Отрицательный прирост отмечен по показателям численности населения Донецкой Народной Республики, количества умерших детей в возрасте до 1 года, общего определителя голода и зафиксированных фактов смертности. Зафиксированная тенденция к уменьшению вышеупомянутых показателей свидетельствует о снижении смертности и стабильной ликвидации уровня голода среди населения Республики. Общее незначительное снижение численности населения ДНР связано с миграцией граждан на территории близко расположенных стран (Россия, Украина).

Остальные показатели показали положительный прирост, т.е. положительная динамика по основным экономическим показателям очевидна.

Характеристика отдельных показателей экономических процессов в Донецкой Народной Республике за январь-июль 2018 по сравнению с аналогичным периодом 2017 года приведен в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Рост отдельных показателей экономических процессов ДНР

Экономический показатель	Изменения
Реальная заработная плата	+7,3%
Промышленная реализация	увел. в 1,7 раза
Численность штатных работников	+2,5%
Товарооборот предприятий юридических лиц оптовый	+15,8%
Товарооборот предприятий юридических лиц розничный	+15,4%
Реализация услуг	увел. в 1,5 раза
Экспорт	увел. в 4,5 раза
Импорт	увел. в 1,7 раза
Внешнеторговый оборот	увел. в 2,3 раза

Как показывают данные официальных источников [107] по основным экономическим показателям отмечена стабильная положительная динамика. Вышеупомянутый источник [107] также сообщает основные элементы индекса потребительских цен в 2018 году в процентах к предыдущему месяцу (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 - Основные элементы индекса потребительских цен в 2018 году (в % к предыдущему месяцу)

Методом построения линии тренда с прогнозом на 2 периода вперед, вероятно предположить рост индекса до уровня, зафиксированного в начале календарного года. Для выбранных показателей были рассчитаны и приведены трендовые зависимости (табл. 2.4).

Таблица 2.4 – Трендовые зависимости основных экономических показателей ДНР

Показатель	Зависимость	К аппрокс.
Численность населения Донецкой Народной Республики, человек	$y = 1978,75x^2 - 10740x + 2000000$	$R^2 = 0,8864$
Факты смертности в ДНР, человек	$y = -215,5x^2 + 9112,5x + 23060$	$R^2 = 0,7564$
Факты рождения в ДНР, человек	$y = 1268x^3 - 9905,5x^2 + 23449x - 5650$	$R^2 = 1$
Количество умерших детей в возрасте до 1 года, человек	$y = -2,43x^3 + 24x^2 - 53,833x + 143$	$R^2 = 1$
Общий определитель голода ДНР, %	$y = 0,1025x^2 - 2,5135x + 14,758$	$R^2 = 0,9292$
Предприятия торговли, ед.	$y = 2016,5x + 2272$	$R^2 = 0,9998$
Предприятия общественного питания, ед.	$y = 24,25x^2 + 1895,2x + 2393,3$	$R^2 = 0,9999$
Предприятия пищевой промышленности, ед.	$y = 1,5x^2 + 0,7x + 28,5$	$R^2 = 0,9948$
Объем реализованной промышленной продукции, млн. руб.	$y = 0,275x^2 + 2,725x - 0,725$	$R^2 = 0,9679$
Объем розничного товарооборота предприятий (юридических лиц), осуществляющих деятельность по розничной торговле и ресторанному хозяйству, млн. руб.	$y = 0,45x^2 - 0,57x + 26,65$	$R^2 = 0,9935$
Доля пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР, %	$y = 0,43x + 9,7$	$R^2 = 0,9968$
Объем реализованной продукции, млрд. руб.	$y = 0,15x^2 + 3,845x + 1,375$	$R^2 = 0,9653$
Количество физических лиц - предпринимателей, тыс. чел.	$y = 1,05x + 21,65$	$R^2 = 0,9269$
Индекс потребительских цен, %	$y = 0,49x^3 - 3,85x^2 + 8,3167x + 95,2$	$R^2 = 1$
Товарооборот на душу населения, тыс. руб.	$y = 0,1x^2 + 0,16x + 27,65$	$R^2 = 0,9991$
Количество рекламных агентств в ДНР	$y = -7,75x^2 + 97,85x - 59,25$	$R^2 = 0,9985$

Отметим, что наибольшим уровнем вероятности обладает полиномиальный характер зависимости, однако два показателя отобразили линейную зависимость (доля пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР и количество физических лиц-предпринимателей).

Высокая вероятность прогноза обусловлена выявленными корреляционно-регрессионными взаимозависимостями среди исследуемых показателей (данные систематизированы в табл. 2.5).

Обратно пропорциональная интенсивная взаимозависимость выявлена у показателей в интервале №2, №4 и №5 к показателям №6-№16. Самая интенсивная обратно пропорциональная зависимость идентифицирована по показателям количества физических лиц предпринимателей и фактов смертности, а также общего определителя голода в ДНР.

Наиболее интенсивная прямо пропорциональная зависимость отмечена по численности населения. Она оказывает непосредственное влияние на количество предприятий пищевой промышленности, объём розничного товарооборота предприятий и размер товарооборота на душу населения.

Наименее интенсивная обратно пропорциональная зависимость отмечена по взаимосвязи смертности в ДНР и количеством предприятий общественного питания. Аналогичную тесноту взаимосвязи выявили между количествами предприятий общественного питания и объёмом розничного товарооборота предприятий.

В целом выбранные для исследования показатели отображают довольно интенсивную тесноту различного рода взаимосвязи, т.е. исследуемые показатели взаимосвязано отображают общее экономическое состояние Донецкой Народной Республики.

Таблица 2.5 – Корреляционно-регрессионные зависимости исследуемых экономических показателей ДНР

	Показатель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Численность населения ДНР, человек	1	0,9430	0,9214	0,8626	0,9334	0,9709	0,6473	<b>0,9958</b>	0,7703	<b>0,9993</b>	0,9525	0,8406	0,9779	0,7159	<b>0,9905</b>	0,9337
2	Факты смертности в ДНР, человек		1	0,9970	0,7519	0,9125	- 0,8738	- <b>0,4379</b>	- 0,9359	- 0,5962	- 0,9511	- 0,8393	- 0,7362	- <b>0,9659</b>	- 0,5275	- 0,8960	- 0,8329
3	Факты рождения в ДНР, человек			1	0,7481	0,8793	0,8356	0,3676	0,9092	0,5329	0,9296	0,7965	0,6823	0,9432	0,5170	0,8647	0,7881
4	Количество умерших детей в возрасте до 1 года, человек				1	0,6247	- 0,7648	- 0,3917	- 0,8182	- 0,5000	- 0,8445	- 0,7379	- 0,5145	- 0,7426	- 0,9535	- 0,8397	- 0,6774
5	Общий определитель голода ДНР, %					1	- 0,9645	- 0,7469	- 0,9599	- 0,8551	- 0,9446	- 0,9575	- 0,9459	- <b>0,9817</b>	- 0,4391	- 0,9399	- <b>0,9711</b>
6	Предприятия торговли, ед.						1	0,8075	0,9865	0,8997	0,9724	0,9975	0,9423	0,9660	0,6409	0,9916	0,9914
7	Предприятия общественного питания, ед.							1	0,7002	0,9828	<b>0,6481</b>	0,8468	0,9195	0,6556	0,3926	0,7431	0,8619
8	Предприятия пищевой промышленности, ед.								1	0,8165	0,9973	0,9727	0,8853	0,9873	0,6684	0,9944	0,9609
9	Объем реализованной промышленной продукции, млн. руб.									1	0,7730	0,9278	0,9730	0,7837	0,4537	0,8461	0,9405
10	Объём розничного товарооборота предприятий, млн. руб.										1	0,9538	0,8493	0,9850	0,6891	0,9889	0,9381
11	Доля пищевой пром-ти среди других отраслей пром-ти ДНР, %											1	0,9581	0,9484	0,6271	0,9826	0,9960
12	Объем реализованной продукции, млрд. руб.												1	0,8833	0,3999	0,8913	0,9780



Неотъемлемой частью качества жизни населения Республики является важная составляющая экономического состояния государства – фиксация фактов обмана потребителей на продовольственном рынке. Исследования были проведены по данным, предоставленным Инспекцией по защите прав потребителей.

Информация по видам продукции, изъятой за период с 2017 г. по I-й квартал 2018, систематизирована и представлена в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Количественная структура причин изъятия по видам продукции

Период	Вид продукции	НД	Срок	Марк.	Информ.	Запрещенные товары (приказ № 19)	Всего
2017 год	Алкогольная прод., л		936,20	5 041,08	4 677,81		10 655,09
2017 год	Б/А прод., л		781,70	3 137,54	3 757,04		7 676,28
2017 год	Бакалея, кг	0,12	834,14	11 000,99	17 597,91		29 433,16
2017 год	Молочная прод., кг		72,52	422,76	383,65		878,93
2017 год	Мясная прод., кг		123,22	6 409,67	2 969,16	754,94	10 256,99
2017 год	Рыбная прод., кг		1 647,97	37 845,23	2 548,99		42 042,19
I-й кв 2018	Алкогольная прод., л		377,85	1639,5	521,15		2 538,50
I-й кв 2018	Б/А прод., л		654,53	304,95	10,55		970,03
I-й кв 2018	Бакалея, кг		210,55	804,89	476,8		1 492,24
I-й кв 2018	Молочная прод., кг	11,6	15	56,3	5,5		88,40
I-й кв 2018	Мясная прод., кг		26,19	186,35	102,4	35	349,94
I-й кв 2018	Рыбная прод., кг		8,324	34,19	271,4		313,91
<b>Всего</b>		11,72	5688,19	66883,45	33322,36	789,94	106 695,66

Среди причин, по которым было изъято продовольствие, зафиксировано несоответствие требованиям нормативных документов, истекший срок годности, отсутствие маркировки, отсутствие документального подтверждения ее качества и безопасности, присутствие в оптово-розничной сети запрещенных товаров (приказ № 19 Инспекции по защите прав потребителей ДНР).

Исследованные данные позволили сделать следующие выводы. Наибольшее количество нарушений зафиксировано при реализации бакалейной и рыбной групп товаров в 2017 году. Ситуация в I-й квартале 2018 г. существенно улучшилась (уменьшение количества нарушений на 94,3%), однако более объективная ситуация по улучшению может быть оценена только после получения аналогичных данных за 2018 календарный год. Ситуация на рынке продовольствия характеризуется как критичная, и вынуждает к принятию еще более строгих мер по контролю за состоянием рынка продовольствия по факту наличия качественного и безопасного продовольствия.

В связи с вышеизложенным была исследована динамика количества нарушений в отношении платеже- и трудоспособного населения Донецкой Народной Республики с 2014 по 2018 гг.

На основании мониторинга данных был рассчитан коэффициент соблюдения, который отображает часть реализуемых товаров в соответствии с действующим законодательством в Республике. Для выяснения доли обманутых потребителей от общего количества платеже- и трудоспособного населения (табл. 2.7), был рассчитан уровень бесправия потребителей ДНР (выражен в процентах и составляет разницу между 100%) и коэффициент соблюдения.

Таблица 2.7 – Результаты мониторинга нарушений на продовольственном рынке ДНР

Категория нарушений	Период	Количество нарушений	Количество населения	Коэффициент соблюдения	Уровень бесправия потребителей ДНР, %
Продукция, не соответствует требованиям нормативных документов	2014	554,09	1012682	0,9995	0,0547
	2015	71025,01	1013498	0,9299	7,0079
	2016	68678,05	1017854	0,9325	6,7473
	2017	0,12	1019321	1,0000	прим. равно 0
	2018	0,9	1020698	1,0000	прим. равно 0
Пищевые	2014	585,35	1012682	0,9994	0,0578

Категория нарушений	Период	Количество нарушений	Количество населения	Коэффициент соблюдения	Уровень бесправия потребителей ДНР, %
продукты с истекшим сроком годности	2015	1254,43	1013498	0,9988	0,1238
	2016	722,665	1017854	0,9993	0,0710
	2017	3416,55	1019321	0,9966	0,3352
	2018	2822,66	1020698	0,9972	0,2765
Продукция, на которой отсутствует маркировка, и без док-го под-я ее качества и безопасности	2014	1365,14	1012682	0,9987	0,1348
	2015	82142,65	1013498	0,9190	8,1049
	2016	71190,74	1017854	0,9301	6,9942
	2017	58707,05	1019321	0,9424	5,7594
	2018	49321,09	1020698	0,9517	4,8321
Продукция без док-го подтверждения ее качества и безопасности, в части отсутствия документов изготовителя и поставщика	2014	2625,12	1012682	0,9974	0,2592
	2015	85562,82	1013498	0,9156	8,4423
	2016	70676,95	1017854	0,9306	6,9437
	2017	26975,55	1019321	0,9735	2,6464
	2018	19457,44	1020698	0,9809	1,9063
Запрещенные товары	2014	652,21	1012682	0,9994	0,0644
	2015	1525,16	1013498	0,9985	0,1505
	2016	0	1017854	1,0000	0,0000
	2017	705,43	1019321	0,9993	0,0692
	2018	511,32	1020698	0,9995	0,0501
Нарушения, связанные с измерительным оборудованием и обвесом покупателей	2014	625,01	1012682	0,9994	0,0617
	2015	1254	1013498	0,9988	0,1237
	2016	1496	1017854	0,9985	0,1470
	2017	292,03	1019321	0,9997	0,0286
	2018	225,08	1020698	0,9998	0,0221
Несоблюдение правил товарного соседства	2014	356	1012682	0,9996	0,0352
	2015	2654,14	1013498	0,9974	0,2619
	2016	1808,36	1017854	0,9982	0,1777
	2017	532,08	1019321	0,9995	0,0522
	2018	425,01	1020698	0,9996	0,0416
Нарушение санитарных норм	2014	378,08	1012682	0,9996	0,0373
	2015	1356,02	1013498	0,9987	0,1338
	2016	963,09	1017854	0,9991	0,0946
	2017	685,12	1019321	0,9993	0,0672
	2018	545,33	1020698	0,9995	0,0534
Отсутствие медицинских	2014	205,03	1012682	0,9998	0,0202
	2015	2112,12	1013498	0,9979	0,2084

Категория нарушений	Период	Количество нарушений	Количество населения	Коэффициент соблюдения	Уровень бесправия потребителей ДНР, %
книжек у персонала торгового предприятия	2016	1078,25	1017854	0,9989	0,1059
	2017	115	1019321	0,9999	0,0113
	2018	84	1020698	0,9999	0,0082
Средний по ДНР				0,9861	1,3939

Полученные результаты позволили рассчитать данные коэффициент соблюдения и уровень бесправия потребителей ДНР в прогнозе на три периода вперед. Полученные прогнозы занесены в таблицы 2.8 и 2.9.

Средняя вероятность правдоподобности прогнозов для коэффициента соблюдения составила 0,9096, уровня бесправия потребителей - 0,7324.

Прогнозирование показало, что коэффициент соблюдения будет снижаться, что означает повышение уровня бесправия потребителей в Республике. данный прогноз будет вероятен без принятия строгих контрмер против нарушений на продовольственном рынке Донецкой Народной Республики.

В пересчете на фактическое количество населения, которое посещает торговые объекты в оптово-розничной сети населенных пунктов Донецкой Народной Республики, 35 тысяч человек оказались бесправными при приобретении продовольствия. акцентируем внимание, что расчеты произведены по официальным данным. Остается открытым вопрос. Сколько же потребителей не знают о том, что подвергаются обману при приобретении продуктов питания? И какое количество продукции каких производителей производится, транспортируется, реализуется и хранится без соблюдения требований нормативной документации? Ответов на эти вопросы, к сожалению, нет. Но уменьшить реальный уровень бесправия потребителей возможно путем добавления к существующим мерам борьбы с нарушениями, образовательных порталов и проектов по просветительской деятельности среди населения Республики.

Таблица 2.8 – Результаты прогнозирования коэффициента соблюдения на продовольственном рынке ДНР

Категория нарушений	K <sub>аппрокс</sub>	Тренд	2014	2015	2016	2017	2018	Прогноз		
								2019	2020	2021
Продукция, не соответствует требованиям нормативных документов	0,9605	$y = -0,0116x^3 + 0,1194x^2 - 0,3551x + 1,2487$	0,9995	0,9299	0,9325	1	1	0,9109	0,9023	0,8564
Пищевые продукты с истекшим сроком годности	0,7457	$y = 0,0002x^3 - 0,0017x^2 + 0,004x + 0,9968$	0,9994	0,9988	0,9993	0,9966	0,9972	0,9164	0,8729	0,8176
Продукция, на которой отсутствует маркировка, и без док-го под-я ее качества и безопасности	0,7394	$y = 0,01x^2 - 0,0839x + 1,0592$	0,9987	0,919	0,9301	0,9424	0,9517	0,9158	0,9619	0,9753
Продукция без док-го подтверждения ее качества и безопасности, в части отсутствия документов изготовителя и поставщика	0,9999	$y = -0,011x^3 + 0,114x^2 - 0,3461x + 1,2405$	0,9974	0,9156	0,9306	0,9735	0,9809	0,8919	0,6308	0,5968
Запрещенные товары	1	$y = 0,0003x^4 - 0,004x^3 + 0,017x^2 - 0,029x + 1,015$	0,9994	0,9985	1	0,9993	0,9995	0,9778	0,9933	0,9965
Нарушения, связанные с измерительным оборудованием и обвесом покупателей	0,8403	$y = -0,0001x^3 + 0,0013x^2 - 0,008x + 1,0021$	0,9994	0,9988	0,9985	0,9997	0,9998	0,9793	0,9755	0,9701
Несоблюдение правил товарного соседства	0,9978	$y = -0,0001x^3 + 0,0035x^2 - 0,02x + 1,0067$	0,9996	0,9974	0,9982	0,9995	0,9996	0,9911	0,9821	0,9711
Нарушение санитарных норм	0,9194	$y = -0,0001x^3 + 0,0011x^2 - 0,004x + 1,0019$	0,9996	0,9987	0,9991	0,9993	0,9995	0,9959	0,9935	0,9891
Отсутствие медицинских книжек у персонала торгового предприятия	0,9833	$y = -0,0004x^3 + 0,0032x^2 - 0,0091x + 1,006$	0,9998	0,9979	0,9989	0,9999	0,9999	0,9802	0,9619	0,9332
Среднее значение	0,9096		0,9992	0,9727	0,9763	0,9900	0,9920	0,9510	0,9194	0,9007

Таблица 2.9 – Результаты прогнозирования уровня бесправия потребителей на продовольственном рынке ДНР

Категория нарушений	K <sub>аппрокс</sub>	Тренд	2014	2015	2016	2017	2018	Прогноз		
								2019	2020	2021
Продукция, не соответствует требованиям нормативных документов	0,7212	$y = 1,1642x^3 - 10,981x^2 + 29,783x - 19,522$	0,05	7,01	0,0675	0	0	8,91	9,77	14,36
Пищевые продукты с истекшим сроком годности	0,7644	$y = 0,0147x^3 - 0,1319x^2 + 0,3227x - 0,1393$	0,06	0,12	0,0007	0,0034	0,0028	8,36	12,71	18,24
Продукция, на которой отсутствует маркировка, и без док-го подтверждения качества и безопасности	0,6589	$y = -0,5672x^2 + 2,5826x + 0,1725$	0,13	8,1	0,0699	0,0576	0,0483	8,42	3,81	2,47
Продукция без док-го подтверждения ее качества и безопасности, в части отсутствия документов изготовителя и поставщика	0,7181	$y = 1,3822x^3 - 13,014x^2 + 35,179x - 22,812$	0,26	8,44	0,0694	0,0265	0,0191	10,81	36,92	40,32
Запрещенные товары	0,7555	$y = 0,0199x^3 - 0,1814x^2 + 0,4561x - 0,2269$	0,06	0,15	0	0,0007	0,0005	2,22	0,67	0,35
Нарушения, связанные с измерительным оборудованием и обвесом покупателей	0,7869	$y = 0,015x^3 - 0,1349x^2 + 0,3305x - 0,1447$	0,06	0,12	0,0015	0,0003	0,0002	2,07	2,45	2,99
Несоблюдение правил товарного соседства	0,7244	$y = 0,0399x^3 - 0,3726x^2 + 0,9875x - 0,6007$	0,04	0,26	0,0018	0,0005	0,0004	0,89	1,79	2,89
Нарушение санитарных норм	0,7417	$y = 0,0183x^3 - 0,168x^2 + 0,4321x - 0,2356$	0,04	0,13	0,0009	0,0007	0,0005	0,41	0,65	1,09
Отсутствие медицинских книжек у персонала торгового предприятия	0,7205	$y = 0,0333x^3 - 0,3123x^2 + 0,8354x - 0,5249$	0,02	0,21	0,0011	0,00001	0,00001	1,98	3,81	6,68
Среднее значение	0,7324		0,08	2,726667	0,023644	0,009978	0,007989	4,90	8,06	9,93

Динамика экспорта и импорта на продовольственном рынке ДНР с прогнозом на три периода вперед (вероятность 0,9999) изображена на рисунке 2.2.

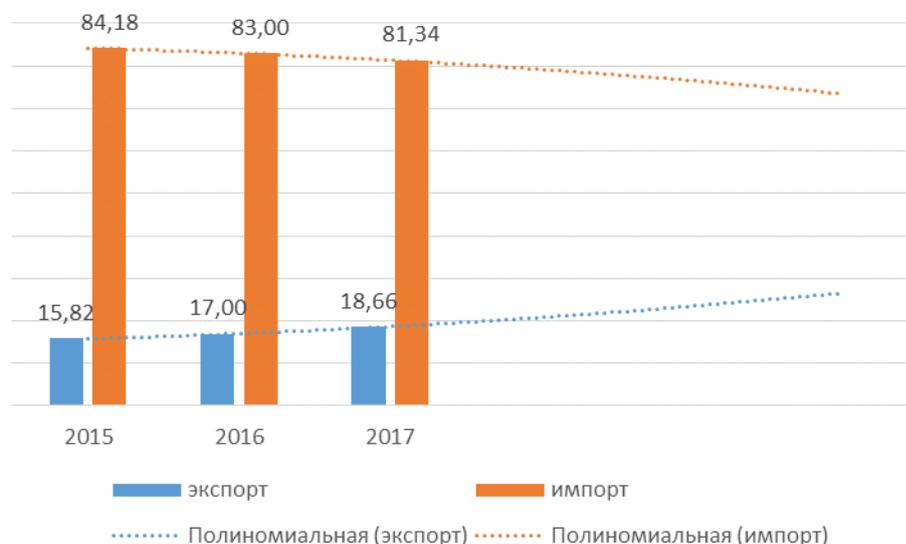


Рисунок 2.2 - Динамика экспорта и импорта на продовольственном рынке ДНР, %

Интерес также вызывает доля реализации товаров отечественного производства на потребительском рынке продовольственных товаров в Донецкой Народной Республике в 2018 г. (табл. 2.10). Полученные данные свидетельствуют, что средняя доля товаров отечественного производства составляет 24,29%, а импортного – 75,71%.

Учитывая преобладающее присутствие импортной пищевой продукции на продовольственном рынке, считаем необходимым изучить международный опыт по потреблению основных продовольственных товаров на душу населения (килограммов/год). А также проследить его динамику с 1990 г. по 2015 г. с интервальным шагом в 5 лет.

Таблица 2.10 - Доля реализации товаров отечественного производства на потребительском рынке продовольственных товаров в ДНР, 2018 г.

Название	Отечественные	Импорт
Мука, мучные изделия	не более 95%	менее 5%
Майонез, кетчуп, соусы	90-95%	5-10%
Мясные продукты, колбасы	80-85%	15-20%
Мясо птицы	65%	35%
Товарное яйцо	60%	40%
Молоко, молочные продукты	45%	55%
Макаронные изделия	45%	55%
Кондитерские изделия	45%	55%
Свинина, говядина	25%	75%
Подсолнечное масло	20%	80%
Крупы в ассортименте	15%	85%
Овощи (огурцы, помидоры, капуста, свекла, морковь, картофель и др.)	10%	90%
Рыба, продукты ее переработки, морепродукты	10%	90%
Томатная паста	5-10%	90-95%
Вода, газированные напитки, безалкогольные напитки	5-10%	90-95%
Сливочное масло	5%	95%
Уксус	5%	95%
Чипсы, семечки, сухарики, снеки, орехи	5%	95%
Фрукты, ягоды	менее 5%	95%
Сыр, сырный продукт	менее 5%	95%
Специи и пищевые добавки (фасовка)	менее 5%	95%
Кофе, чай (фасовка)	менее 5%	95%
Детское питание	менее 5%	95%
Маргарин, спред	менее 5%	95%
Сахар (фасовка)	менее 5%	95%
Сода (фасовка)	менее 5%	95%
Соки фруктовые	менее 5%	95%
Дрожжи	менее 5%	95%

В таблице 2.11 составлен прогноз потребления основных продовольственных товаров на душу населения на 2020 г. со средней вероятностью 0,8673 из 1,0.

Таблица 2.11 - Потребление основных продовольственных товаров на душу населения (кг/год)\*

Страны СНГ		Хлебные продукты	Картофель	Овощи и бахчевые	Мясо и мясoproдукты	Яйца, штук	Молоко и молочные продукты
Азербайджан	1990	151	27	67	32	143	292
	1995	142	23	56	15	76	139
	2005	148	26	55	19	74	140
	2010	155	28	62	26	66	152
	2015	152	29	65	24	68	161
	2020	126	34	80	38	73	170
Армения	1990	129	58	132	44	163	446
	1995	104	91	131	25	64	119

Страны СНГ		Хлебные продукты	Картофель	Овощи и бахчевые	Мясо и мясopодукты	Яйца, штук	Молоко и молочные продукты
	2005	115	96	142	38	67	199
	2010	117	83	139	39	62	204
	2015	127	79	132	35	66	200
	2020	152	86	125	32	75	297
Беларусь	1990	126	170	78	75	323	425
	1995	120	180	82	58	294	363
	2005	105	170	124	80	294	393
	2010	110	175	111	82	302	358
	2015	124	178	122	79	305	349
	2020	143	180	118	87	331	359
Грузия	1990	183	41	82	42	140	289
	1995	140	47	87	20	53	86
	2005	135	69	99	57	74	103
	2010	127	66	98	75	100	125
	2015	133	75	105	78	126	165
	2020	157	86	111	108	220	236
Казахстан	1990	146	85	75	71	222	307
	1995	180	68	54	51	94	222
	2005	135	70	89	56	83	280
	2010	127	65	92	74	108	254
	2015	139	76	111	78	128	262
	2020	260	91	141	108	241	368
Киргизстан	1990	139	69	78	54	154	266
	1995	108	68	48,5	39	31	183
	2005	115	73	58	48	39	208
	2010	127	84	62	56	67	215
	2015	105	70	67	54	131	236
	2020	150	85	38	60	278	177
Молдова	1990	175	69	112	58	203	303
	1995	135	68	86	23	107	165
	2005	155	71	82	25	115	171
	2010	148	77	93	43	124	186
	2015	153	70	101	47	133	188
	2020	235	46	132	56	205	248
Россия	1990	119	106	89	75	297	386
	1995	121	124	76	55	214	253
	2005	125	170	124	80	294	393
	2010	129	135	98	70	262	276
	2015	122	154	102	79	272	292
	2020	100	207	280	95	308	351
Таджикистан	1990	167	35	95	26	111	161
	1995	155	28	97	14	10	130
	2005	158	54	101	18	56	142
	2010	152	69	112	21	78	139
	2015	161	66	109	28	69	138
	2020	171	80	116	43	65	196
Туркменистан	1990	165	26	123	43	101	212
	1995	147	30	97	30	62	178
	2005	151	49	101	38	67	187
	2010	149	65	110	44	79	173
	2015	168	78	98	47	81	188
	2020	192	91	40	28	40	209
Узбекистан	1990	170	29	107	32	120	210

Страны СНГ		Хлебные продукты	Картофель	Овощи и бахчевые	Мясо и мясопродукты	Яйца, штук	Молоко и молочные продукты
	1995	157	23	120	33	53	160
	2005	148	40	111	55	79	174
	2010	155	47	103	54	77	182
	2015	144	51	119	67	84	180
	2020	149	58	182	76	11	111
Украина	1990	141	131	102	68	272	373
	1995	128	124	97	39	171	243
	2005	133	129	100	38	202	211
	2010	145	136	105	42	199	209
	2015	144	135	104	46	211	206
	2020	117	116	91	70	115	280

\*Составлено на основании источников [108-111]

В таблице 2.12 систематизированы статистические расчеты по среднему значению, максимуму и минимуму объемов потребления по различным группам продовольственных товаров в ряде стран, а также рассчитан прирост потребления в 2015 году по сравнению с 1990 годом. Отрицательное значение прироста свидетельствует об уменьшении объемов потребления.

Таблица 2.12 - Результаты статистических расчетов по объемам потребления, кг/год

Страны СНГ		Хлебопродукты	Картофель	Овощи и бахчевые	Мясо и мясопродукты	Яйца, штук	Молоко и молокопродукты
Азербайджан	Среднее	149,6	26,6	61	23,2	85,4	176,8
	Максимум	155	29	67	32	143	292
	Минимум	142	23	55	15	66	139
	Прирост, %	0,66	7,41	-2,99	-25	-52,45	-44,87
Армения	Среднее	118,4	81,4	135,2	36,2	84,4	233,6
	Максимум	129	96	142	44	163	446
	Минимум	104	58	131	25	62	119
	Прирост, %	-1,55	36,21	0	-20,46	-59,51	-55,16
Беларусь	Среднее	117	174,6	103,4	74,8	303,6	377,6
	Максимум	126	180	124	82	323	425
	Минимум	105	170	78	58	294	349
	Прирост, %	-1,59	4,71	56,41	5,33	-5,57	-17,88
Грузия	Среднее	143,6	59,6	94,2	54,4	98,6	153,6
	Максимум	183	75	105	78	140	289
	Минимум	127	41	82	20	53	86
	Прирост, %	-27,32	82,93	28,05	85,71	-10,00	-42,91
Казахстан	Среднее	145,4	72,8	84,2	66	127	265

	Максимум	180	85	111	78	222	307
	Минимум	127	65	54	51	83	222
	Прирост, %	-4,79	-10,59	48,00	9,86	-42,34	-14,66
Киргизстан	Среднее	118,8	72,8	62,72	50,2	84,4	221,6
	Максимум	139	84	78	56	154	266
	Минимум	105	68	48,5	39	31	183
	Прирост, %	-24,46	1,45	-14,10	0,00	-14,94	-11,28
Молдова	Среднее	153,2	71	94,8	39,2	136,4	202,6
	Максимум	175	77	112	58	203	303
	Минимум	135	68	82	23	107	165
	Прирост, %	-12,57	1,45	-9,82	-18,97	-34,48	-37,95
Россия	Среднее	123,2	137,8	97,8	71,8	267,8	320
	Максимум	129	170	124	80	297	393
	Минимум	119	106	76	55	214	253
	Прирост, %	2,52	45,28	14,61	5,33	-8,42	-24,35
Таджикистан	Среднее	158,6	50,4	102,8	21,4	64,8	142
	Максимум	167	69	112	28	111	161
	Минимум	152	28	95	14	10	130
	Прирост, %	-3,59	88,57	14,74	7,69	-37,84	-14,29
Туркменистан	Среднее	156	49,6	105,8	40,4	78	187,6
	Максимум	168	78	123	47	101	212
	Минимум	147	26	97	30	62	173
	Прирост, %	1,82	200,00	-20,33	9,30	-19,80	-11,32
Узбекистан	Среднее	154,8	38	112	48,2	82,6	181,2
	Максимум	170	51	120	67	120	210
	Минимум	144	23	103	32	53	160
	Прирост, %	-15,29	75,86	11,21	109,38	-30,00	-14,29
Украина	Среднее	138,2	131	101,6	46,6	211	248,4
	Максимум	145	136	105	68	272	373
	Минимум	128	124	97	38	171	206
	Прирост, %	2,13	3,05	1,96	-32,35	-22,43	-44,77

Виды зависимостей, выявленные в динамике изменения объемов потребления по различным группам продовольственных товаров в ряде развивающихся стран, приведены в таблице 2.13. Кроме того, указан коэффициент аппроксимации по каждой трендовой зависимости.

На основании полученных расчетов произведен прогноз потребления на 2020 год, вышеупомянутый в табл. 2.11.

Таблица 2.13 - Трендовые зависимости динамики потребления отдельных групп продовольствия в развивающихся странах

Страны СНГ	Хлебные продукты	Картофель	Овощи и бахчевые	Мясо и мясопродукты	Яйца, штук	Молоко и молочные продукты
Азербайджан	$y = -2,0833x^3 + 19,679x^2 - 53,238x + 186,6$	$y = 0,6429x^2 - 2,9571x + 28,4$	$y = 2,5714x^2 - 15,229x + 78,4$	$y = 2,3571x^2 - 14,643x + 41,2$	$y = 9,4286x^2 - 72,571x + 199,4$	$y = 23,929x^2 - 168,47x + 419$
	$R^2 = 0,9987$	$R^2 = 0,655$	$R^2 = 0,8155$	$R^2 = 0,4701$	$R^2 = 0,9026$	$R^2 = 0,8403$
Армения	$y = 4,3571x^2 - 25,243x + 146,2$	$y = -6,5714x^2 + 42,829x + 25,2$	$y = -1,8571x^2 + 11,943x + 119,8$	$y = -3,0833x^3 + 29,036x^2 - 80,881x + 98,2$	$y = 14,143x^2 - 104,46x + 242,2$	$y = 40,786x^2 - 285,41x + 641,2$
	$R^2 = 0,6726$	$R^2 = 0,8362$	$R^2 = 0,5535$	$R^2 = 0,8131$	$R^2 = 0,8584$	$R^2 = 0,6486$
Беларусь	$y = 4,2857x^2 - 27,114x + 151,2$	$y = -2,1667x^4 + 27,5x^3 - 120,83x^2 + 212,5x + 53$	$y = -2,9286x^2 + 29,271x + 47,8$	$y = -3,6667x^3 + 33,571x^2 - 86,762x + 130,8$	$y = 5,1429x^2 - 33,657x + 348$	$y = -5,5x^3 + 52,429x^2 - 163,07x + 537,6$
	$R^2 = 0,8336$	$R^2 = 1$	$R^2 = 0,771$	$R^2 = 0,7935$	$R^2 = 0,7939$	$R^2 = 0,7747$
Грузия	$y = 6,7857x^2 - 52,014x + 225$	$y = 8,7x + 33,5$	$y = 5,7x + 77,1$	$y = 2,2143x^2 - 0,5857x + 31,8$	$y = 16,5x^2 - 97,1x + 208,4$	$y = 35,071x^2 - 231,33x + 461,8$
	$R^2 = 0,9479$	$R^2 = 0,8688$	$R^2 = 0,9157$	$R^2 = 0,7232$	$R^2 = 0,7469$	$R^2 = 0,8174$
Казахстан	$y = 8,25x^3 - 74,75x^2 + 191x + 23,4$	$y = 3,5x^2 - 23,1x + 103,6$	$y = 3,4286x^2 - 9,5714x + 75,2$	$y = 4,3571x^2 - 22,443x + 85,4$	$y = 23,714x^2 - 159,69x + 345,2$	$y = 14,375x^4 - 181,58x^3 + 801,63x^2 - 1434,4x + 1107$
	$R^2 = 0,85$	$R^2 = 0,8596$	$R^2 = 0,7642$	$R^2 = 0,7217$	$R^2 = 0,8782$	$R^2 = 1$
Киргизстан	$y = -6x^3 + 55,643x^2 - 156,36x + 245,8$	$y = -2,5833x^3 + 21,821x^2 - 50,595x + 100,8$	$y = -3,1833x^3 + 33,179x^2 - 103,14x + 150,42$	$y = -2,8333x^3 + 27,286x^2 - 75,881x + 105,2$	$y = 28,143x^2 - 169,86x + 284,4$	$y = -7,8333x^3 + 84,071x^2 - 269,1x + 456,6$
	$R^2 = 0,9994$	$R^2 = 0,9196$	$R^2 = 0,9233$	$R^2 = 0,981$	$R^2 = 0,9074$	$R^2 = 0,9085$
Молдова	$y = 5,25x^4 - 67x^3 + 300,75x^2 - 552x + 488$	$y = -1,4167x^3 + 12,107x^2 - 28,476x + 87$	$y = 5,9286x^2 - 37,071x + 140,8$	$y = 6,7143x^2 - 40,486x + 86,8$	$y = 15,071x^2 - 102,73x + 278,8$	$y = 20,643x^2 - 144,76x + 409,8$
	$R^2 = 1$	$R^2 = 0,9357$	$R^2 = 0,889$	$R^2 = 0,7074$	$R^2 = 0,7923$	$R^2 = 0,7961$
Россия	$y = -1,0833x^3 + 8,4643x^2 - 16,452x + 128,2$	$y = 10,167x^4 - 119,83x^3 + 478,83x^2 - 732,17x + 469$	$y = 9,9583x^4 - 122,08x^3 + 514,04x^2 - 849,92x + 537$	$y = 5,5833x^4 - 69,167x^3 + 297,92x^2 - 513,33x + 354$	$y = 17,875x^4 - 224,58x^3 + 982,13x^2 - 1725,4x + 1247$	$y = 38,333x^4 - 471,67x^3 + 2008,2x^2 - 3430,8x + 2242$
	$R^2 = 0,981$	$R^2 = 1$	$R^2 = 1$	$R^2 = 1$	$R^2 = 1$	$R^2 = 1$
Таджикистан	$y = 2,3571x^2 - 15,643x + 179,6$	$y = -0,2143x^2 + 11,586x + 18$	$y = 4,3x + 89,9$	$y = 2,6429x^2 - 14,757x + 36,6$	$y = -14,833x^3 + 144,93x^2 - 420,24x + 398,8$	$y = -3,4167x^3 + 33,964x^2 - 103,62x + 233$
	$R^2 = 0,7529$	$R^2 = 0,7915$	$R^2 = 0,8374$	$R^2 = 0,8375$	$R^2 = 0,9289$	$R^2 = 0,8484$
Туркменистан	$y = 4,8571x^2 - 28,343x + 187,6$	$y = 13,9x + 7,9$	$y = -4,25x^3 + 40,607x^2 - 118,14x + 204,8$	$y = -2x^3 + 20,143x^2 - 57,857x + 82,4$	$y = -4,5x^3 + 46,857x^2 - 146,64x + 205$	$y = 5,3571x^2 - 37,443x + 241$

	$R^2 = 0,886$	$R^2 = 0,9733$	$R^2 = 1$	$R^2 = 0,961$	$R^2 = 0,9938$	$R^2 = 0,7575$
Узбекистан	$y = 1,4286x^2 - 13,971x + 181$	$y = 6,8x + 17,6$	$y = 3,8333x^3 - 34x^2 + 88,167x + 49$	$y = 9,1x + 20,9$	$y = -7x^3 + 71,571x^2 - 221,43x + 274,6$	$y = -6,1667x^3 + 61,929x^2 - 187,9x + 341,2$
	$R^2 = 0,8028$	$R^2 = 0,8257$	$R^2 = 1$	$R^2 = 0,8935$	$R^2 = 0,8464$	$R^2 = 0,9533$
Украина	$y = -2,5833x^3 + 25,464x^2 - 71,952x + 190,2$	$y = -1,6667x^3 + 16x^2 - 43,333x + 160$	$y = -1,1667x^3 + 11,214x^2 - 30,619x + 122,6$	$y = 5,0714x^2 - 34,529x + 94,4$	$y = -9,75x^3 + 101,46x^2 - 321,79x + 499$	$y = 20,286x^2 - 158,51x + 500,8$
	$R^2 = 0,9947$	$R^2 = 1$	$R^2 = 0,9986$	$R^2 = 0,8642$	$R^2 = 0,8809$	$R^2 = 0,9508$

Кроме вышеперечисленных показателей экономико-социального развития ДНР также была изучена информация о количестве рекламных агентств, которые оказывают непосредственное влияние на формирования рекламных средств по продвижению продовольствия в оптово-розничной сети. Общее количество рекламных компаний в Донецкой Народной Республике в 2018 году, расположение их по районам г. Донецка систематизированы на рисунке 2.3.

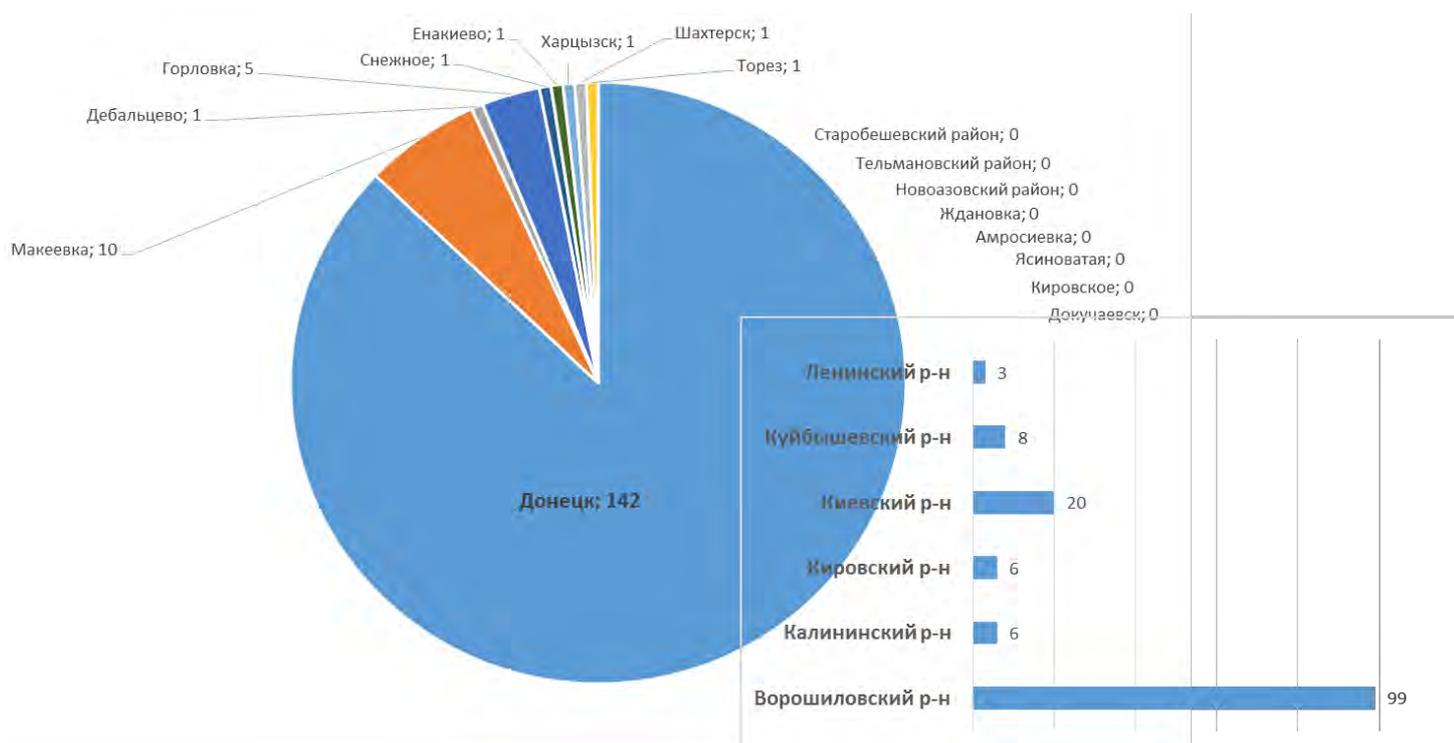


Рисунок 2.3 – Структура и количество рекламных агентств в Донецкой Народной Республике, 2018 г.

Отметим, что преобладающее большинство рекламных компаний юридически расположены в Ворошиловском районе г. Донецка.

Структура применения инструментов продвижения товаров и услуг в ДНР по состоянию на 2018 год изображена на рисунке 2.4.

Наиболее популярными инструментами по продвижению товаров являются наружная реклама и социальные сети. Отметим, что телевидение не существенно уступает социальным сетям.

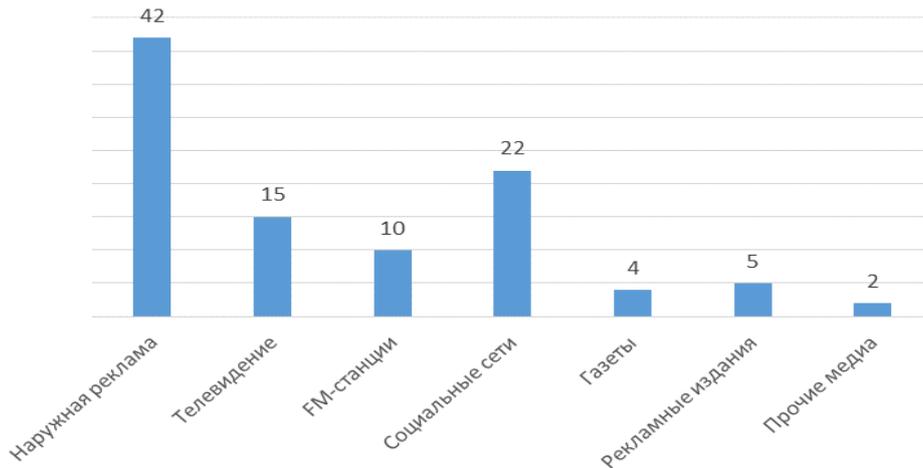


Рисунок 2.4 - Структура применения инструментов продвижения товаров и услуг в ДНР, 2018 г.

Учитывая все вышесказанное, в работе введено понятие «Индекс Клиренса», который в авторской трактовке показывает степень необходимости ликвидации фактов нарушения прав потребителей и осуществления деятельности продовольственного рынка Донецкой Народной Республики вне нормативного поля. Другими словами, по Индексу Клиренса можно судить о степени опасности продовольственного рынка ДНР.

Прямо пропорциональное влияние на Индекс Клиренса оказывают следующие исследованные показатели: уровень бесправия потребителей, доля импорта, объем розничного товарооборота предприятий (юр. лиц).

Логика умозаключения следующая.

При увеличении уровня бесправия потребителей необходимость борьбы с фактами обмана населения на продовольственном рынке будет увеличивать свою актуальность. При возрастании уровня импорта следует больше обращать внимания на контроль качества и безопасности продукции, поскольку уровень гармонизации нормативной документации и законодательного уровня в Республике пока находится на низком уровне. Рост объема розничного товарооборота предприятий увеличит вероятность

нарушений прав потребителей по причине их обмана и увеличения прибыли как промышленного, так и торгового предприятия.

Обратно пропорциональное влияние на Индекс Клиренса могут оказать следующие исследованные показатели: общий определитель голода, объем реализованной промышленной продукции, коэффициент соблюдения, доля экспорта, уровень удовлетворенности качеством торговли, уровень удовлетворенности Законом о защите прав потребителей, уровень правильных ответов, количество предприятий, оказывающих услуги по продвижению товаров. Логика умозаключения следующая.

При увеличении общего показателя голода насыщение продовольственного рынка товарами будет снижаться, поэтому острая необходимость контроля за качеством и безопасностью продукции будет менее актуальна.

Внедрение систем управления качеством и безопасностью продукции все более широко находит свое применение в деятельности предприятий пищевой промышленности Донецкой Народной Республики. В связи с этим снижается необходимость контроля за обманом покупателей по причинам реализации продукции низкого качества, поскольку рост объемов реализованной промышленной продукции и доли экспорта увеличивает долю товаров отечественных производителей на продовольственном рынке Республики.

Высокий уровень удовлетворенности качеством торговли, удовлетворенности Законом о защите прав потребителей и уровень осведомленности потребителей снижает необходимость тотального контроля за нарушениями при реализации продовольственными товарами в оптово-розничной сети Республики. Следует напомнить, что степень удовлетворенности качеством торговли продовольственными товарами (по 5-балльной шкале) была оценена участниками опроса в 3,08 баллов (п. 2.1). Степень удовлетворенности потребителей соблюдением Закона «О защите прав потребителей» (по 5-балльной шкале) составила 3,11 баллов (п. 2.1).

При опросе целевой аудитории по выражению своего мнения по решению проблемных ситуаций, которые возникают в розничной сети Республики вследствие ненадлежащего отношения к потребителям, показал, что доля верных ответов, соответствующих действующему законодательству, на ситуационные задачи составила 49,15% (п. 2.1). Вышеупомянутые значения будут использованы при расчете индекса Клиренса по всему периоду исследования и прогнозу. Поскольку ранее подобные социологические исследования проведены не были.

Кроме этого, увеличение количества предприятий, оказывающих услуги по продвижению товаров и рекламе, будет облегчать работу государства по повышению осведомленности потребителей о различных ситуациях (как положительных, так и отрицательных), происходящих на продовольственном рынке ДНР.

Формула по расчету Индекса клиренса имеет следующий вид:

$$\text{Ик} = \frac{Y_{\text{б/п}} + И + \frac{O_{\text{р/ми}}}{O_{\text{р/тбаз}}}}{O_{\text{ог}} + \frac{O_{\text{р/ни}}}{O_{\text{р/нбаз}}} + K_c + Э + Y_{\text{уд/кач}} + Y_{\text{уд/зак}} + Y_{\text{осв}} + \frac{P_i}{P_{\text{баз}}}}, \text{ где}$$

Уб/п – Уровень беспорядка, %

И – Импорт, %

Ор/т – Объем розничного товарооборота предприятий (юрлиц), млн. руб.

Оог – Общий определитель голода, %

Кс – Коэффициент соблюдения, безразмерная величина

Ор/п – Объем реализованной промышленной продукции, млн. руб.

Э – Экспорт, %

Ууд/кач – Уровень удовлетворенности качеством торговли, баллы/безразмерная величина

У уд/зак – Уровень удовлетворенности Законом о защите прав потребителей, баллы/безразмерная величина

Уосв – Уровень правильных ответов, %

Р – Реклама, шт. предприятий

В ходе исследования и аналитической обработки статистической информации для расчета Индекса Клиренса были выявлены некоторые закономерности.

Во-первых, статистическая обработка цифровых массивов предполагает определение базовых и оцениваемых уровней определенных показателей. В условиях интенсивно развивающейся Донецкой Народной Республики, определиться с базовым годом для ведения расчетов довольно сложно.

Поскольку законодательная база ДНР продолжает свое формирование и трансформацию, структура Министерств и Департаментов характеризуется высоким уровнем сменяемости профессиональных кадров и т.д.

Во-вторых, в случае, когда за базовый период принимается 2014 год как год основания Республики, то проблемой остается идентификация цифрового массива по интересующим показателям социально-экономического развития ДНР. По той причине, что дата её основания – 11.05.2014 г. (данные предоставляются только за полгода существования государства), 2014 год нельзя считать базовым, а за базовый период реально принять 2015 год. В данном случае, любые расчеты и прогнозы будут носить оптимистический характер.

В-третьих, если за базовый год при любых расчетах принимать предыдущий исследуемому год, то изменение результатов расчетов не всегда отображают положительные или позитивные тенденции. В данном случае, любые расчеты и прогнозы будут носить пессимистический характер.

Результаты расчета Индекса Клиренса по пессимистическому и оптимистическому прогнозам приведены в таблице 2.14. Кроме этого, для каждого вида прогноза рассчитан коэффициент аппроксимации, который отображает вероятность правдоподобности рассчитанного прогноза. При обоих прогнозах данный коэффициент стремится к единице, что свидетельствует о высоком уровне правдоподобности выполненных расчетов.

Таблица 2.14 - Результаты расчета Индекса Клиренса по пессимистическому и оптимистическому прогнозам

Показатели Индекса Клиренса	2015	2016	2017	2018	Прогноз		
					2019	2020	2021
пессимистический прогноз ( $R^2=0,9567$ )	1,8896	1,2391	0,9513	0,9081	0,8990	1,0015	1,2025
оптимистический прогноз ( $R^2=0,9935$ )	1,0198	0,9341	0,9118	0,7867	0,7146	0,5851	0,4499

По результатам проведенных расчетов считаем необходимым ввести понятие «оптимальный прогноз» при расчете Индекса Клиренса. Полученный результат представляет собой среднее значение между пессимистическим и оптимистическим прогнозами. Подобная зависимость была выбрана по следующим взаимодополняющим друг друга причинам.

1. Среднее геометрическое характеризуется более интенсивной тенденцией к изменению (как положительной, так и отрицательной), а в условиях все еще нестабильной социально-экономической и военно-политической обстановки в Донецкой Народной Республике подобные интенсивные тенденции фактически зафиксированы.

2. Среднее арифметическое характеризуется менее интенсивной тенденцией к изменению (как положительной, так и отрицательной), в условиях же все еще нестабильной социально-экономической и военно-политической обстановки в Донецкой Народной Республике подобные интенсивные тенденции объективно не отображают развитие нового государства. Формула для расчета оптимального Индекса Клиренса, на основе пессимистического и оптимистического прогнозов приведена ниже:

$$R_{\text{оптимальный}} = \frac{R_{\text{пессимистический}} * R_{\text{оптимистический}}}{2}, \text{ где}$$

$R_{\text{оптимальный}}$  – оптимальный Индекс Клиренса;  
 $R_{\text{пессимистический}}$  - пессимистический Индекс Клиренса;  
 $R_{\text{оптимистический}}$  - оптимистический Индекс Клиренса.

Результаты расчета оптимального Индекса Клиренса с используемыми показателями приведены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Результаты расчета Индекса Клиренса (оптимальный прогноз)

Показатели Индекса Клиренса (max = 1)	2015	2016	2017	2018	Прогноз		
					2019	2020	2021
Уровень бесправия, %	2,726667	0,023644	0,009978	0,007989	4,90	8,06	9,93
Импорт, %	84,18	83,00	81,34	75,71	68,728	59,346	47,739
Объём розничного товарооборота предприятий (юр.лиц), млн. руб.	26,6	27,1	29,2	31,5	35,05	39,43	44,71
Общий определитель голода, %	12,07	10,97	7,31	6,62	4,753	3,367	2,186
Объем реализованной промышленной продукции, млн. руб.	1,6	4	4,6	5,9	9,775	15,525	21,825
Коэффициент соблюдения, безразмерная величина	0,9727	0,9763	0,9900	0,9920	0,9510	0,9194	0,9007
Экспорт, %	15,82	17,00	18,66	24,29	31,27	40,65	52,26
Уровень удовлетворенности качеством торговли, баллы/безразмерная величина	3,08						
Уровень удовлетворенности Законом о защите прав потребителей, баллы/безразмерная величина	3,11						
Уровень правильных ответов, %	49,15						
Реклама, шт. предприятий	32	102	168	207	236,25	248,85	245,95
<b>Индекс Клиренса</b>	<b>0,9635</b>	<b>0,5787</b>	<b>0,4337</b>	<b>0,3572</b>	<b>0,3212</b>	<b>0,2930</b>	<b>0,2705</b>

Проведенные расчеты свидетельствуют о высочайшем значении Индекса Клиренса в 2015 году, что связано со сложной политико-военной и социально-экономической обстановкой в Республике. В 2016 году ситуация резко улучшилась по причине принятия основного количества законодательных документов, регламентирующих функционирование продовольственного рынка ДНР.

Дальнейшее незначительное снижение Индекса Клиренса, вплоть до спрогнозированных данных до 2021 года, оптимистично. Однако значение рассчитанного Индекса Клиренса находится на довольно высоком уровне. Поскольку более чем на 25% продовольственный рынок Донецкой Народной Республики требует активизации контрольных мероприятий по ликвидации нарушений прав потребителей и фактов незаконного поведения субъектов в оптово-розничной сети.

## 2.2 Развитие законодательной базы и института защиты прав потребителей в Донецкой Народной Республике

Вышеизложенные результаты расчета Индекса Клиренса свидетельствуют о высоком уровне нарушений положений продовольственного права на продовольственном рынке Донецкой Народной Республики.

Структура обращений, поступивших в Инспекцию по защите прав потребителей за период с 01.01.2016 г по 03.12.2018 г. и в Общественную приемную при Инспекции по защите прав потребителей за аналогичный период представлена в таблице 2.16. Необходимо отметить, что Общественные приемные при Инспекции по защите прав потребителей были открыты только в 2017 году, поэтому данные по устным обращениям в 2016 году отсутствуют.

Таблица 2.16 – Обращения, поступившие в Инспекцию по защите прав потребителей за период с 01.01.2016 г по 03.12.2018 г.

	2016 год		2017 год		2018 год	
	шт	%	шт	%	шт	%
Всего обращений	244	100	703	100	863	100
Всего устных обращений	Отсутствие общественной приемной	0	326	46,4	497	57,6
Всего письменных обращений	244	100	377	53,6	366	42,4
из них:						
<b>Продовольственные товары</b>	<b>22</b>	<b>9,0</b>	<b>25</b>	<b>6,6</b>	<b>32</b>	<b>8,7</b>
Непродовольственные товары	83	34,0	138	36,6	98	2,7
ЖКХ	22	9,0	44	11,7	59	16,1
Услуги ремонта	8	3,3	31	8,2	40	10,9
Услуги	38	15,6	62	16,4	57	15,6
АЗС	9	3,7	11	2,9	8	2,2
<b>Другое</b>	<b>62</b>	<b>25,4</b>	<b>66</b>	<b>17,5</b>	<b>72</b>	<b>19,7</b>

Среди обращений граждан Донецкой Народной Республики по поводу недовольства товарами зафиксированы жалобы на некачественные непродовольственные товары, изготовление мебели и окон; по тематике ЖКХ – касаются услуг по предоставлению электроэнергии, газообеспечения и водоснабжения; по АЗС – некачественное предоставление услуг и недолив топлива различного вида; по услугам – учтены жалобы на предприятия гостинично-ресторанной сферы, косметические, парикмахерские и ритуальные услуги, а также услуги связи (домофон, кабельное телевидение, интернет).

Анализ структуры обращений граждан Донецкой Народной Республики в Инспекцию по защите прав потребителей показал, что жалобы на некачественные продовольственные товары, а также на различного рода несоответствия в уголках потребителей, книгах жалоб, уровня цен, реализацию запрещенных товаров, обсчет-обвес и просроченные продукты питания (категория «другое») в среднем составляют около 29% от общего количества обращений.

Структура нарушений прав потребителей в ДНР за 2014 - 2017 гг. представлена на рисунке 2.5, а в 2018 году – на рисунке 2.6.

Анализ представленных данных показал, что по категории нарушений, которая касается не соответствия продукции требованиям нормативной документации, по уровню риска для потребителей самым опасным оказался 2016 год, в 2015 г. и 2017 г. – доля по нарушениям была нулевым уровне.

Истекший срок годности зафиксирован на самом высоком уровне в 2015 году, к 2017 году доля нарушения снизилась до 4%.

Доля продукции с отсутствием маркировки и доказательств ее качества и безопасности увеличилась с 18% в 2014 году до 64% в 2017 году, однако в 2015 году подобное нарушение не зафиксировано.

Реализация запрещенных товаров с 2014 года до 2015 года увеличилась почти вдвое, а 2017 год показал минимальное значение нарушения – 1%.

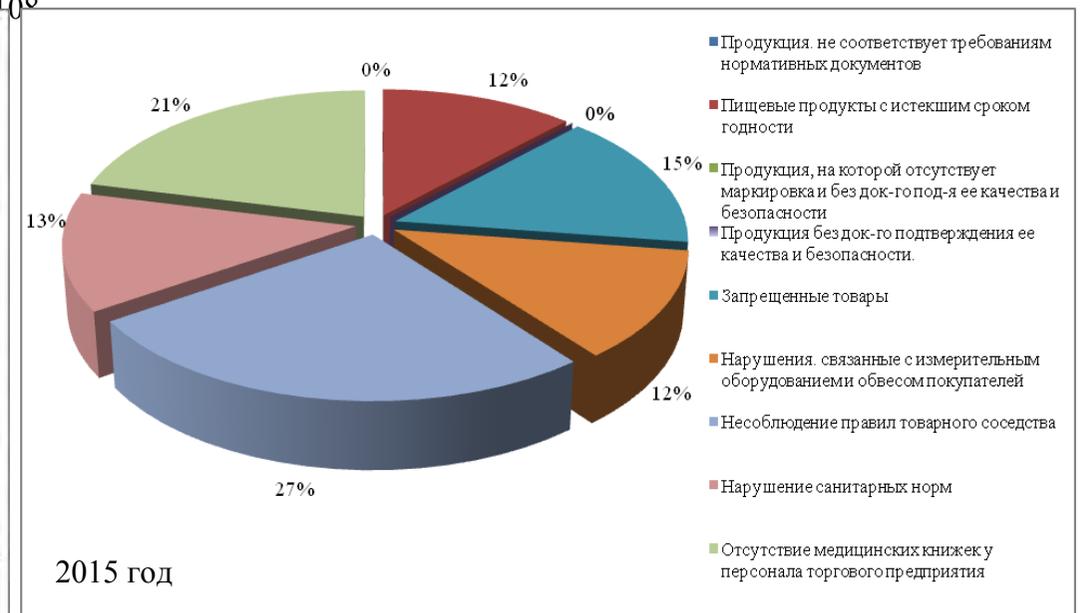


Рисунок 2.5 – Структура нарушений прав потребителей в ДНР за 2014 – 2017 гг.



Рисунок 2.6 – Структура нарушений прав потребителей в ДНР за 2018 г.

Обвес покупателей при реализации продуктов питания с 2014 года до 2017 года ликвидирован (с 8% до 0% соответственно).

Несоблюдение товарного соседства при реализации продовольствия составило в 2014 году – 6% от общего количества нарушений, 2015 год зафиксировал максимальную долю – 27%, а в 2016 и 2017 гг. – 1%. Нарушение почти ликвидировано.

Ситуация по нарушению санитарных норм при торговле продовольственными товарами характеризуется аналогичной тенденцией.

Категория нарушений по отсутствию медицинских книжек также ликвидирована (с 3% в 2014 году до 0% в 2017 году).

В 2018 году структура нарушений характеризовалась преимущественно категорией нарушений по продукции с отсутствием маркировки и доказательств ее качества и безопасности, а также только с отсутствием доказательств качества и безопасности реализуемой продукции. Общая доля таких нарушений составила более 90%.

Из вышеизложенного следует: одним из широко распространенных проявлений нарушений прав потребителей в Донецкой Народной Республике

является факт реализации и приобретения некачественной или фальсифицированной продовольственной продукции.

Согласно Закона «О безопасности и качестве пищевых продуктов» (Принят Постановлением Народного Совета ДНР 08.04.2016 г.) некачественной продовольственной продукцией является «...продовольственная продукция, качественные показатели и потребительские свойства которой не соответствуют указанным в декларации о соответствии, нормативных документах или нормативных правовых актах, а также продовольственная продукция, качество которой не может удовлетворить потребности потребителя в задекларированном объеме...» [112].

В соответствии с этим же Законом, фальсифицированными пищевыми продуктами являются «...пищевые продукты (в том числе биологически активные добавки), материалы и изделия, изготовленные с нарушением технологии и (или) неправомерным использованием товарного знака, или копированием формы, упаковки, внешнего оформления, а также неправомерным воспроизведением товара другого производителя, и (или) имеющие скрытые свойства и качества, информация о которых является заведомо неполной или недостоверной...» [112].

Кроме этого термин фальсифицированной продукции регламентирован Законом «О защите прав потребителей» Донецкой Народной Республики, принятый Народным Советом 05.06.2015 года. Согласно данного Закона, «...фальсифицированная продукция – продукция, изготовленная с нарушением технологии или неправомерным использованием знака для товаров и услуг, или копированием формы, упаковки, внешнего оформления, а также неправомерным воспроизведением товара другого лица...» [113].

Следует отметить: некачественные продовольственные товары могут обладать недостатками и существенными недостатками. Их принципиальное отличие нормативно зафиксировано в вышеупомянутом Законе.

«...Недостаток товара (работы, услуги) – несоответствие товара (работы, услуги) или обязательным требованиям, предусмотренным законом

либо в установленном им порядке, или условиями договора (при их отсутствии или неполноте условий обычно предъявляемым требованиям), или целям, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется, или целям, о которых продавец (исполнитель) был поставлен в известность потребителем при заключении договора, или образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) по описанию...» [113].

Существенный недостаток товара отличается фактом его неустранимости или стоимости устранения которого требует затрат, превышающих 30 процентов стоимости товара. А также затрат времени, которые не устраивают потребителя, «...выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки...».

Следовательно, нормативно-законодательными документами ДНР выявлены грани некачественной и фальсифицированной продукции. Однако, осведомлен ли об этом потребитель? Доведена ли до него данная информация? Ответами на эти вопросы могут послужить результаты реагирования Инспекции по защите прав потребителей на жалобы граждан. Результаты систематизированы на рисунке 2.7.

Стоит заметить, что по всем устным обращениям в Общественную приемную при Инспекции по защите прав потребителей даны устные разъяснения и консультации.

Интерес вызывает высокая доля выданных разъяснений, что свидетельствует о низкой образованности потребителей о своих правах. Поскольку они требуют ликвидации опасности (реакция на жалобы), суть которой ими не осмыслена в рамках действующего законодательства Республики. Аналогичная ситуация и по отказам на поступающие жалобы потребителей, особенно в 2018 году. Их более 6%.

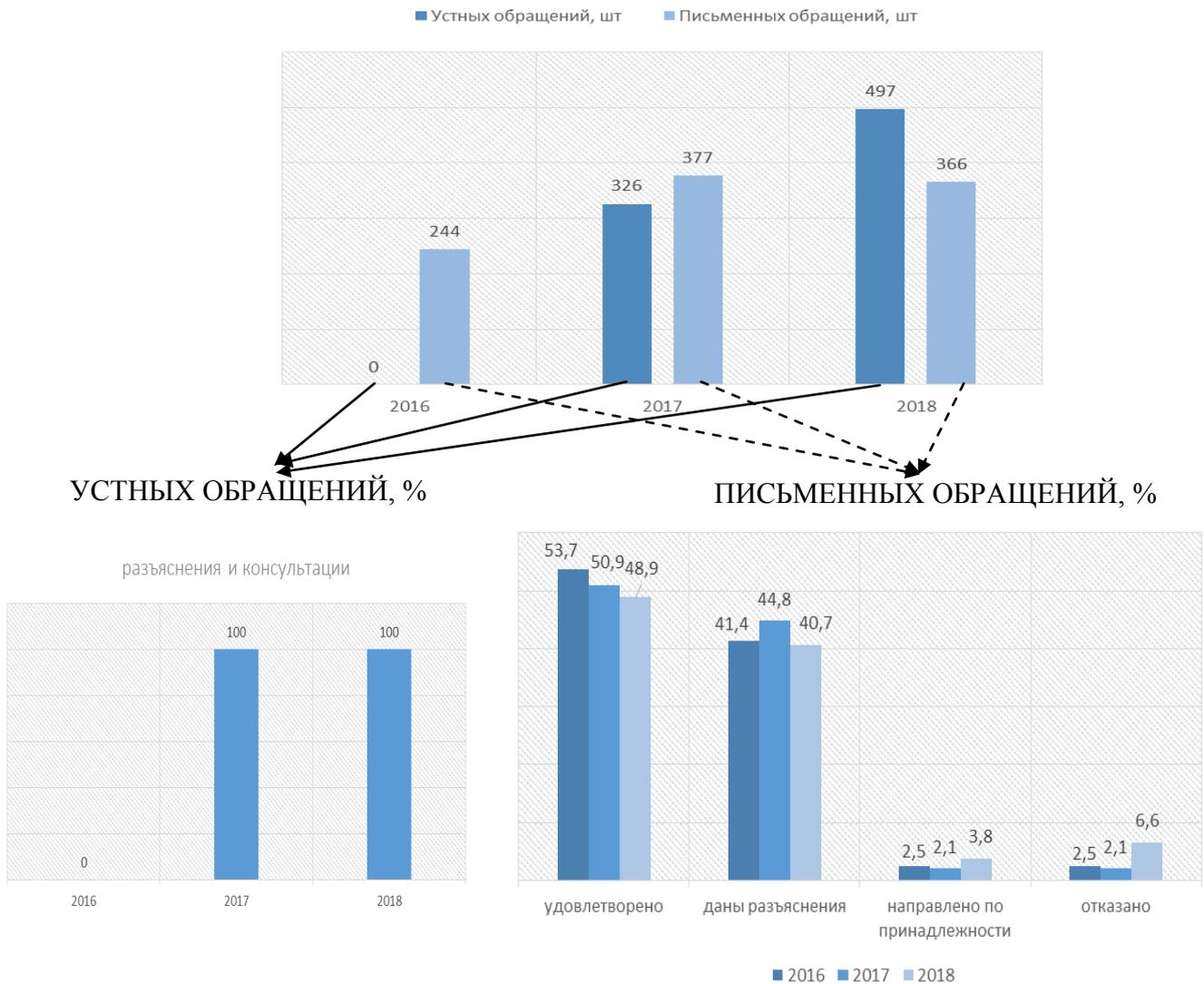


Рисунок 2.7 – Структура результатов реагирования Инспекции о защите прав потребителей на обращения граждан ДНР

Таким образом, в среднем удовлетворяется только половина обращений граждан о фактах нарушения их прав по ряду причин, среди которых безграмотность самих потребителей в вопросах качества и безопасности продуктов питания, низкая осведомленность потребителей о нормативных документах, регулирующих доведение к ним продовольствия, а также отсутствие желания у потребителей бороться за свои права.

А главное, самое верховное право – на безопасное, качественное и доступное питание. Продовольственное право, как приоритетно-центрического комплекса прав субъектов продовольственного комплекса на

здоровое питание и защиту прав потребителей, устанавливаемых и охраняемых государственными и международными правозащитными организациями, сформированный и реализуемый в условиях гуманизации общества на принципах социально-этического маркетинга.

Реализация правил предотвращения, устранения или снижения уровня риска для людей, животных и растений по цепочке агропищевых продуктов должна осуществляется на иерархических уровнях общества. Начиная от соблюдения стандартов качества и безопасности сырья и материалов для изготовления продовольствия, продолжая технологией производства, транспортировки, хранения и реализации продовольственных товаров, заканчивая разработкой законодательных нормативных актов, которые бы строго и высокоэффективно регламентировали доведение безопасного и качественного продовольствия до конечного потребителя в цепи «Поле-потребитель». И только после вышеизложенных положений, в силу должны вступать меры контроля органов власти.

Например, согласно приказа Министерства промышленности и торговли ДНР, Министерства здравоохранения ДНР и Министерства агропромышленной политики и продовольствия ДНР № 235/2308/22 от 21.12.2017 г. «Об утверждении правил торговли на рынках» п. 3.32 в случае приобретения некачественного товара обязаны быть предприняты необходимые меры [114].

«...Если потребителю продан некачественный товар, он вправе требовать от продавца удовлетворения своих требований, предусмотренных Законом Донецкой Народной Республики «О защите прав потребителей». В случае продажи товара с недостатками без предварительного предупреждения продавцом, покупатель имеет право заменить товар на качественный, вернуть его продавцу и вернуть уплаченные деньги или требовать снижения цены...».

К способам возмещения вреда относят административные и уголовные меры. Среди административных действует ряд штрафных санкций,

применяемый к продавцу продовольственных товаров. Уголовные меры применяются в случае нанесения вреда жизни и здоровью потребителей, а также как следствие от уклонения административных способов возмещения вреда.

Прежде всего, в случае нарушения прав потребителя продавец обязан возместить ему весь ущерб и все понесенные им убытки. Также Законом «О защите прав потребителей» предусмотрена компенсация морального вреда потребителю, размер которой устанавливается судом. Отдельной статьей в Законе перечисляются также суммы штрафов за нарушение прав потребителей, которые продавец выплачивает в доход бюджета Донецкой Народной Республики. Например, за реализацию товара, срок годности которого истек, – в размере двухсот процентов стоимости остатка полученной для реализации партии товара. А за отказ обменять товар (в случае законного требования покупателя о его обмене) или вернуть денежные средства при расторжении покупателем договора — в десятикратном размере стоимости продукции [115].

Однако в Республике пока продовольственное право не сформировано как ключевой инструмент организации, осуществления и контроля торговой деятельности продовольственными товарами. Продовольственное право в ДНР – это отдельные законодательные документы, регламентирующие отдельные этапы торговли продовольствием и контроль защиты прав потребителей.

Согласно ст. 5 Закона «О защите прав потребителей» «...государство обеспечивает потребителям защиту их прав, предоставляет возможность свободного выбора продукции, приобретения знаний и квалификации, необходимых для принятия самостоятельных решений во время приобретения и использования продукции в соответствии с их потребностями, и гарантирует приобретение или получение продукции другими законными способами в объеме, который обеспечивает уровень потребления, достаточный для поддержания здоровья и жизнедеятельности...». А также «...создает условия для получения

потребителями нужных знаний по вопросам реализации их прав...». Факт внедрения в общество данных положений остается под сомнением [113].

Проведенный анализ развития законодательной базы и института защиты прав потребителей в Донецкой Народной Республике свидетельствует о том, что продовольственное право Республики имеет фрагментарное применение, без ориентации на главный его субъект – потребителя.

### **2.3. Формирование маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга**

Формирование маркетингово-информационного пространства, ориентированного на главный субъект продовольственного рынка, в области права человека на питание и повышение качества жизни происходит под влиянием макро- и микромаркетинговых процессов в контексте концепции социально-этического маркетинга.

Исторически маркетинг как искусство продаж был ориентирован на удовлетворение определенных потребностей максимального количества потребителей ограниченной целевой аудитории, что позволит повысить качество жизни посредством соблюдения прав и свобод человека, например, на безопасное и качественное питание.

Другая сторона удовлетворения потребностей потребителей заключается в получении прибыли производителями или посредниками как субъектов продовольственного рынка как результата взаимовыгодного взаимодействия с потребителями.

С расширением целевых аудиторий более существенным становится фактор общественного признания. Таким образом, происходит нагнетание угрозы проявления фактов, связанных с тем, что субъект хозяйствования

прямо или косвенно ухудшает качество жизни определенной категории людей [116].

В этой связи в 1971 году маркетингу придан аспект формирования и укрепления позитивной репутации компании как обновленное направление социально-этического маркетинга.

Данная концепция «...предполагает прямое или опосредованное повышение качества жизни в долгосрочной перспективе для всех целевых групп, участвующих в процессе создания, распределения или потребления готового продукта. Иными словами, социально-этический маркетинг предлагает предпринимателю «делать добро и не делать зла», с маленькой поправкой на то, что такая стратегия все же остается средством получения коммерческой выгоды...» [116].

Основатель этического подхода в маркетинге Ф. Котлер предлагает решение потребительской проблематики не только с отсутствием противоречия для субъекта хозяйствования, а и с соблюдением интересов граждан в контексте соблюдения их прав, снижением вероятности расширения бедности и повышением качества жизни [116].

В 50-х годах XX века в работах экономистов-инноваторов впервые появилось понятие «качества жизни» в качестве публицистического термина, в последствие ставшее основным показателем, свидетельствующем о наивысшей ценности прав и свобод человека как гражданина любого государства, а уже с 70-х годов этого столетия термин становится самостоятельно оформленной дефиницией научно-социологической категории, которая означает «...качественное своеобразие условий жизни инвалидов и социальных групп общества в целом...» [117].

В ст. 3 Конституции Донецкой Народной Республики (принятой с изменениями, внесенными Законами от 30.11.2018 года № 01-ПНС) констатируется: «...человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и

гражданина – обязанность Донецкой Народной Республики, ее государственных органов и должностных лиц...» [118].

Качеством жизни согласно толкованию словаря «Академик» [119], называют «...совокупность показателей общего благосостояния людей, характеризующих уровень материального потребления (уровень жизни), а также потребление непосредственно не оплачиваемых благ...», что предполагает чистую окружающую среду, личную и национальную безопасность, политические и экономические свободы, а также другие, трудно поддающиеся количественному измерению, условия человеческого благополучия.

Говоря о макромаркетинговых процессах необходимо отметить, что именно они способствуют использованию производственного потенциала экономики для удовлетворения индивидуальных и общественных потребностей. К факторам макромаркетинга отнесены объемы производства, объемы потребления, объемы товарооборота, прожиточный минимум и состав потребительской корзины.

Основными понятиями, определяющими качество жизни общества, являются прожиточный минимум и потребительская корзина, поскольку именно эти понятия определяют права человека на питание.

Прожиточный минимум определяется [120] как «...минимальный уровень финансового состояния граждан, который необходим для обеспечения нормального уровня жизни человека и рассчитывается на основании самых необходимых физиологических потребностей человека, входящих в потребительскую корзину...».

Одновременно размер прожиточного минимума рассчитывают, как правило, сразу для трех категорий граждан, вследствие чего возникает возможность более точно установить размеры других выплат и социальных пособий (несовершеннолетние дети, работоспособное население и неработающие граждане пенсионного возраста). По причине различного темпа жизни и физиологических особенностей организма в разном возрасте,

у каждой категории граждан определен свой уровень прожиточного минимума, что обусловлено различным уровнем потенциальных расходов.

Например, принято считать, что трудоспособному населению для удовлетворения основных потребностей требуется больше средств. Вторая же социально-значимая позиция по величине прожиточного минимума – несовершеннолетние дети, ибо на образование предполагается определённый объём финансовых вложений.

Значение прожиточного минимума позволяет оценить реальный уровень жизни граждан и, в целом, благосостояние нации. Данный показатель является регулятором минимального значения пенсий, стипендий, пособий, на его основе формируются ориентиры реализации государственных программ и социальной политики страны. С учетом величины прожиточного минимума формируется расходная часть бюджета государства на следующий год. Следует отметить, что в Российской Федерации, например, региональные власти, имеют право самостоятельно устанавливать значение прожиточного минимума, руководствуясь особенностями каждой отдельной территории в стране (однако сумма не должна быть ниже федерального) [121].

Прожиточный минимум представляет собой стоимостную оценку потребительской корзины, включающей минимальные наборы продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности, а также обязательные платежи и сборы [122].

Измерение прожиточного минимума – это комбинированный расчет, выполняемый рядом министерств. Примером может быть разработка нормативов питания Академии медицинских наук РФ; расчеты стоимости потребительской корзины, которой занимается Федеральная служба государственной статистики России, а определение прожиточного минимума отнесено к функции Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации [122].

Величина прожиточного минимума определяется исходя из состава потребительской корзины. С учетом установленного размера прожиточного минимума определяется минимальный размер оплаты труда. Однако, на современном этапе соотношение данных категорий является проблемным моментом законодательства [123], причина которых кроется в нестабильности социально-экономической обстановки в стране и соседних пограничных государствах, а это составляет трудности в формировании состава потребительской корзины и расчете её стоимости. Причем, набор товаров и услуг, входящий в потребительскую корзину, отличается по климатическому поясу, по территории, по стране. В потребительской корзине практически отображается степень и структура населения страны.

Из определения [124] под понятием потребительской корзины понимают набор товаров и услуг необходимый человеку для удовлетворения его первоочередных потребностей. Причем, потребительская корзина делится на несколько частей: в первую часть входят продукты питания, вторая часть представлена непродовольственными товарами (одежда, белье, лекарства и др.), в третью часть входят услуги, транспортные расходы, посещение кинотеатров и т.п. Важно отметить, что каждая страна определяет на государственном уровне состав потребительской корзины [125].

Цена потребительской корзины связана с уровнем жизни в данной стране, а расчеты производятся по государственным фиксированным наименьшим ценам. Причём, чем выше экономический статус страны, тем больше включается наименований в корзину.

Процентное деление корзины соответственно указанных частей, а также ее размер существенно отличается для разных стран, что демонстрируют данные таблицы 2.17.

Как видно из таблицы 2.17, размер потребительской корзины варьируется от \$1,23 (Чад) до \$500,07 и \$684 в Германии и Москве.

Таблица 2.17 - Информация о составе и цене потребительской корзины для разных стран [126]

Страна	Цена потребительской корзины	Страна	Цена потребительской корзины
Чад	\$1,23	США	\$242,48
Бутан	\$5,03	Босния и Герцеговина	\$167,43
Мали	\$26,39	Мексика	\$189,09
Эквадор	\$31,55	Япония. Деревня Йомитан	\$642
Индия	\$39,27	Япония. Кодаиро	\$317,25
Монголия	\$40,02	Кувейт	\$221,45
Филиппины	\$49	Великобритания	\$253,15
Куба	\$56,76	Италия. Сицилия	\$260,11
Китай	\$57,27	Гренландия	\$277,12
Пекин (Китай)	\$155,06	Австралия	\$303,75
Египет	\$68,53	Канада	\$345
Гватемала	\$75,70	Франция	\$419,95
Турция	\$145,88	Люксембург	\$465,84
Польша	\$151,27	Германия	\$500,07
США. Калифорния	\$159,18	Россия. Владивосток	\$132,9
США. Северная Каролина	\$341,98	Москва	\$684

Что касается отечественной потребительской корзины, в неё в первую очередь включены продукты питания, которые составляют около 50% ее стоимости (для сравнения, в странах Западной Европы, эта цифра не превышает 20%). Здесь уместно упомянуть: большинство отечественных семей тратят на продукты питания также больше половины семейного бюджета [127].

В России современный состав потребительской корзины включает в себя следующий набор услуг: метраж жилой площади (кв.м.), количество гигакалорий центрального отопления в год, количество воды в сутки, кубометры газа в месяц, киловатт-часы электроэнергии. Кроме этого, ей расписываются расходы на общественный транспорт для женщин, мужчин и

детей от 7 лет (для пенсионеров и детей до 7 лет услуги транспорта не рассчитываются), ограничиваясь количеством поездок в год.

В ходе исследования был проведен мониторинг потребительских корзин ДНР, Украины и России.

Минимальный набор продуктов питания для основных социально-демографических групп населения в ДНР в 2015 году (килограмм на одного человека в год) (утвержден Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 03.06.2015 г. № 10-40) приведен в таблице Б.1 Приложения Б. Аналогичные данные по Украине представлены в таблице Б.2 Приложения Б.

Потребительская корзина для основных социально-демографических групп населения Ростовской области утверждена постановлением Законодательного Собрания Ростовской области от 23.04.2013 №2480 (таблица Б.3 Приложение Б).

Потребительская корзина Ростовской области принята к анализу по территориальной приближенности к Донецкой Народной Республике. Она имеет другой вид, нежели в ДНР и Украине. За базовую потребительскую корзину Донецкой Народной Республики принята потребительская корзина Ростовской области (Россия).

Ассортиментные наименования продуктов питания объединены в обобщённые продовольственные группы. В виду данной причины невозможным является ассортиментно-продуктовый анализ потребительской корзины. Был проведен ассортиментно-групповой мониторинг размеров потребительской корзины (табл. 2.18 и 2.19).

Таблица 2.18 – Сравнительная ассортиментно-групповая структура актуальных потребительских корзин России, Донецкой Народной Республики и Украины

Группы товаров	Россия				ДНР			Украина		
	Ед. изм.	Трудоспособное население	пенсионеры	дети	0-6 лет 6-18 лет	Трудоспособное население	Нетрудоспособное население	0-6 лет 6-18 лет	Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	кг	152,8	116,5	98	99,15	130,5	130,7	85,95	123,4	123,9
Картофель	кг	102,6	90	118,7	83,35	95	108	83,35	95	108
Овощи	кг	122,2	107	124,5	70,8	97	88	95,7	110	98
Фрукты свежие	кг	60	45	118,1	57,8	60	3,1	108	60	31
Сахар и кондитерские изделия (в пересчете на сахар)	кг	23,8	21,2	25,8	27,575	37	22,5	27,575	37	22,5
Мясопродукты	кг	58,6	54	46,3	46,85	55	38	51,2	53	38
Рыбопродукты	кг	20	17	18,5	17,35	13	3,2	17,35	13	11,5
Молоко и молокопродукты (в пересчете на молоко)	кг	257,6	224,4	360,2	211,175	148,5	120,5	211,175	143,5	122,3
Яйца	штук	210	200	201	273,75	220	187,5	273,75	220	187,5
Масло растительное, маргарин и другие жиры	кг	14	11,5	10,1	4,05	9,1	8,2	4,05	9,1	8,2
Прочие продукты (соль, чай, специи)	кг	4,9	4,1	3,5	3,453	0	0	3,453	4,2	3,53

Таблица 2.19 – Сравнительное доленое отклонение ассортиментно-групповой структуры актуальных потребительских корзин России, Донецкой Народной Республики и Украины, %

Группы товаров	Россия (базовый показатель)			ДНР (оцениваемый показатель)			Украина (оцениваемый показатель)		
	Дети	Трудоспособное население	Пенсионеры	0-6 лет 6-18 лет	Трудоспособное население	Нетрудоспособное население	0-6 лет 6-18 лет	Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	0	0	0	-1,17	14,59	-12,19	12,30	19,24	-6,35
Картофель	0	0	0	29,78	7,41	-20,00	29,78	7,41	-20,00
Овощи	0	0	0	43,13	20,62	17,76	23,13	9,98	8,41
Фрукты свежие	0	0	0	51,06	0,00	93,11	8,55	0,00	31,11
Сахар и кондитерские изделия (в пересчете на сахар)	0	0	0	-6,88	-55,46	-6,13	-6,88	-55,46	-6,13
Мясопродукты	0	0	0	-1,19	6,14	29,63	-10,58	9,56	29,63
Рыбопродукты	0	0	0	6,22	35,00	81,18	6,22	35,00	32,35
Молоко и молокопродукты (в пересчете на молоко)	0	0	0	41,37	42,35	46,30	41,37	44,29	45,50
Яйца	0	0	0	-36,19	-4,76	6,25	-36,19	-4,76	6,25
Масло растительное, маргарин и другие жиры	0	0	0	59,90	35,00	28,70	59,90	35,00	28,70
Прочие продукты (соль, чай, специи)	0	0	0	1,34	100,00	100,00	1,34	14,29	13,90

Расчет сравнительного долевого отклонения ассортимента-групповой структуры актуальных потребительских корзин России, ДНР и Украины (%) показал, что по группе товаров прочие продукты (соль, чай, специи) в ДНР для трудоспособного и нетрудоспособного населения вес больше в два раза, чем в России.

В Донецкой Народной Республике, по сравнению с потреблением в России, ниже нормы отмечено потребление по хлебным продуктам, картофелю, сахару и кондитерским изделиям, мясопродуктам и яйцам, поскольку расчетные данные имеют отрицательное значение (от -36,19% до -1,17%). По остальным группам товаров наблюдается превышение норм от 1,34% по группе товаров «прочие продукты» (соль, чай, специи) до 93,11% по фруктам свежим.

Проведенный анализ норм потребления в потребительской корзине показал следующее. По сахару и кондитерским изделиям (в пересчете на сахар) нормы ниже, чем в России на -55,46%, а по яйцам -4,76%. Превышение данных по Украине в сравнении с Ростовской областью России идентифицировано по группе «дети» по рыбопродуктам (6,22%) и маслу растительному, маргарину и другим жирам (59,90%).

Кроме этого, полученные результаты мониторинга потребительских корзин ДНР и Украины свидетельствуют о принципиальных отличиях в их ассортиментно-продуктовом наборе. Например, присутствующие в потребительской корзине ДНР позиции «мука ржаная», «молоко нежирное», «другие сезонные овощи (кабачки, тыква)», «баранина» и «кроли» отсутствуют в наборе продовольственной корзины Украины. А в потребительской корзине Украины есть позиция «сыр плавленый», которая отсутствует в потребительской корзине ДНР.

Отличаются нормы потребления в ДНР и Украине по некоторым ассортиментным позициям товаров. Выше в ДНР нормы по ассортиментным позициям «другие крупы», «морковь» и «лук». Выше нормы в украинской потребительской корзине набор по следующим ассортиментным позициям:

«мука пшеничная», «пшенная крупа», «свекла», «бахчевые», «яблоки», «груши», «говядина» и «свинина постная».

В Украине для трудоспособного и нетрудоспособного населения нормировано потребление таких продуктов, как «кисломолочные напитки», «чай», «кофе», «какао», «дрожжи», «соль» и «специи (лавровый лист)», в Донецкой Народной Республике по аналогичным позициям эти продукты нормируются только для категории «дети».

В потребительской корзине Донецкой Народной Республики позиции «сельдевые» и «рыбные продукты» нормированы отдельно, а в Украине – совместно, и по норме потребления с небольшим превышением этих показателей.

Мониторинг и актуальная корректировка прожиточного минимума и потребительской корзины необходимы для предотвращения увеличения бедных и малоимущих слоев населения, поскольку бедность как социально-экономическое явление означает «...невозможность позволить себе достаточный уровень потребления...» [128]. По своей сути, бедность является неспособностью обладать тем, что есть у людей среднего достатка, хотя на Африканском континенте до сих пор, как явление, фиксируется фактический голод.

Проведенный мониторинг и анализ прожиточного минимума и потребительской корзины позволяют констатировать важность продовольственного права, и считать ключевым элементом механизма функционирования современного продовольственного рынка Донецкой Народной Республики. Безусловно, современный продовольственный рынок Донецкой Народной Республики требует правильной организации и управления им с целью совершенствования деятельности института защиты прав потребителей и соблюдения права населения на безопасное питание свободы государства в контексте Конституции ДНР [118] при одновременном следовании интересам субъектов хозяйствования в виде осуществления ими торговой деятельности и получения прибыли.

Формирование маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга предполагает государственное регулирование уровня и качества жизни населения Донецкой Народной Республики рядом нормативных документов, контроль за производством, торговой деятельностью, потреблением, соблюдением и защитой прав потребителей продовольственных товаров Донецкой Народной Республики [112, 113, 118, 129-140].

Согласно ст. 4 Закона «О защите прав потребителей» потребители во время приобретения, заказа или использования продукции, реализуемой на территории Донецкой Народной Республики, для удовлетворения своих личных потребностей имеют право на: «...защиту своих прав государством; надлежащее качество продукции и обслуживания; безопасность продукции; необходимую, доступную, достоверную и своевременную информацию о продукции, ее количестве, качестве, ассортименте, а также о ее производителе (исполнителе, продавце); возмещение морального и материального вреда (ущерба), причиненного вследствие недостатков продукции (дефекта), согласно законодательству Донецкой Народной Республики; обращение в суд и другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав; объединение в общественные организации потребителей (объединения потребителей; обмен или возврат товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества». Безусловно, перечень прав потребителей, установленных законодательством Донецкой Народной Республики о защите прав потребителей, не ограничивается приведенными, может быть уточнен и расширен. Это, прежде всего, относится к продовольственному праву, которое, носит, прежде всего, международный общепланетарный характер и является основой механизма функционирования рынка продовольствия и неотъемлемой составляющей движения защиты прав потребителей.

Закон Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» (принят Постановлением Народного

Совета 02.02.2018 г.) своей ст. 4 обозначает основные принципы и методы государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения, среди которых такие: обоснованность и объективность применения мер регулирования розничной торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения Донецкой Народной Республики, гармонизация механизмов регулирования с общепризнанными принципами и нормами международного права; соблюдение равенства прав юридических лиц и физических лиц-предпринимателей в сферах торговли и предоставления услуг в рамках действующего законодательства; недопустимость неправомерного вмешательства государственных органов в деятельность субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков товаров; приоритет экономических мер государственного регулирования торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения; обеспечение реализации права субъектов торговли, субъектов общественного питания на свободное обращение товаров; обеспечение реализации права на свободу выбора контрагента и товаров; создание равных условий субъектам хозяйствования для развития свободной конкуренции; защита государством прав и законных интересов субъектов торговли, субъектов общественного питания, бытового обслуживания, поставщиков товаров и покупателей (заказчиков); защита прав и законных интересов граждан, в том числе путем реализации мер социальной помощи малообеспеченным и другим льготным категориям населения; защита рынка товаров и услуг потребительского назначения в Донецкой Народной Республике от некачественных и фальсифицированных товаров [130].

Статьей 9 данного Закона обозначены также права и обязанности субъектов хозяйствования, осуществляющих торговую деятельность, что выражается в том, что при организации торговой деятельности и ее осуществлении, за исключением установленных настоящим Законом, другими законами Донецкой Народной Республики случаев, они самостоятельно определяют вид, форму, специализацию торговли, тип торгового объекта,

порядок и условия осуществления торговой деятельности, цены на продаваемые товары, за исключением регулируемых цен и т.д. [130]. Важно также отметить, что перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости и порядок установления предельно допустимых розничных цен на них устанавливаются Советом Министров Донецкой Народной Республики.

Согласно приказа №65 от 14.05.2018 г. Министерства промышленности и торговли ДНР «Об утверждении Порядка выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения», неоднократное привлечение субъекта хозяйствования (два и более раза подтверждённое актами комплексных проверок) к административной ответственности за нарушение установленных действующим законодательством правил торговли, благоустройства, санитарного законодательства, требований пожарной безопасности является основанием для аннулирования Согласования.

Сфера исследования формируется в контексте систематизации и изучения продовольственного права и необходимости применения такой важной составляющей механизма функционирования рынка продовольствия, как образовательный вектор, что проявляется в необходимости повышения образованности, потребительской грамотности населения.

С этой целью в диссертации предложен такой инструмент, как Инфотека потребителя ДНР, что даст возможность укрепить взаимосвязи инструментального обеспечения механизма функционирования рынка продовольствия с выделением основного инструмента - продовольственного права.

В качестве прототипа использована информация о том, что на сайте Роспотребнадзора РФ появится электронная Инфотека для потребителей [141]. Данная инфотека будет представлять собой базу данных, где сведены воедино потребительские права граждан. Внешний вид реализации данного проекта пока неизвестен.

Также в г. Великий Новгород (Россия) создана аналогичная Инфотека в помощь потребителю в соответствии с постановлением Администрации Новгородской области от «О долгосрочной целевой программе «Защита прав потребителей в Новгородской области на 2011-2013 годы» [142].

Кроме этого, Центр гигиены и эпидемиологии в Самарской области [143] и Центр защиты прав потребителей Удмуртской Республики [144] создали Инфотеки для потребителей их услуг.

Инфотека потребителя ДНР, которая не имеет аналогов по интернет-оформлению, будет представлять собой сайт или веб-портал с поисковой строкой. В нее потребитель может ввести свой запрос в виде сформулированной проблематики, связанной с нарушением его прав или сути конфликтной ситуации. По ключевым словам сайт выдаст результаты поиска в виде нормативных документов в которых регламентированы требования по существующей проблеме. Кроме этого, будет организовано он-лайн консультирование потребителей на данном веб-портале.

Набор нормативных документов для Инфотеки потребителя ДНР систематизирован в Приложении В, и включает следующие позиции:

1. Конституция ДНР (с изменениями, внесенными Законами от 30.11.2018 года № 01-ПНС)

2. Закон Донецкой Народной Республики «О защите прав потребителей» (принят Постановлением Народного Совета 05.06.2015 г.).

3. Закон Донецкой Народной Республики «О безопасности и качестве пищевых продуктов» (принят Постановлением Народного Совета 08.04.2016 г.).

4. Закон «О рынках и рыночной деятельности» (принят Постановлением Народного Совета 08.04.2016 г.).

5. Закон Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» (принят Постановлением Народного

Совета 02.02.2018 г, с изменениями, внесенными Законом от 25.05.2018 № 229-ІНС).

6. Постановление Совета Министров от 31.05.2016 г. №7-22 «О реализации отдельных положений Закона Донецкой Народной Республики «О защите прав потребителей»».

7. Постановление Совета Министров от 31.05.2016 г. №7-62 «Об управляющей рынками организации».

8. Постановление Совета Министров от 03.06.2016 г. №10-41 «Об утверждении порядка регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики».

9. Постановление Совета Министров от 07.12.2017 г. №16-28 «О внесении изменений во Временный порядок о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике».

10. Приказ Министерства промышленности и торговли ДНР, Министерства здравоохранения ДНР и Министерства агропромышленной политики и продовольствия ДНР № 235/2308/22 от 21.12.2017 г. «Об утверждении правил торговли на рынках».

11. Приказ Министерства промышленности и торговли ДНР, Министерства здравоохранения ДНР, Министерства образования и науки ДНР № 42/413/227 от 16.03.2018 г. «О неотложных мерах по организации питания детей и ограничению торговли пищевыми продуктами в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, детских учреждениях оздоровления и отдыха Донецкой Народной Республики».

12. Приказ №65 от 14.05.2018 г. Министерства промышленности и торговли ДНР «Об утверждении Порядка выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения».

13. Приказ №77 от 24.05.2018 «Об утверждении Порядка ведения и регистрации Книги отзывов и предложений».

14. Приказ Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики № 130 от 17.08.2018 г. «Об утверждении Порядка осуществления выездной торговли».

15. Приказ Министерства промышленности и торговли ДНР № 131 от 17.08.2018 г. «Об утверждении Правил продажи отдельных видов продовольственных товаров, требующих особых условий хранения и реализации».

16. Закон об изъятии из обращения, переработке, утилизации, уничтожении или дальнейшем использовании некачественной и опасной продукции (принят Постановлением Народного Совета 18.08.2016 года).

17. Приказ о внесении изменений в Порядок выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения.

18. Постановление Совета Министров ДНР № 6-4 от 26.04.2017г. О внесении изменений в Порядок наложения и взыскания штрафов за нарушение законодательства о защите прав потребителей, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 25 июня 2016 г. № 8-15

19. Закон об обращениях граждан. Принят Постановлением Народного Совета 20 февраля 2015 года (Постановление №I-65П-НС)

20. Закон о государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности № 76-ІНС от 21.08.2015 года.

Сотрудничество с профильными Министерствами Донецкой Народной Республики установлено с целью поддержания актуальности и обновляемости нормативно-правовой базы, которая касается продовольственного права потребителей. По мере принятия и внесения изменений в нормативных документах Республики, Инфотека будет дополняться и обновляться.

Из вышеизложенного следует, что государственное регулирование уровня и качества жизни населения осуществляется не системно – в виде отдельных нормативных документов. Анализ системы обеспечения продовольственного права показал, что, систематизируя нормативную базу и вовлекая в данный процесс главного субъекта продовольственного рынка –

потребителя, абсолютно реальным является формирование и регулирование механизма его функционирования посредством ключевого инструмента – продовольственного права в контексте социально-этического маркетинга.

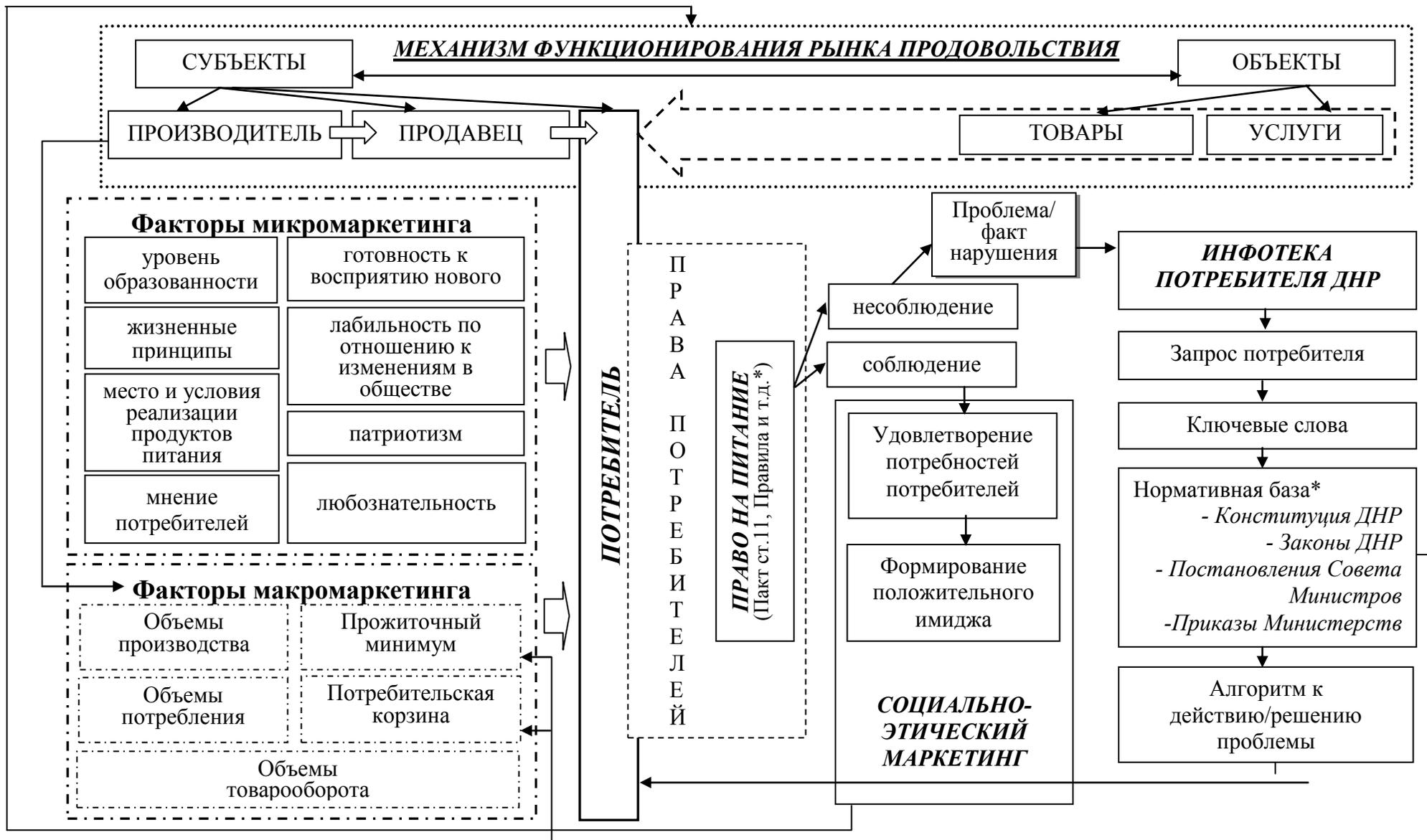
Формирование и структура маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга изображено на рисунке 2.8.

Главным фактором, определяющим формирование маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга, является ключевой субъект механизма функционирования рынка продовольствия – потребитель.

На потребителе происходит концентрация влияния объектов механизма функционирования рынка продовольствия (товаров и услуг) и других его субъектов (производителя и продавца). В качестве последнего можно рассматривать не только продавца в торговой точке, а и посредников (дистрибьюторские компании, оптово-розничные продовольственные базы, интернет-магазины). Процессы, отображающие влияние на потребителя объектов и субъектов продовольственного рынка, смоделированы направляющими векторами.

На поведение потребителя существенное влияние оказывают факторы микро- и макромаркетинга, как составляющие маркетингово-информационного пространства.

На основе проведенного социологического исследования (см. п. 3.1, стр. 151) среди факторов микромаркетинга отнесены уровень образованности, жизненные принципы, место и условия реализации продуктов питания, мнение потребителей, готовность к восприятию нового, патриотизм, любознательность и лабильность по отношению к изменениям в обществе. Вышеперечисленные факторы микромаркетинга определенным образом формируют потребительское поведение современного гражданина Республики.



\*[112, 113, 118, 129-140, 145-152]

Рисунок 2.8 - Маркетингово-информационное пространство в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга

Факторы макромаркетингового уровня выделены под влиянием организации деятельности производителей пищевой продукции (объемы производства, потребления и товарооборота) и нормативно-правовой базы Донецкой Народной Республики (прожиточный минимум и потребительская корзина). Данные факторы на макроуровне формируют потребительское поведение и обуславливают потребительский отклик общества по потреблению продуктов питания, а значит и в механизме формирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

Поскольку маркетингово-информационное пространство рассмотрено в области прав потребителей, то необходимо выделение приоритетного и неотъемлемого их права – право человека на питание. На нормативном уровне оно определено и обозначено Международным Пактом об экономических, социальных и культурных правах (принят резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи ООН от 16.12.1966 г.), ст. 11. [145], Руководящие принципы реализации права на питание (приняты в 2004 г. Советом ФАО) [146]. Интерес представляет также Всеобщая декларация о ликвидации голода и недоедания 1974 г. [147], подтверждающая неотъемлемое право каждого мужчины, женщины и ребёнка на свободу от голода и недоедания (пункт 1); Всемирная декларация по проблемам питания 1992 г. [148] признающая, что «доступ к полноценному и безопасному питанию является правом каждого человека» (пункт 1); Венская декларация о правах человека 1993 г. [149], вновь подтверждающая право на достаточное питание (пункт 31); Копенгагенская декларация о социальном развитии 1995 г. [150], включающая в себя обязательства по ликвидации голода и недоедания (обязательств 1 (F) и 2 (б)); Декларация по всемирной продовольственной безопасности [151] и План действий, принятые в Риме в 1996 г. [152], подтверждающие право на достаточное питание (пункт 1 Декларации) и содержащие обязательства по обеспечению продовольственной безопасности, обязательства по обеспечению продовольственной безопасности в чрезвычайных ситуациях (обязательство 5 из Плана действий).

Соблюдение прав потребителей на рынке продовольствия обязательно происходит в контексте социально-этического маркетинга, который кроме удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли посредников или производителем продуктов питания, предусматривает формирование положительного имиджа субъектов рынка продовольствия и непрерывное повышение качества жизни общества.

При несоблюдении прав потребителей, имеет место образовавшаяся проблема с возможными последствиями или непосредственный факт нарушения. В этом случае потребитель должен обратиться к Инфотеке потребителя ДНР. Алгоритм ее принцип действия описан выше (см. стр. 128).

Отметим, что в рамках маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте социально-этического маркетинга, полученный потребителем алгоритм к дальнейшему действию или к решению проблемы позволит изменить его потребительское поведение посредством обновления или пополнения потребительского опыта. Все эти трансформационные процессы с потребителем должны происходить по образовательно-научному вектору механизма функционирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

Аналогично, методом социологического опроса параллельно с выше представленным анкетированием, было проанализировано потребительское поведение населения Донецкой Народной Республики. Были изучены потребительские предпочтения в зависимости от внутренних и внешних факторов. Численность целевой аудитории, география опроса, половозрастная и социальная структура опрошенных описана выше.

Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского поведения населения ДНР представлено в таблице приложения Г, анкета – в приложении Д.

Сведенные результаты анкетирования по изучению потребительского поведения населения Донецкой Народной Республики представлены в таблице Приложения Е.

Проведенный мониторинг микрофакторов влияния на потребителей при приобретении продовольствия был организован посредством расстановки приоритетов, в разной степени оказывающих влияние на принятие решения о приобретении интересующего товара. Респондентам было предложено 10 факторов микромаркетинговой среды, которые обеспечивают взаимосвязь между производителем и потребителями продовольственных товаров [153]. Среди предложенных факторов от 1 до 10 (по возрастанию приоритетности) потребителям было необходимо распределить свои предпочтения. После анализа результатов, были рассчитаны средние приоритеты (по 10-бальной шкале). Методика расчета была применена согласно математического метода:

- 1) количество ответов респондентов умножены на выбранный балл приоритета по каждому из факторов микромаркетинга;
- 2) полученные произведения были суммированы;
- 3) расчетная сумма была разделена на количество потребителей, которые приняли участие в анкетировании.

Полученные средние приоритеты факторов микромаркетинга, в разной степени влияющих на принятие решения о приобретении продовольственного товара, систематизированы на рисунке 2.9.

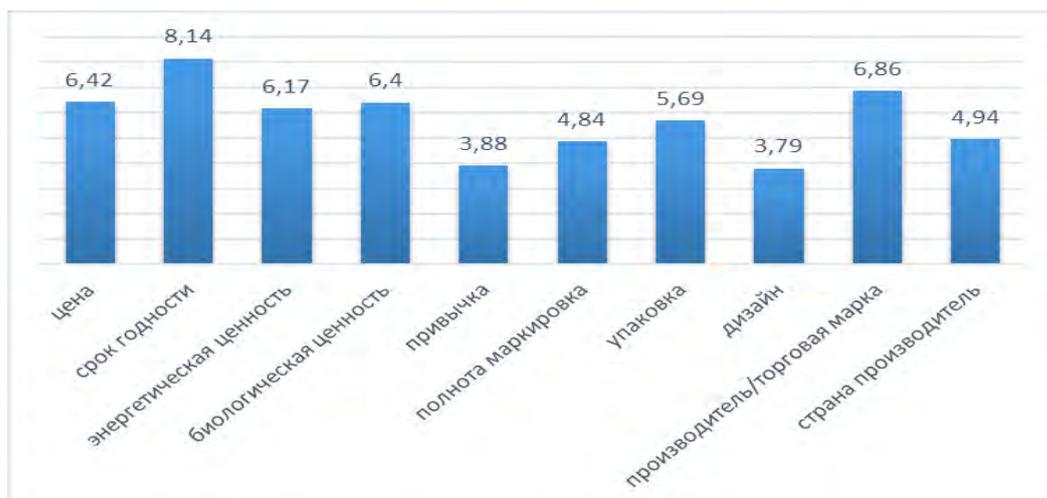


Рисунок 2.9 – Структура средних приоритетов факторов микромаркетинга, в разной степени влияющих на принятие решения о приобретении продовольственного товара потребителями исследованной целевой аудитории

Приоритетность фактора «срок годности» заняла лидирующую позицию. Далее для потребителей важны «производитель/торговая марка», «цена», «биологическая ценность» и «энергетическая ценность». Наименьшей приоритетностью охарактеризованы факторы «привычка» и «дизайн».

Далее (рис. 2.10) респондентам было предложено проанализировать ряд принципов, среди которых необходимо выбрать наиболее близкий к их потребительскому поведению.

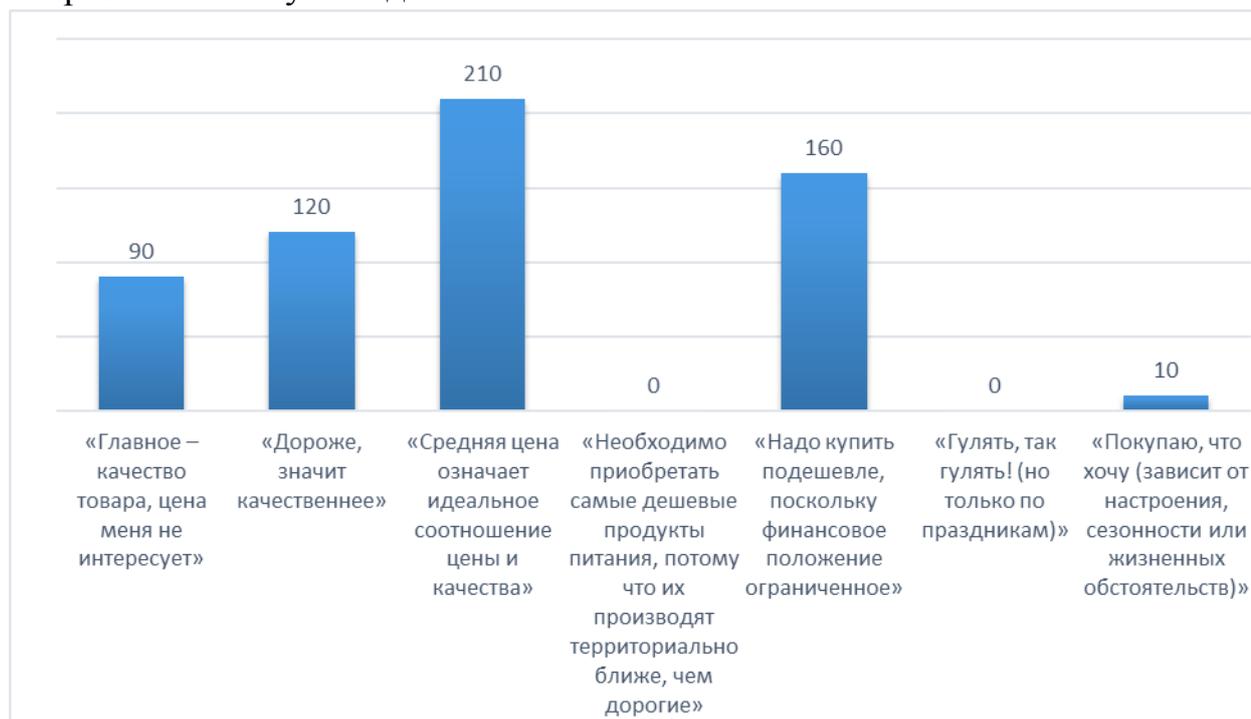


Рисунок 2.10 – Структура ответов респондентов по выбору принципов потребительского поведения

Наибольшей популярностью отметили вариант ответа «Средняя цена означает идеальное соотношение цены и качества» (36%). Немного меньше ответов зарегистрировано по позиции «Надо купить подешевле, поскольку финансовое положение ограниченное» (27%). А тезисы, которые характеризуются средней популярностью «Дороже, значит качественнее» и «Главное – качество товара, цена меня не интересует» были выбраны 20% и 15% респондентов соответственно. Только 2% опрошенных выбрали вариант ответа «Покупаю, что хочу (зависит от настроения, сезонности или жизненных обстоятельств)».

Следует отметить, что варианты «Необходимо приобретать самые дешевые продукты питания, потому что их производят территориально ближе, чем дорогие» и «Гулять, так гулять! (но только по праздникам)» не нашли реакции потребителей целевой аудитории.

Следовательно, потребители Донецкой Народной Республики показали, различную степень затратности на свой рацион питания. Для большинства ограниченное финансовое положение оказывает решающее влияние на ценовой сегмент приобретаемой продукции, для других – продукты питания составляют основную часть месячного бюджета. Неуместным при характеристике потребительского поведения оказался тезис о спонтанном и бессистемном приобретении продовольствия в силу сложившейся и затянувшейся сложной социально-экономической и военно-политической обстановке в регионе.

Были исследованы также и факторы, оказывающие влияние на организацию питания потребителей Республики по позиции местоположения приобретения продовольственных товаров и количества их покупки за разовое посещение торгового объекта (рис. 2.11).

Проведенный мониторинг показал, что преобладающее большинство потребителей при покупке продовольственных товаров обращают внимание на условия их реализации (71%). Однако 26% респондентов этого не делают. Также 855 респондентов предпочитают приобретение товаров в розницу и только 10% и 5% делают это в разных количествах и в оптовых партиях соответственно. Заметим, что потребители целевой аудитории достаточно разумно подходят к проблеме выбора продукции, поскольку 42% респондентов отправляются за разными продуктами питания в разные торговые объекты. Примерно треть совершают покупки на рынках, 19% - только в супермаркетах. Следует обратить внимание на следующее. Как правило, потребители, приобретающие товары на рынках, не всегда обращают внимание на условия реализации продовольственными товарами. Принятие решения о точечных покупках продуктов питания по необходимости 7% потребителей принимают в магазинах шаговой доступности.



а) Ответы респондентов об их внимательности касаясь условий реализации продовольственными товарами в местах их приобретения



б) Ответы респондентов о количестве продукции, разово приобретаемой в торговом объекте



в) Ответы респондентов о местах приобретения продукции на продовольственном рынке Донецкой Народной Республики

Рисунок 2.11 – Структура ответов потребителей целевой аудитории по позиции местоположения приобретения продовольственных товаров и количества их покупки за разовое посещение торгового объекта

Социологический опрос позволил изучить макрофакторы влияния на потребителей при приобретении продовольствия посредством учета макромаркетинговых (рис. 2.12) процессов (насколько производственный потенциал экономики используется для удовлетворения индивидуальных и общественных потребностей [154]).

Более 40% участников социологического исследования доверяют известным брендам продовольственной сферы, по 25% респондентов выбрали тезисы о патриотическом отношении к отечественным производителям и приоритетности состава продукции. Любители новинок, как правило, занимают около 5-7% потребительского рынка, что и подтвердилось результатами опроса. Отметим, что 55% респондентов безразлично на присутствие или отсутствие

продукции украинских производителей, но заслуживает внимания 42%, которые хотели бы приобретать данные товары на территории Республики.



Рисунок 2.12 – Структура ответов респондентов по выбору макрофакторов потребительского поведения и проблеме присутствия украинских производителей на продовольственном рынке ДНР

Предпосылками такого распределения ответов может служить более высокая пищевая ценность украинской продукции, к которой в течении многих лет потребители привыкли. Главным фактором, формирующим пищевую ценность продовольственных товаров, является сырьевая база и технология производства. Поскольку последнее осталось неизменным, то причиной ситуации может служить сырьевой фактор, проблематику которого руководство

Республики предпринимает попытки решить путем развития международных отношений с дружественными странами и развитием сырьевой базы государства.

Именно поэтому 100% респондентов согласны с политикой государства в поддержке отечественных производителей. Причем, отображение вышесказанного нашло себя в мнении населения (рис. 2.13).



Рисунок 2.13 – Структура ответов респондентов по выбору способов государственной поддержки отечественных производителей продовольствия

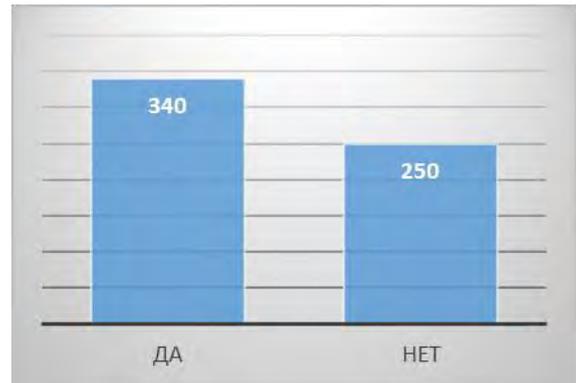
Более 40% потребителей видят налаживание ситуации с производством продовольствия на территории Республики в развитии сырьевой базы и активизации финансовых дотаций для стимулирования объемов производства местных производителей (20%).

Кроме вышеизложенного, была оценена дефицитарная степень продовольствия в Донецкой Народной Республике (рис. 2.14).

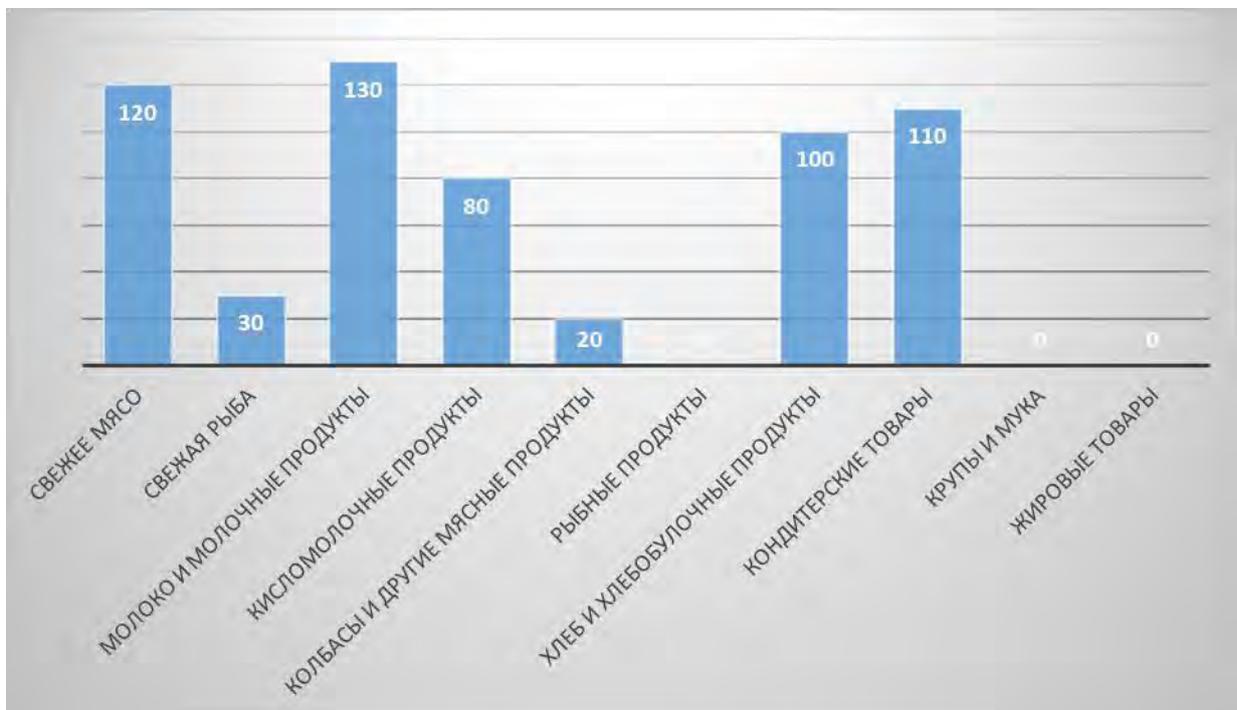
Полученные результаты позволили констатировать следующее. Более половины потребителей довольны представленной номенклатурой продовольственных товаров (54%), однако 46% - не довольны этим показателем. Безразличных респондентов к данной проблеме выявлено не было. Аналогичные результаты были получены по вопросу о фактическом наличии в торговой сети, интересующей потребителей продукции.



а) Распределение ответов респондентов по их удовлетворенности широтой представленного ассортимента товаров



б) Распределение ответов респондентов по фактическому наличию необходимых пищевых продуктов в торговой сети



б) Распределение ответов респондентов по увеличению ассортимента реализуемых товаров на территории ДНР

Рисунок 2.14 – Структура ответов респондентов по оценке дефицитарной степени продовольствия в Донецкой Народной Республике

Распределение ответов респондентов по увеличению желаемого ассортимента реализуемых товаров на территории ДНР изображен в количестве опрошенных, а не долях. Выбор целевой аудитории не был ограничен однозначностью ответов, поэтому потребители могли выбирать несколько групп товаров. Больше всего участники опроса желают разнообразия среди

ассортимента молока и молочных продуктов (130 ответов), свежего мяса (120 ответов) и кондитерских товаров (110 ответов). Наиболее покупатели удовлетворены ассортиментом колбас и других мясных товаров. В этой связи, не считают необходимым расширение ассортимента данной группы товаров.

В целом дефицитарная степень продовольствия в Донецкой Народной Республике низкая, поскольку респонденты довольны представленностью и ассортиментом продовольственных товаров в торговой сети.

Активную позицию по защите прав потребителей на территории Республики, под руководством депутата Народного совета ДНР Мартьяновой Е.Г., занял орган общественного контроля системы управления ДНР Народный контроль. Проведенное анкетирование позволило выявить отношение потребителей к деятельности вышеупомянутого органа (рис. 2.15).

Полученные результаты свидетельствуют о высоком интересе к деятельности Народного контроля, при условии наблюдения со стороны потребителей, поскольку принимать участие в достижении главной цели данного проекта - улучшении качества и снижения цен на продукцию и услуги в Республике, не желают. Предпосылками такого настроения граждан мы видим в сниженном уровне их образованности. О чем и свидетельствуют результаты проведенного социологического исследования.

Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского опыта населения ДНР представлено в таблице приложения Ж, анкета – в приложении И.

Сведенные результаты анкетирования по изучению потребительского опыта населения Донецкой Народной Республики представлены в таблице Приложения К.

Так, при опросе целевой аудитории по выражению своего мнения по решению проблемных ситуаций, которые возникают в розничной сети Республики вследствие ненадлежащего отношения к потребителям, показал, что доля верных ответов, соответствующих действующему законодательству, на ситуационные задачи составила 49,15%.



а) Интересуетесь ли вы деятельностью Народного контроля?

б) Укажите степень необходимости деятельности Народного контроля

в) Хотели бы Вы стать Народным контролером?

Рисунок 2.15 – Структура ответов респондентов по отношению потребителей к деятельности органа общественного контроля системы управления Донецкой Народной Республики «Народный контроль»

Такой уровень правильных ответов свидетельствует о достаточно низком знании потребителями своих прав и обязанностей. Анкета с ситуационными задачами и структура ответов представлена в приложении Л.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.

Изучение современной социально-экономической ситуации Донецкой Народной Республики и продовольственного положения, проведенный мониторинг состояния продовольственного рынка ДНР и особенностей развития законодательной базы и института защиты прав потребителей в ДНР в контексте формирования маркетингово-информационного пространства в области права человека на питание в контексте концепции социально-этического маркетинга позволили сделать ряд выводов.

1. На основе мониторинга и проведенных статистических расчетов спрогнозированы основные экономические показатели развития Республики на

будущие три периода со средней вероятностью прогноза 0,9634, что свидетельствует о стабильно положительной динамике основных экономических процессов применительно к продовольственному рынку ДНР.

2. Высокая вероятность прогноза обусловлена выявленными корреляционно-регрессионными взаимозависимостями среди исследуемых показателей с наибольшим уровнем вероятности полиномиального характера зависимости, кроме двух показателей с линейной зависимостью (доля пищевой промышленности среди других отраслей промышленности ДНР и количество физических лиц-предпринимателей).

3. С учётом высокой значимости качества жизни населения и качества обслуживания потребителей изучены материалы Республиканской инспекции по защите прав потребителей на предмет нарушений на продовольственном рынке и фактов обмана за период с 2014 по 2018 г. Выявлена негативная динамика нарушений прав потребителей, что связано с несоблюдением продовольственного права. Рассчитанный коэффициент соблюдения и уровень бесправия потребителей Донецкой Народной Республики в прогнозе на три периода вперед свидетельствуют: средняя вероятность правдоподобности прогнозов для коэффициента соблюдения составила 0,9096, для уровня бесправия потребителей – 0,7324; коэффициент соблюдения будет снижаться, что означает повышение уровня бесправия потребителей в Республике; данный прогноз будет вероятен без принятия строгих контрмер против нарушений на рынке продовольствия Республики; в пересчете на фактическое количество населения, которое посещает торговые объекты в оптово-розничной сети населенных пунктов Донецкой Народной Республики, 35 тыс. чел. оказались бесправными при приобретении продовольствия.

4. Социологический опрос и данные Республиканской инспекции по защите прав потребителей позволили определить уровень опасности потребительского рынка путём расчёта индекса Клиренса, который показывает уровень осуществления деятельности субъектов рынка продовольствия Донецкой Народной Республики вне нормативного поля, устранения фактов

нарушения прав потребителей, степень необходимости соблюдения продовольственного права

5. С целью снижения уровня опасности потребительского рынка предложено: усиление административных и правовых мер борьбы с нарушениями; создание образовательных порталов Республиканской инспекции по защите прав потребителей; реализация проектов вопросов просветительской деятельности с целью повышения грамотности населения Донецкой Народной Республики; создание Инфотеки потребителя как обратной связи в системе потребительского рынка.

Материалы второй главы диссертации отражены в публикациях: [166; 167; 168; 169; 170].

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПТИМИЗАЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

### **3.1 Система механизмов и инструментарное обеспечение функционирования рынка продовольствия**

Потребитель является одним из субъектов торговли. Его влияние на организацию рынка продовольствия, очевидно.

Изучение и эффективная разработка механизмов функционирования продовольственного рынка возможны только при условии тщательного исследования потребительского опыта и потребительского поведения. Данные понятия дают возможность понять потребителя в его мнении, предпочтениях, привычках и уровне образованности в знании своих прав и обязанностей.

Методом социологического опроса было организовано и проведено анонимное анкетирование и интервью потребителей продовольственного рынка Донецкой Народной Республики. Респонденты были опрошены лично и через электронную рассылку интернет-сообщений. География опроса состояла из жителей г. Донецк, г. Горловка, г. Макеевка, г. Харцызск, г. Зугрес, г. Шахтерск, г. Енакиево. По итогам анкетирования было опрошено 590 человек различного возраста, социального положения и среднемесячного заработка.

Как было отмечено выше, структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского опыта населения ДНР представлено в таблице приложения Ж, анкета – в приложении И.

Анализ половозрастной и социальной структуры целевой аудитории (рис. 3.1) показал, что в опросе приняло участие 56% женщин и 44% мужчин. Возраст которых варьировался преимущественно от 18 до 35 лет. Около половины респондентов отнесли себя к социальной категории рабочих, чуть более 30% аудитории составили студенты, также отмечено участие служащих и пенсионеров. Половозрастная и социальная структура опрошенных на большую половину состоит из женщин от 18 до 25 лет, которые отнесли себя к социальной группе рабочих.

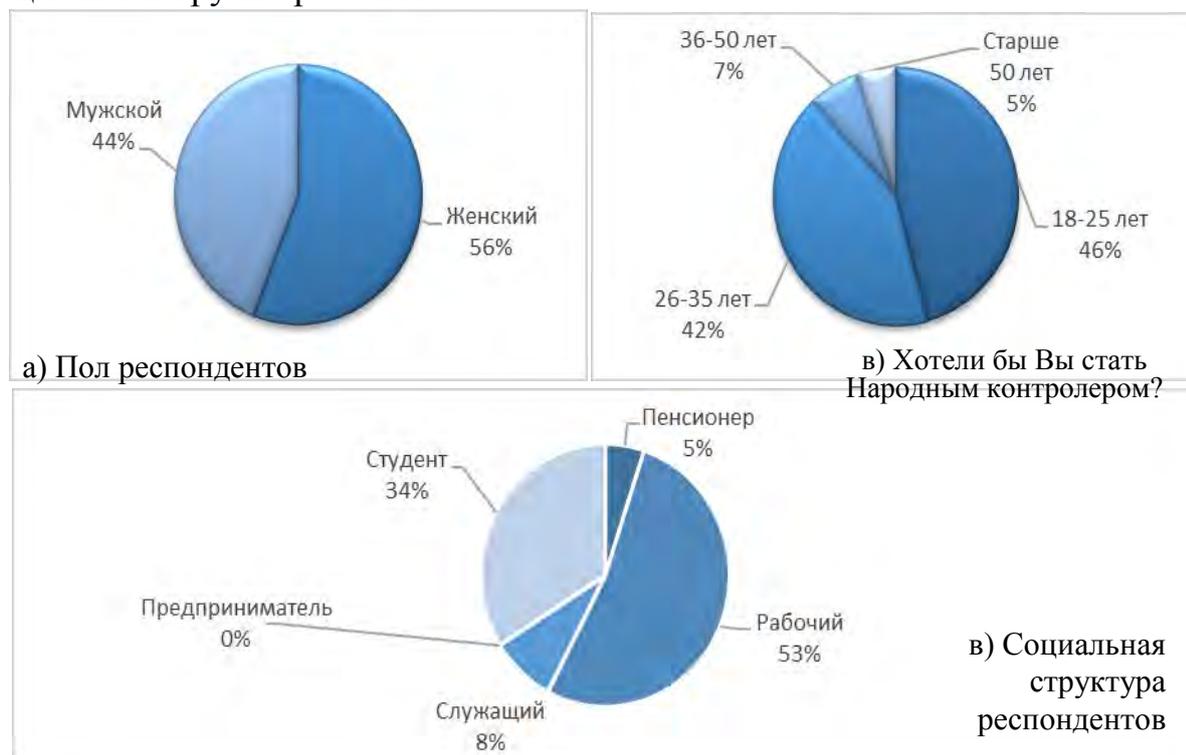


Рисунок 3.1 – Половозрастная и социальная структура целевой аудитории

Исследование среднемесячного дохода (рис. 3.2) показало, что примерно одинаковое количество респондентов зарабатывают до 5000 руб. и до 7500<sup>0</sup>руб. в месяц.

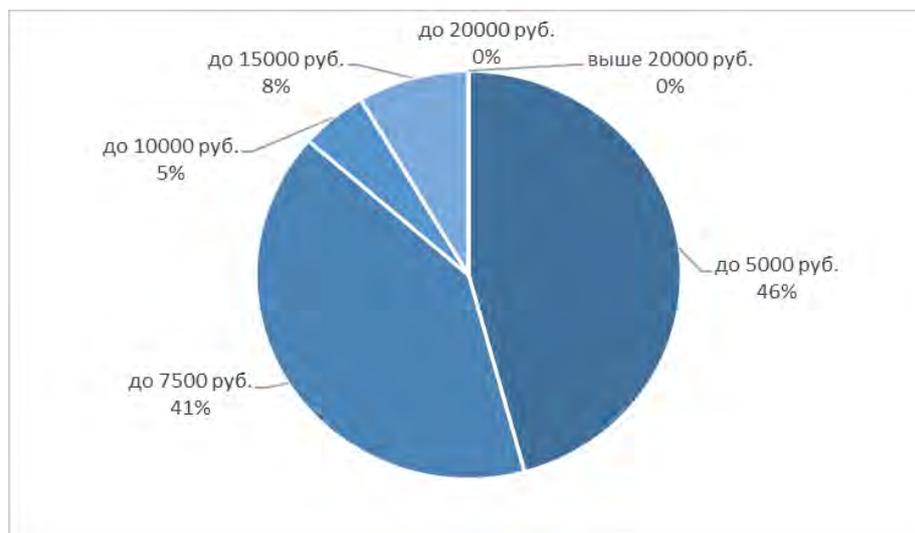
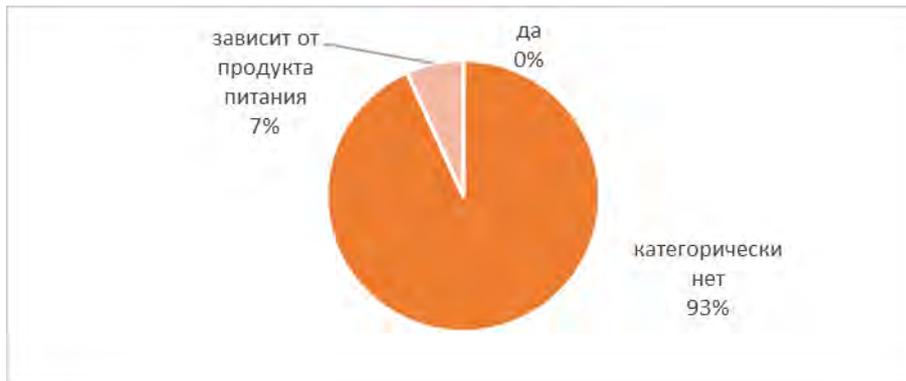


Рисунок 3.2 – Структура среднемесячного дохода респондентов

Однако отмечено, что у 5% и 8% потребителей среднемесячный доход составляет до 10000 руб. и до 15000 руб. в месяц. Обратим внимание, что сегмент потребителей со среднемесячным доходом до-, и свыше 20000 руб. оказался пустым. Исследование структуры целевой аудитории позволило выяснить ее отношение к продуктам с нарушенными сроками годности (рис. 3.3).

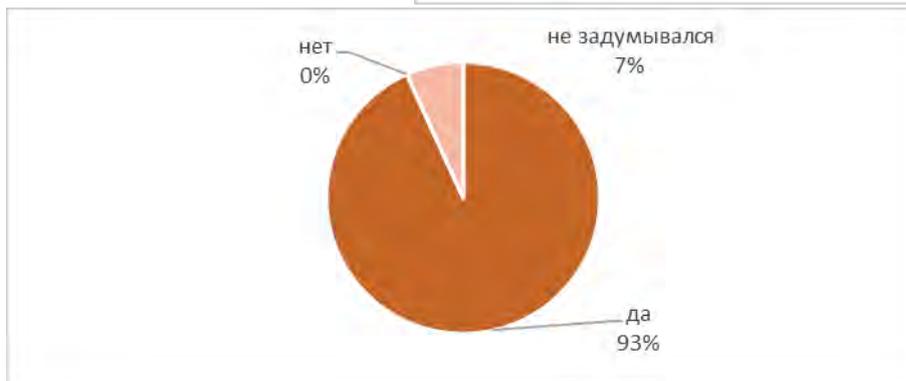
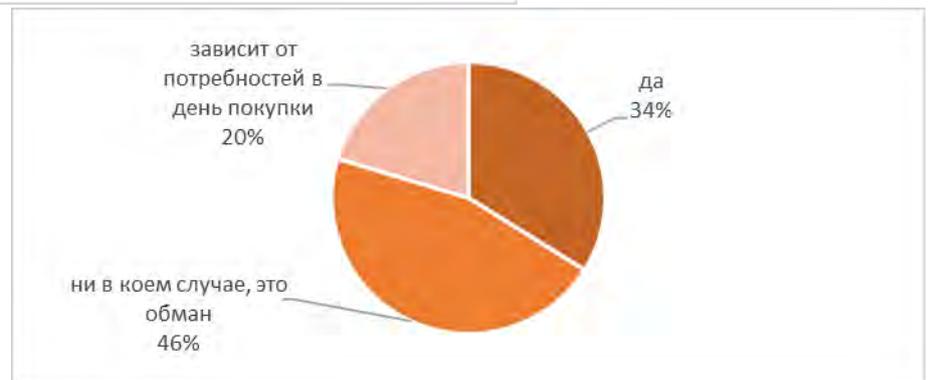
Более 90% потребителей категорически не употребляют в пищу просроченные продукты, никто из опрошенных не согласился с фактом употребления подобных продуктов питания. Однако, поразительным отмечен ответ 7% респондентов в том, что они употребляют просроченные продукты питания в зависимости от вида продукта питания.

В оптово-розничной продовольственной сети более 45% потребителей не приобретают акционные продукты питания, поскольку считают продажу таких продуктов по акционным ценам обманом. Но, 34% респондентов совершают покупку акционных продуктов, а пятая часть опрошенных также приобретает подобные продукты питания в зависимости от потребностей в питании в день покупки.



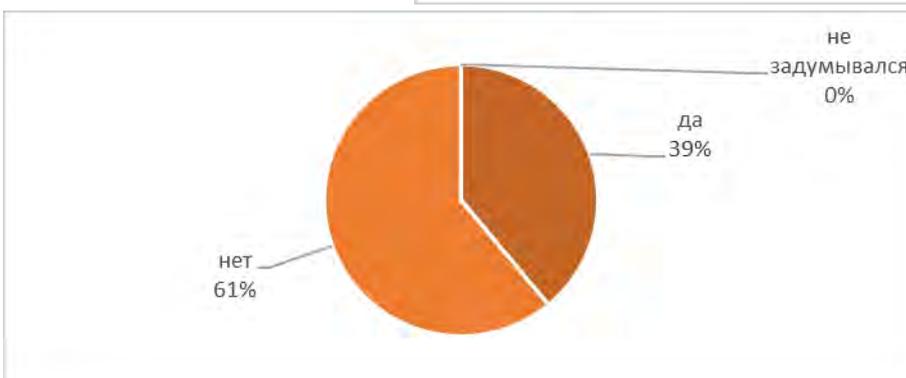
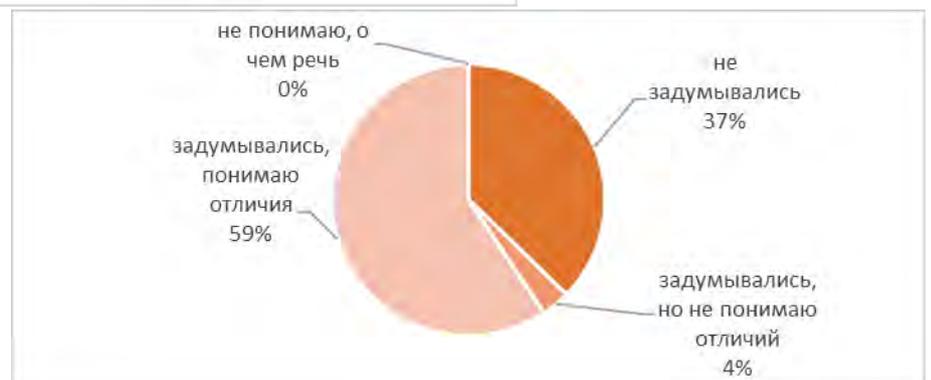
а) Результаты ответов респондентов на вопрос об употреблении в пищу продуктов истекшим сроком годности

б) Результаты ответов респондентов на вопрос о приобретении продуктов питания, которые продают по акционным ценам



в) Результаты ответов респондентов на вопрос о причине продажи продуктов питания, которые продают по акционным ценам

в) Результаты ответов респондентов на вопрос об отличии понятий «срок годности» и «срок реализации» продуктов питания



г) Результаты ответов респондентов на вопрос о акте соблюдения в розничной сети сроков реализации продуктов питания, в т.ч. с коротким сроком хранения

Рисунок 3.3 – Структура ответов целевой аудитории по отношению потребителей к продуктам питания с нарушенными сроками годности

Результаты опроса по выявлению осознанности причин перевода продуктов питания в продажу по акционным ценам показали, что более 90% респондентов понимают причину скидки цены реализации товара, а 7% - не задумывались над этим.

Ответы респондентов на вопрос об отличии понятий «срок годности» и «срок реализации» продуктов питания показали, что 37% потребителей вообще не задумываются над предложенными к размышлению понятиями. Одновременно, почти 60% потребителей понимают отличие, а остальные – задумывались над вопросом, но, к сожалению, не понимают разницы.

Более 90% потребителей категорически не употребляют в пищу просроченные продукты, никто из опрошенных не согласился с фактом употребления подобных продуктов питания. Однако, поразительным отмечен ответ 7% респондентов в том, что они употребляют просроченные продукты питания в зависимости от вида продукта питания.

В оптово-розничной продовольственной сети более 45% потребителей не приобретают акционные продукты питания, поскольку считают продажу таких продуктов по акционным ценам обманом. Но, 34% респондентов совершают покупку акционных продуктов, а пятая часть опрошенных также приобретает подобные продукты питания в зависимости от потребностей в питании в день покупки.

Результаты опроса по выявлению осознанности причин перевода продуктов питания в продажу по акционным ценам показали, что более 90% респондентов понимают причину скидки цены реализации товара, а 7% - не задумывались над этим.

Ответы респондентов на вопрос об отличии понятий «срок годности» и «срок реализации» продуктов питания показали, что 37% потребителей вообще не задумываются над предложенными к размышлению понятиями. Одновременно, почти 60% потребителей понимают отличие, а остальные – задумывались над вопросом, но, к сожалению, не понимают разницы.

Потребители, принимающие участие в социологическом опросе на 61% не согласны с соблюдением сроков реализации продукции на продовольственном рынке Республики, остальные – думают, что эти сроки соблюдаются.

Анализ отношения потребителей к продуктам питания с нарушенными сроками годности показал, что целевая аудитория социологического исследования отрицательно относится к таким продуктам питания. Однако незначительное количество населения все-таки употребляют просроченные продукты питания в пищу. Также респонденты осознают причины перевода продовольственных товаров в категорию продажи по акционным ценам и стараются их не приобретать. Но, значительное количество потребителей приобретают акционные продукты с полным осознанием причины их сниженной цены в розничной сети и употребляют их в день покупки. Одновременно целевая аудитория потребителей в своем большинстве не понимают отличия между сроками годности и сроками реализации продукции. Но 93% потребителей уверены, что ни один из упомянутых сроков на продовольственном рынке Донецкой Народной Республики не соблюдается. Ужасает осознание потребителями своей незащищенности и риска при потреблении продуктов питания.

Мониторинг целей приобретения продовольствия населением был проведен с непосредственным выяснением самой цели покупки продовольствия и отношением респондентов к мнению окружающих при выборе продуктов питания (рис. 3.4).

Почти 60% потребителей приобретают продукты питания с целью элементарного употребления в пищу, одинаковое количество респондентов - для поддержания здоровья и поднятия настроения. Свои варианты ответов предложили только 5% потребителей. Были озвучены причины конкретизации питания в контексте поддержки уровня сахара в крови (люди, страдающие сахарным диабетом) и выбора продуктов питания без аллергических

компонентов. Также конкретизация цели питания прозвучала от беременных и кормящих матерей по формированию специального диетического рациона.

Интересна для анализа структура ответов целевой аудитории по следованию советам окружающих по выбору продуктов питания в торговой сети и фактам самостоятельной выдачи советов другим потребителям.

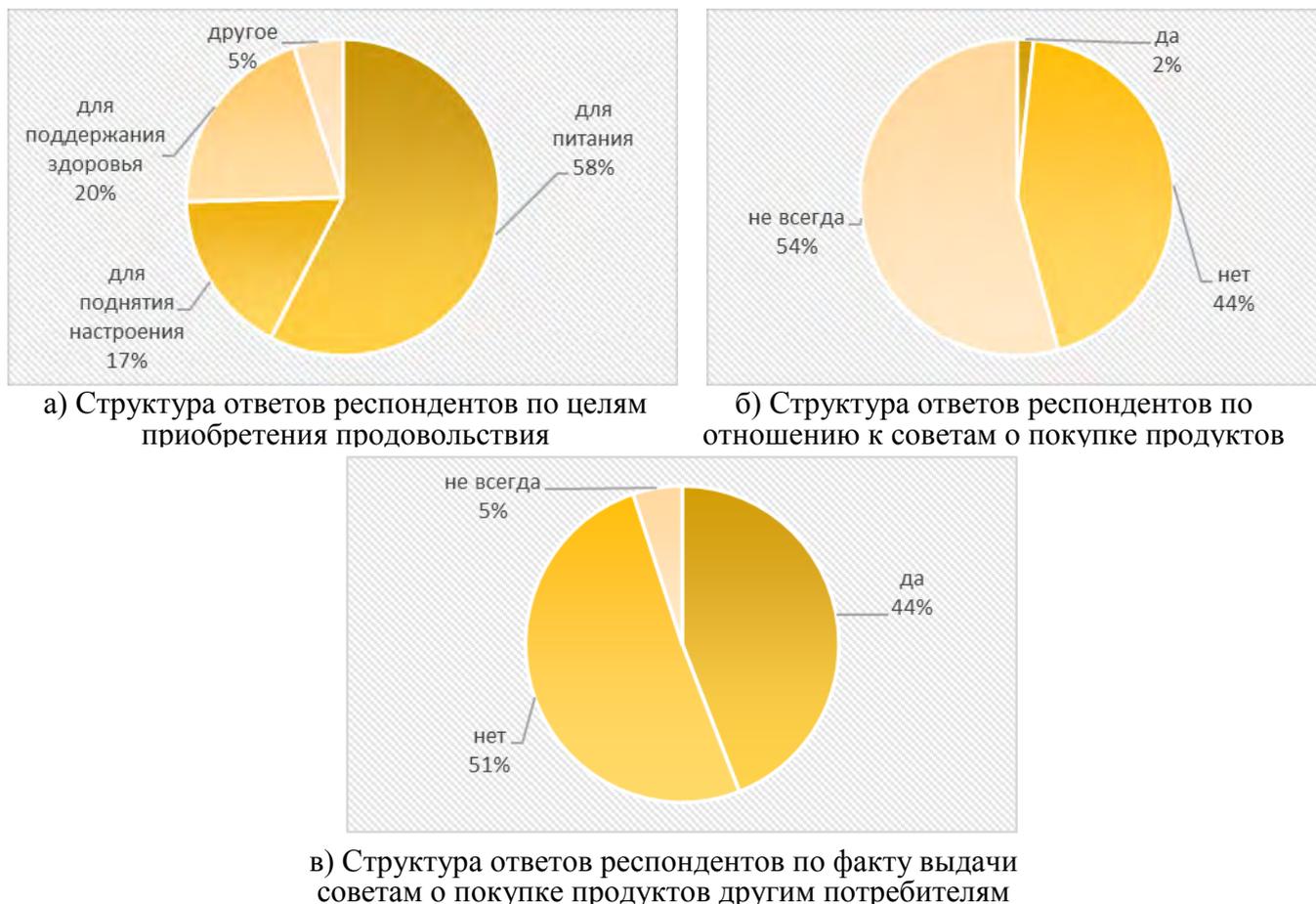


Рисунок 3.4 – Структура целей покупки продовольствия и отношением респондентов к мнению окружающих при выборе продуктов питания

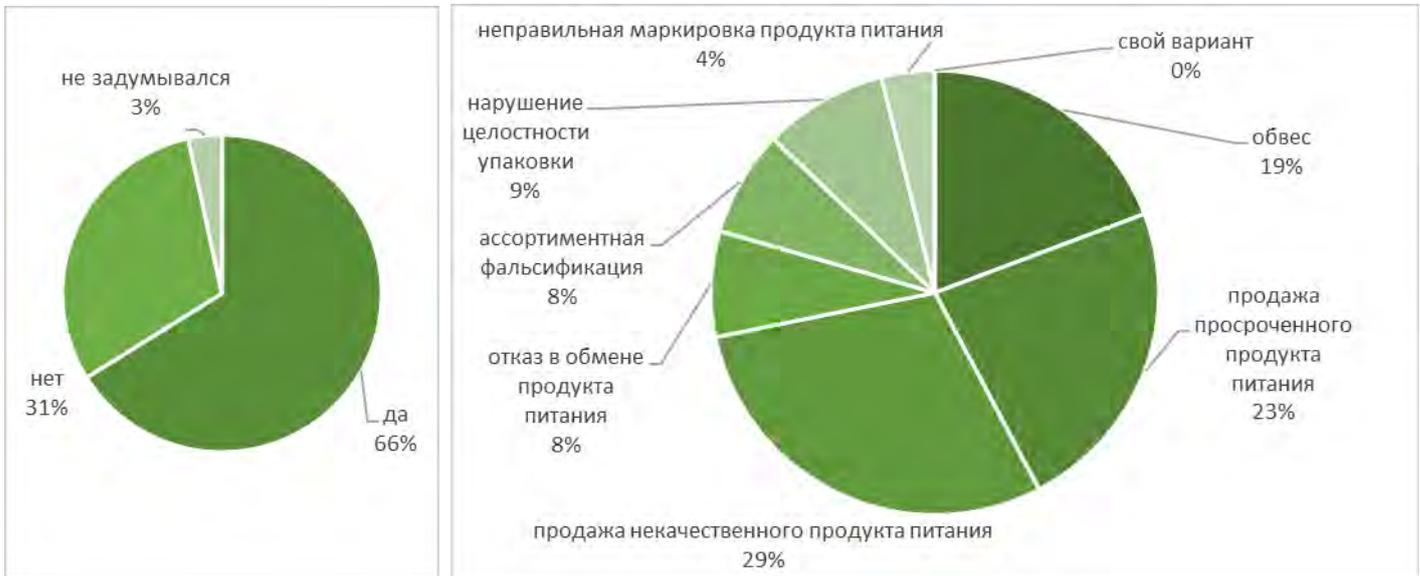
Респонденты в количестве 98% категорически не следуют или не всегда следуют советам окружающих, но при этом почти 50% опрошенных считают нужным советовать другим определенные продукты питания.

В ходе социологического опроса проанализирована структура нарушений прав потребителей на продовольственном рынке Республики (рис. 3.5).

Значительное количество потребителей (66%) уверены в том, что они подвергались обману при приобретении продуктов питания, треть

респондентов уверены в обратном. И только 3% опрошенных не задумывались над данным утверждением.

Среди обманутых потребителей выявлена структура обмана по видам (рис. 3.5(б)).



а) Факт обмана потребителей

б) Видовая структура нарушения прав потребителей при приобретении продуктов питания

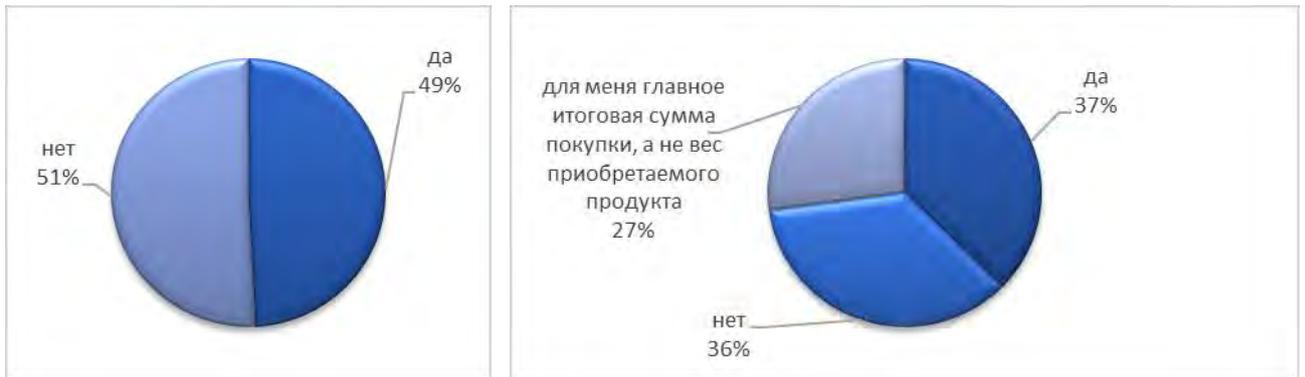
Рисунок 3.5 - Структура нарушений прав потребителей на продовольственном рынке Донецкой Народной Республики

Существенную долю обмана составляет продажа просроченных или некачественных продуктов, наименьшее количество потребителей (4%) выявили нарушения в маркировке приобретенных продуктов.

Проанализирована бдительность опрошенных при приобретении продуктов питания следуя ответам респондентов на вопросы, которые касаются осмотра ими упаковки приобретаемых товаров на наличие боя и проверки правильности веса расфасованных продуктов (рис. 3.6).

Структура полученных ответов позволила сделать следующие выводы. Соотношение числа потребителей, которые проверяют наличие боя и не делают этого, составляет 1:1. Аналогичная ситуация и с проверкой веса расфасованных продуктов. Одинаковое количество респондентов обращают и не обращают

внимание на него. Интересным является, что для 27% потребителей важна итоговая сумма покупки, а не детализация веса продуктов питания.

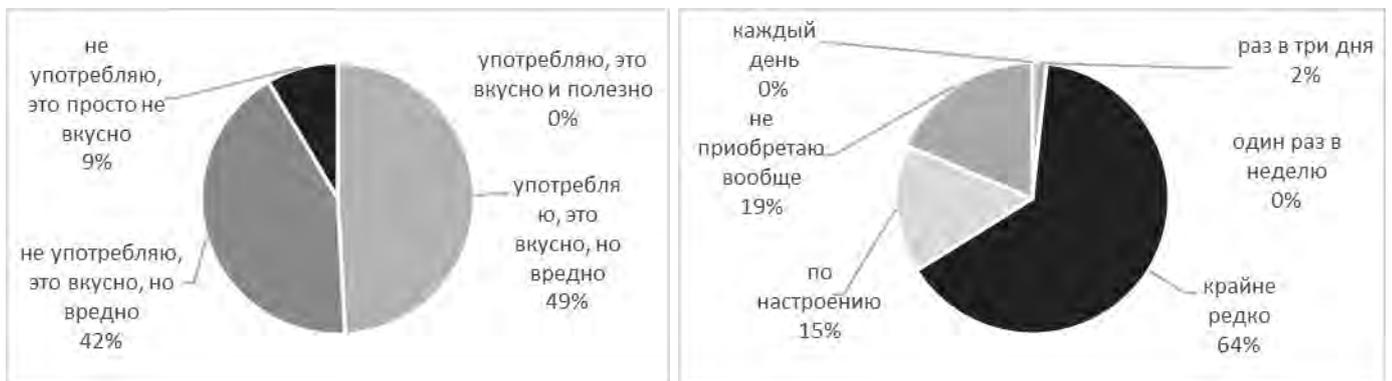


а) Оцениваете ли Вы зрительно долю боя или крошек в расфасованных продуктах?

б) Обращаете ли Вы внимание на вес расфасованных продуктов?

Рисунок 3.6 – Структура ответов респондентов по анализу их бдительности при приобретении продуктов питания

Также проведен анализ отношения потребителей к проблемным сегментам рынка продовольствия (фаст-фуд и кулинария) (рис. 3.7).



а) Структура ответов респондентов по употреблению ими продуктов фаст-фуда

б) Структура ответов респондентов по частоте приобретения ими кулинарии

Рисунок 3.7 – Структура ответов потребителей по выявлению их отношения к проблемным сегментам рынка продовольствия

Анализ структуры ответов целевой аудитории по вышеупомянутым вопросам позволил констатировать, что одинаковое количество респондентов употребляют в пищу фаст-фуд по причине его вкусоности, одновременно считая

его вредным для здоровья, и не употребляют его по этим же причинам. И только 9% потребителей не употребляют в пищу данный сегмент товаров.

Относительно кулинарной продукции, ситуация менее однозначна. Поскольку потребители приобретают такие продовольственные товары крайне редко, а 19% - не приобретают вообще. Решающим фактором о приобретении кулинарии 15% опрошенных считают настроение.

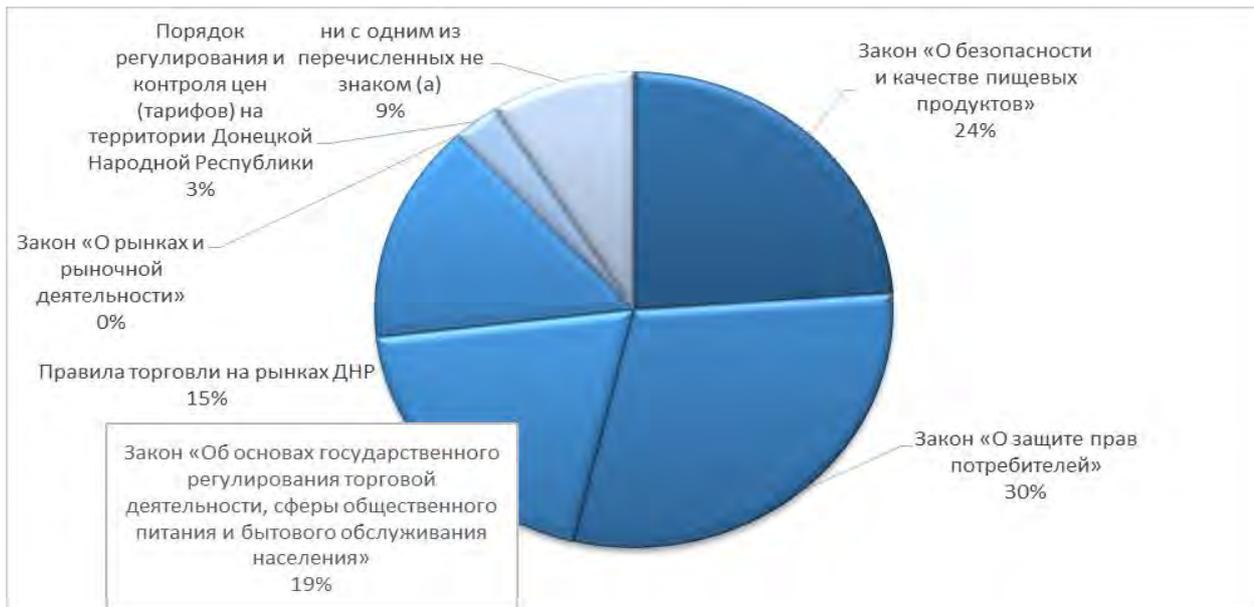
Следовательно, фаст-фуд и кулинария не являются популярной продукцией в рационе потребителей Донецкой Народной Республики.

Опрос респондентов позволил провести мониторинг степени осведомленности потребителей нормативно-правовыми документами по регулированию торговли продовольственными товарами (рис. 3.8).

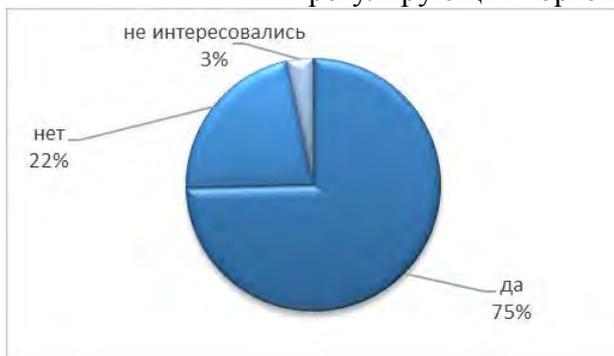
Результаты показали, что 75% опрошенных осведомлены о принятии Закона «О защите прав потребителей» ДНР. Стоит отметить, несмотря на высокий уровень осведомленности, целевая аудитория не знакома с его содержанием по причине либо отсутствия желания, либо рабочей занятости. Однако более четверти потребителей читали Закон «О защите прав потребителей» и знакомы с его содержанием.

Данные полученные при опросе свидетельствуют о высоком уровне осведомленности не только вышеупомянутого Закона, а и Законом «О безопасности и качестве пищевых продуктов» (24%), Законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» (19%), Правилами торговли на рынках ДНР (15%). Низкий уровень знания показали ответы респондентов о Порядке регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики (3%).

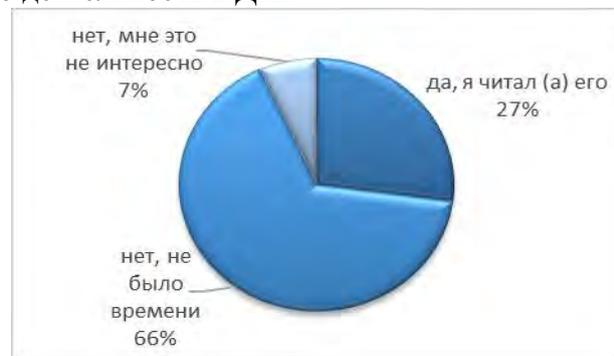
Следует отметить, что с Законом «О рынках и рыночной деятельности» потребители совершенно не знакомы. А также 10% опрошенных заметили, что не знакомы ни с одним из перечисленных нормативных документов.



а) Структура ответов респондентов по знанию нормативных документов, регулирующих торговую деятельность в ДНР



б) Структура ответов респондентов по осведомленности о принятия Закона «О защите прав потребителей» ДНР



в) Структура ответов респондентов по осведомленности о знании содержания Закона «О защите прав потребителей» ДНР

Рисунок 3.8 – Результаты мониторинга степени осведомленности потребителей нормативно-правовыми документами по регулированию торговли продовольственными товарами

Далее, в ходе социологического исследования была оценена удовлетворенность потребителей предоставляемыми услугами в розничной торговой сети на продовольственном рынке ДНР. Расчет среднего бала удовлетворенности происходил согласно математического метода:

1) количество ответов респондентов умножены на выбранный балл удовлетворенности качеством торговли продовольственными товарами в Республике;

2) полученные произведения были суммированы;

3) расчетная сумма была разделена на количество потребителей, которые приняли участие в анкетировании.

Степень удовлетворенности качеством торговли продовольственными товарами (по 5-балльной шкале) была оценена участниками опроса в 3,08 баллов. Степень удовлетворенности потребителей соблюдением Закона «О защите прав потребителей» (по 5-балльной шкале) составила 3,11 баллов.

Следует отметить, что среди количества потребителей, которые приняли участие в исследовании, засчитаны и те, которые не смогли оценить качество торговли продовольственными товарами и удовлетворенность соблюдением Закона «О защите прав потребителей» по причине их незнания содержания данного нормативного документа.

Также было отмечено выше, что сведенные результаты анкетирования по изучению потребительского опыта населения Донецкой Народной Республики представлены в таблице Приложения К.

Результаты социологического опроса позволили создать профиль потребительского поведения (рис. 3.9). Для систематизации профиля были выбраны варианты самые популярные ответов респондентов.

Потребитель – женщина, в возрасте от 18 до 25 лет со среднемесячным заработком до 5000 руб., свой социальный статус обозначает как рабочий: категорически не употребляет просроченные продукты, чётко осознает причину реализации акционных продуктов и ни в коем случае не приобретает их; понимает отличие понятий срок реализации и срока годности продовольственных товаров; находится в состоянии уверенности в несоблюдении в розничной сети сроков реализации продуктов; основной целью приобретения продовольствия считает получение энергии для жизни.

Судя по представленной характеристике, такой потребитель не всегда доверяет советам окружающих при приобретении продуктов, однако сама считает нужным советовать другим покупателям и рекомендовать определенную продукцию. Очевидно, при приобретении продуктов питания

потребитель подвергался обману, чаще всего путем приобретения некачественного товара, и не считает нужным зрительно оценивать долю боя в упаковке продуктов, однако обращает внимание на вес товара, который расфасован в розничной сети.

Кроме вышеизложенного, потребитель-женщина употребляет в пищу фаст-фуд, считая его вкусным, но вредным, она крайне редко приобретает кулинарную продукцию, и, безусловно, проинформирована о принятии Закона «О защите прав потребителей», но не знакома с его содержанием.

Обработка результатов социологического опроса позволили создать профиль потребительского опыта (рис. 3.10). Для систематизации профиля были выбраны варианты самые популярные ответов респондентов.

Потребитель – женщина, в возрасте от 18 до 25 лет со среднемесячным заработком до 5000 руб., свой социальный статус обозначает как рабочий. При приобретении продуктов питания решающим фактором считает срок годности товара. Такой потребитель уверен, что средняя цена означает идеальное соотношение цены и качества. За разными продуктами питания направляется в разные торговые точки, в зависимости от цели покупки. Причем чаще приобретает товары в розницу. Обязательно обращает внимание на условия реализации продовольственными товарами. Руководствуется принципом, что известный бренд – качество и опыт, а вот новинки у нее вызывают недоверие. Потребителю абсолютно безразличен возврат украинских производителей на рынок ДНР. Именно поэтому есть уверенность, что государству необходимо поддерживать отечественных производителей посредством развития сырьевой базы. Потребитель доволен ассортиментом продовольственных товаров, поскольку в розничной сети всегда находит необходимое. Одновременно желает расширения ассортимента молока и молочных продуктов. Регулярно смотрит телепередачи проекта Народный контроль, потому что считает его деятельность эффективной. При этом не желает становиться его участником, предпочитая оставаться в стороне.

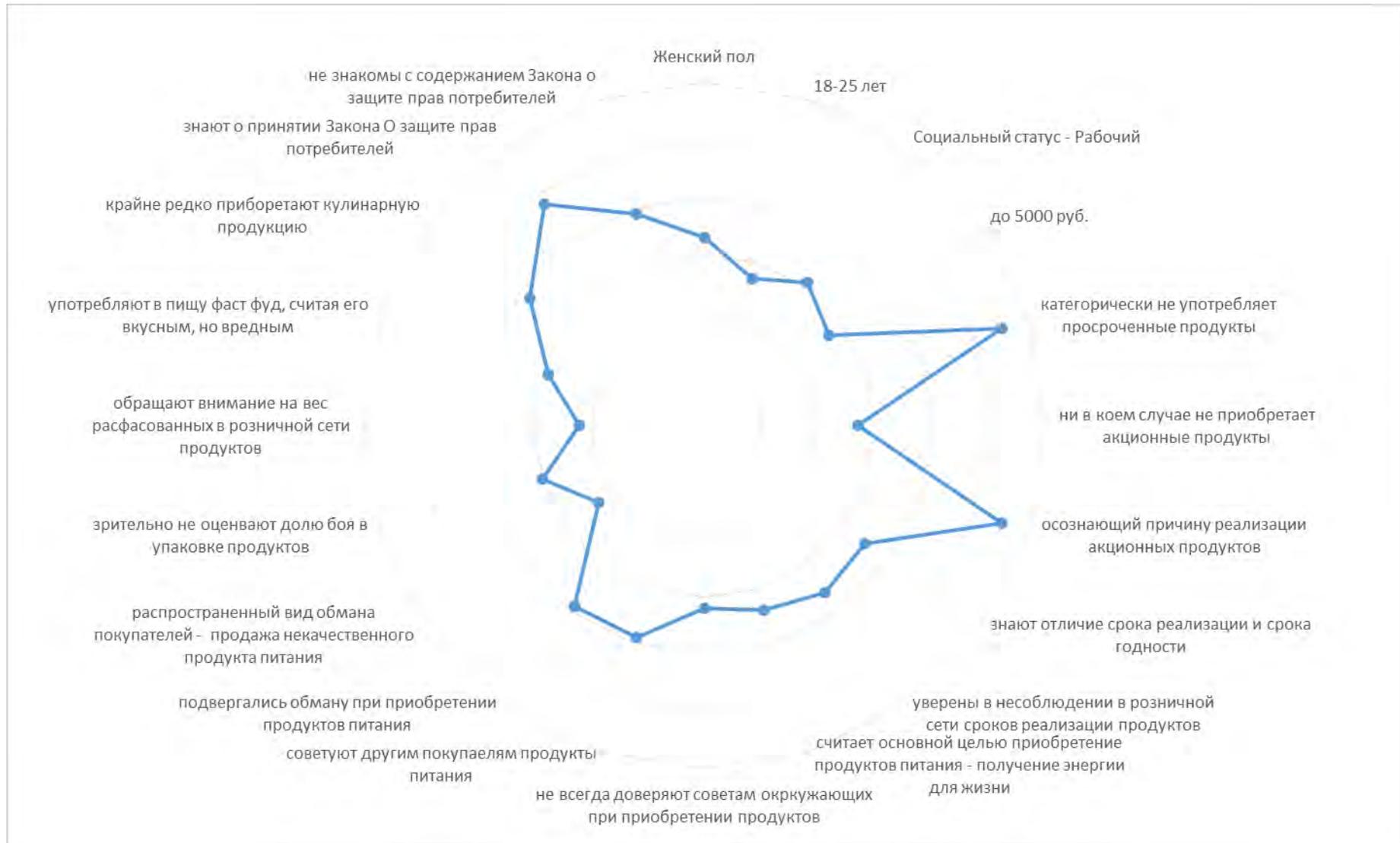


Рисунок 3.9 - Профиль потребительского поведения целевой аудитории потребителей Донецкой Народной Республики

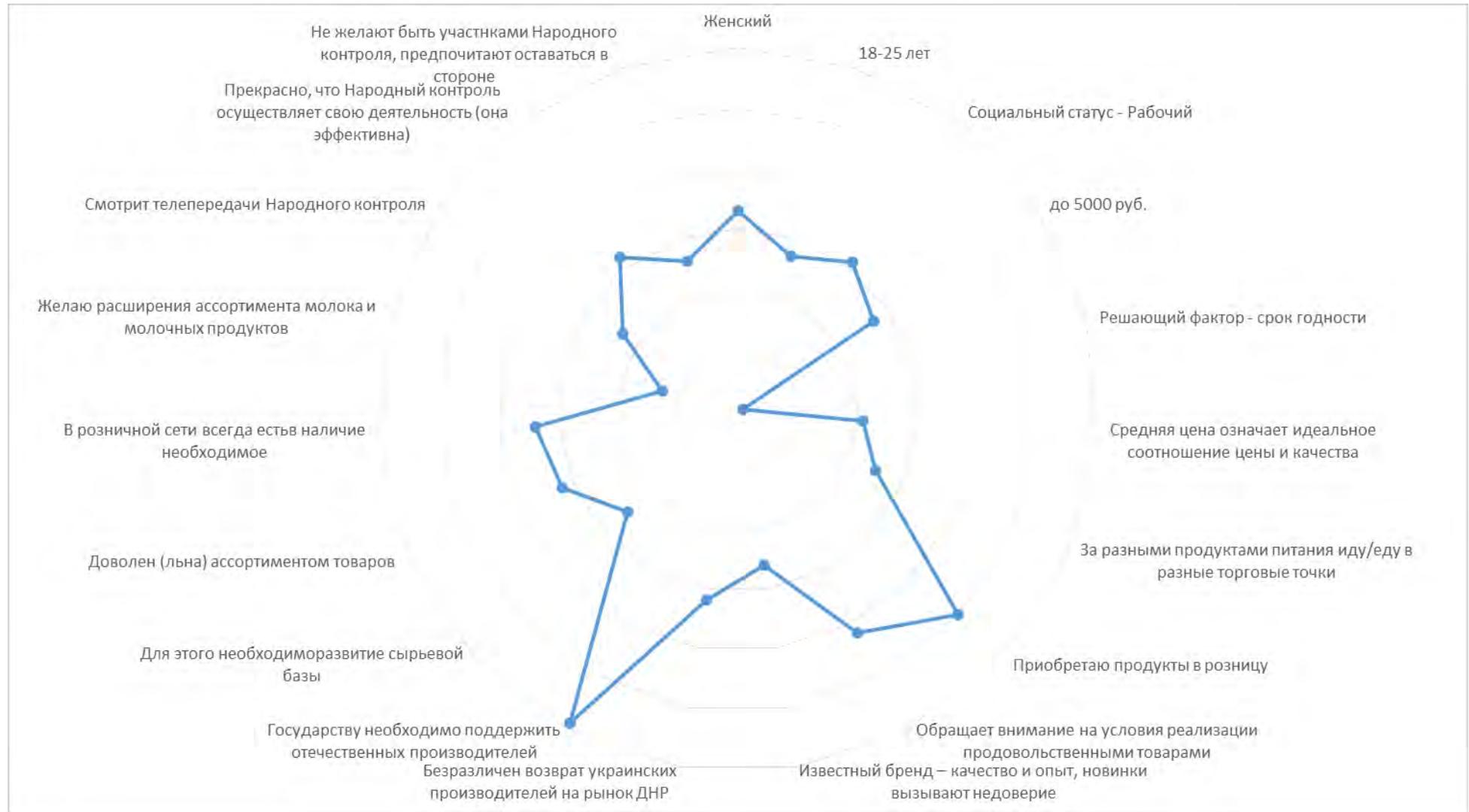


Рисунок 3.10 - Профиль потребительского опыта целевой аудитории потребителей Донецкой Народной Республики

Формирование профилей потребительского поведения и опыта, путем аналитической обработки результатов исследования позволили сформировать модели потребительского поведения, потребительского опыта и потребительского отклика. Разработанные модели позволяют систематизировать механизмы функционирования рынка продовольственных товаров, с отображением взаимосвязей и структур факторов, оказывающих на них влияние.

Модель потребительского поведения населения Донецкой Народной Республики изображена на рисунке 3.11.

Субъектами продовольственного рынка являются производители, предприниматели (как производственной, так и торговой сфер) и потребители. Контактуют они через продавца, который появляется перед потребителем на определенном этапе алгоритма поведения потребителя на продовольственном рынке Республики.

Данный алгоритм включает этапы возникновения потребности, формулирование цели приобретения и конкретизация выбора продукта по номенклатуре. Далее следует выбор места реализации товара, конкретизация выбора товара из фактического ассортимента и определение приобретаемого количества товара. В завершении алгоритма происходит приобретение и потребление товара.

Отметим, что далеко не 100% потребителей используют продавца в качестве консультанта. Доля потребителей, которые обращаются к продавцу только как к помощнику во взвешивании продуктов и получении средств за приобретенную продукцию, составляет более 50% от общего количества людей, посещающих торговую сеть.

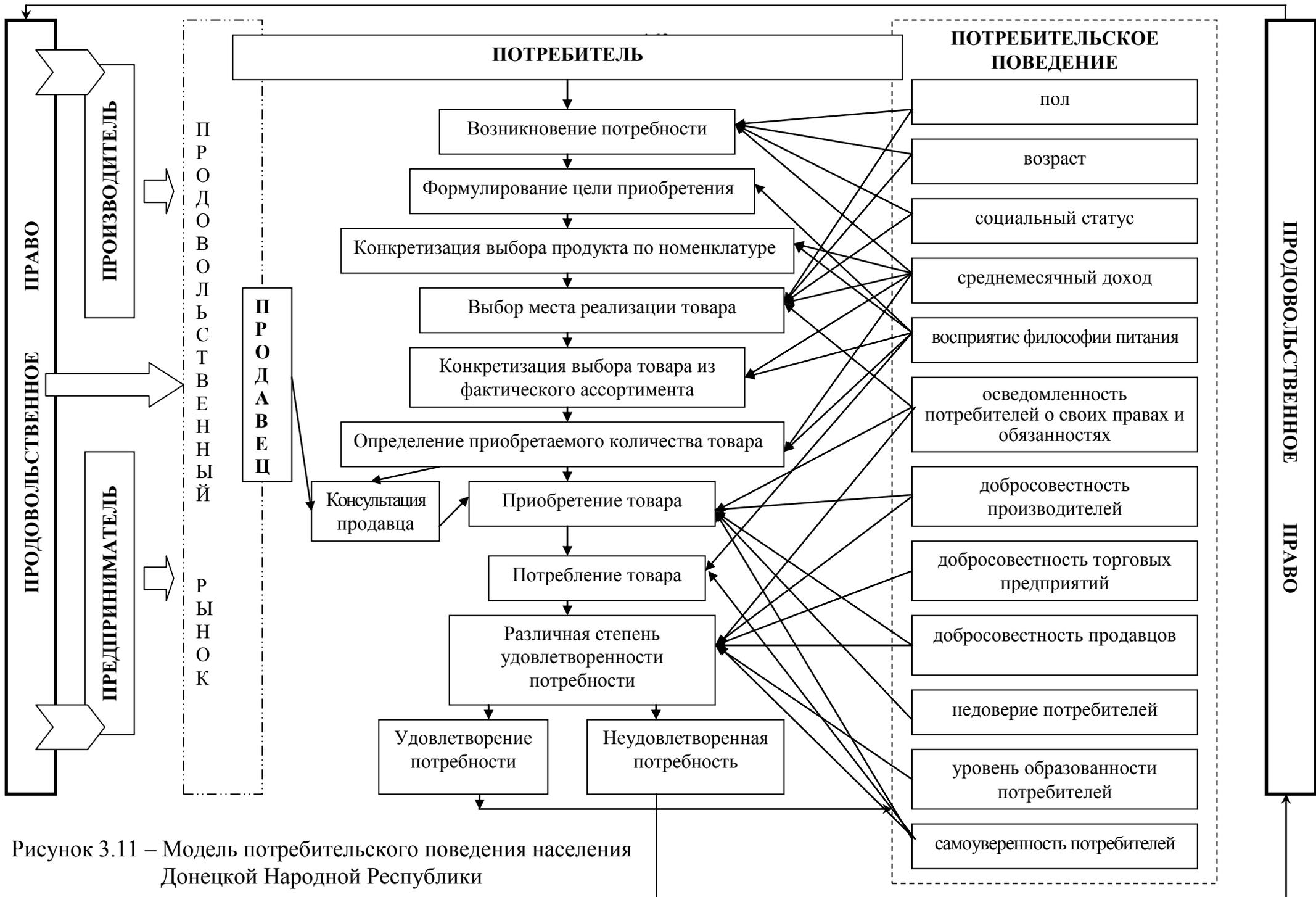


Рисунок 3.11 – Модель потребительского поведения населения Донецкой Народной Республики

Население характеризуется определенным потребительским поведением, которое формируется под воздействием ряда факторов. Эти факторы были идентифицированы по результатам проведенного социологического опроса в Донецкой Народной Республике. Среди вышеупомянутых факторов стоит отметить: пол, возраст, социальный статус, среднемесячный доход, осведомленность потребителей о своих правах и обязанностях, добросовестность производителей, добросовестность предпринимателей торговых предприятий, добросовестность продавцов, уровень образованности потребителей по вопросам качества и безопасности продуктов питания, восприятие философии питания, недоверие и самоуверенность потребителей.

Причем каждый из факторов в разной степени оказывает влияние на определенные этапы алгоритма поведения потребителей. Тем самым формируя специфические и индивидуальные модели потребительского поведения.

Определенный уровень удовлетворенности и неудовлетворенности потребителей после факта потребления приобретаемого продовольствия позволяет сделать ими определенные выводы (как положительные, так и отрицательные). Накопление подобных умозаключений приводит к формированию у потребителей потребительского опыта.

Модель потребительского опыта населения Донецкой Народной Республики изображена на рисунке 3.12.

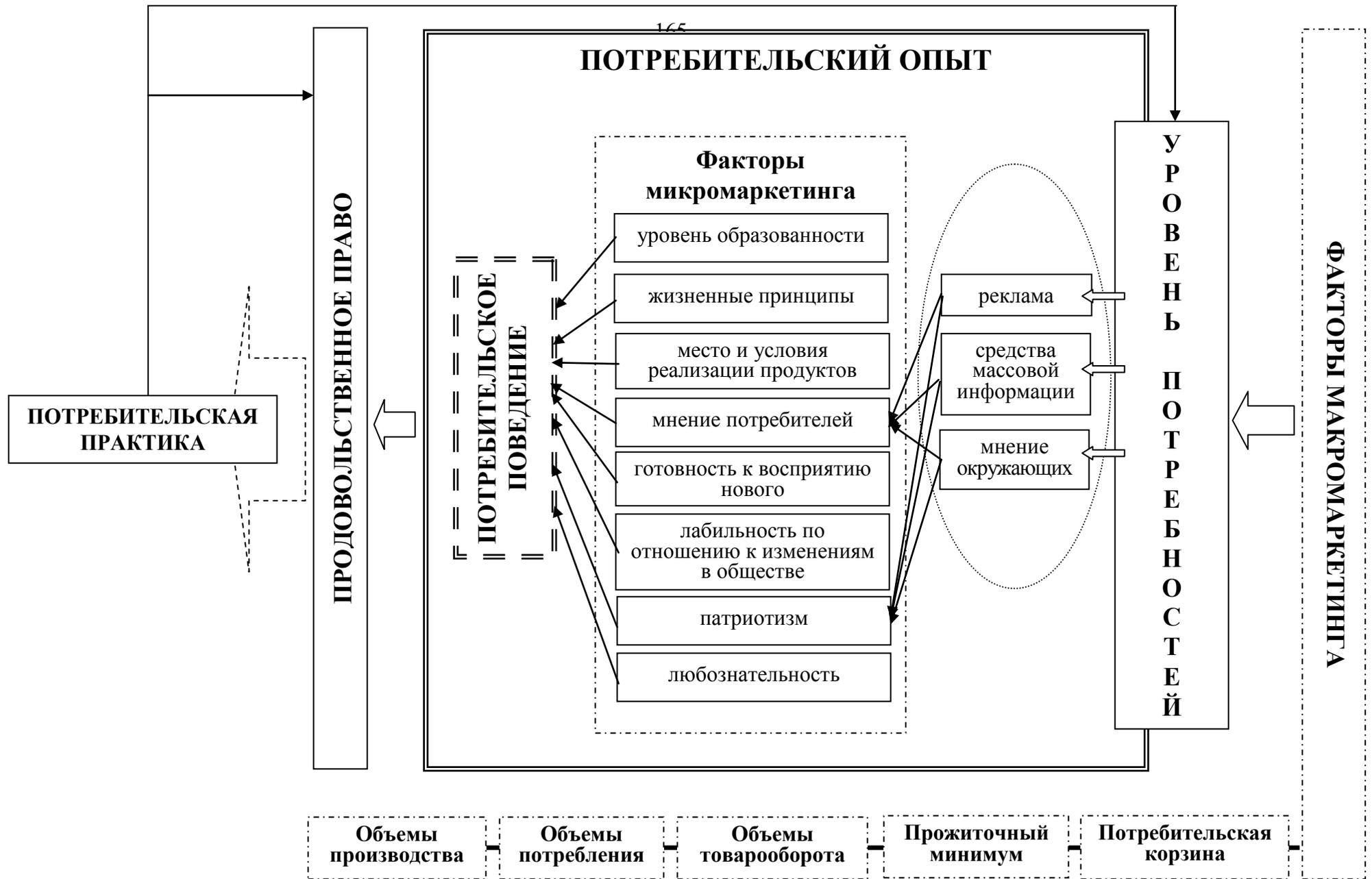


Рисунок 3.12 - Модель потребительского опыта населения Донецкой Народной Республики

Потребительский опыт подразумевает определение потребительского поведения, формирующееся под влиянием факторов среды микромаркетинга.

Микромаркетинг является составляющей маркетинга и внутренней подсистемой управления компании, обеспечивающей взаимосвязь между производителем и потребителями материальных благ. Предполагает разработку стратегий продаж для отдельных сегментов рынка или индивидуальных потребителей [155].

Факторы, оказывающие влияние на потребительский опыт населения ДНР были выявлены в результате социологического исследования целевой аудитории в количестве 590 чел. Среди них уровень образованности потребителей, что помогло бы предотвратить многие ситуации, не соответствующие законодательству Республики. Кроме этого, фактором микромаркетинга идентифицированы жизненные принципы потребителей (доход, уровень образованности, социальный статус, семейное положение, эмоциональное отношение к жизни). А также влияние на микроуровне оказывают место и условия реализации продуктов питания, патриотизм и любознательность потребителей, их готовность к восприятию нового и лабильность по отношению к изменениям в обществе (социально-экономические и военно-политические трансформационные процессы). немаловажным фактором является мнение потребителей, формирующееся под влиянием рекламы, СМИ и мнения окружающих.

Под влиянием факторов микромаркетинга формируются индивидуальные потребности, что является показателем индивидуализации потребления. С микромаркетингом органично связан макромаркетинг, являющийся процессом, с помощью которого производственный потенциал экономики используется для удовлетворения индивидуальных и общественных потребностей [156].

Среди факторов макромаркетинга следует выделить объемы производства, объемы потребления, объемы товарооборота, прожиточный минимум и состав потребительской корзины.

Потребности через призму восприимчивости потребителей к рекламе, средствам массовой информации и мнениям окружающих трансформируются, и конкретное влияние проецируется на факторы мнения потребителей и формирование патриотизма.

Следовательно, потребительское поведение влияет на формирование потребительского опыта, которое с привлечением экономико-социального стратегического планирования способствует созданию и внедрению определенных потребительских практик, которые, в свою очередь, также находят свое отражение в продовольственном праве, влияют на трансформацию факторов макромаркетинга, а значит, и состояния развития экономики Донецкой Народной Республики.

Функционирование рынка продовольственных товаров невозможно без тщательной ориентации на постоянно изменяющиеся потребности населения.

На основе данного умозаключения сформирована модель потребительского отклика населения Донецкой Народной Республики (рис. 3.13).

В работе использован принцип пирамиды потребностей Маслоу, предусматривающей пять иерархических уровней, в основе которой находятся физиологические потребности, за которыми уровнем выше следуют потребности в безопасности, и по накопительному принципу после удовлетворения вышеупомянутых потребностей, происходит удовлетворение социальных потребностей. Наивысшими уровнями признаны потребности, удовлетворяющие самоуважение, самоактуализацию и самосовершенствование.

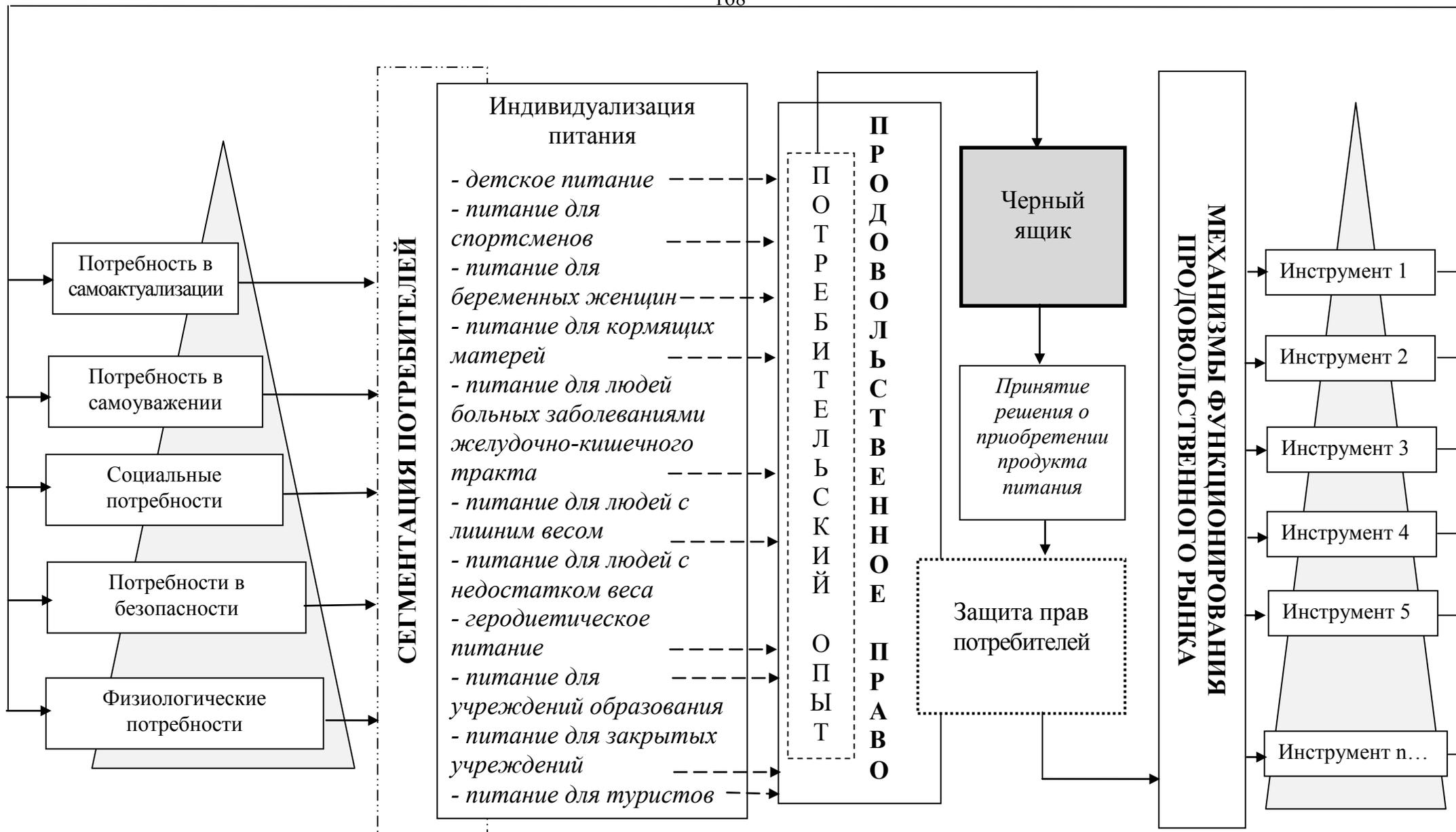


Рисунок 3.13 – Модель потребительского отклика населения Донецкой Народной Республики

Достижение удовлетворения потребностей разных уровней или желание их удовлетворить возникает у населения неравномерно и асинхронно. Именно поэтому эффективное управление функционированием продовольственного рынка возможно путем дифференциации потребителей в соответствии с удовлетворением разных уровней потребностей (по пирамиде Маслоу).

Вышеизложенное возможно и необходимо применительно к реализации путем проведения сегментации потребителей. Вследствие обработки результатов исследований выделяются направления индивидуализации питания: детское, для спортсменов, беременных женщин, кормящих матерей, людей больных заболеваниями желудочно-кишечного тракта, людей с лишним весом или недостатком веса, геродиетическое питание, для учреждений образования, для закрытых учреждений (военные части, больницы и т.д.), для туристов.

Согласно направлений индивидуализации, в правовом поле продовольственного права формируются различные типы потребительского опыта.

Отталкиваясь от него потребитель через «черный ящик» (невозможность полного контроля мнения и факта принятия решения потребителем), покупатель принимает решение о приобретении продукта питания, и после покупки товара находит место различная степень удовлетворенности потребителя. Поэтому в правовом поле Закона «О защите прав потребителей» как неотъемлемой составляющей продовольственного права корректируются механизмы функционирования продовольственного рынка. Они в свою очередь выделяют различные виды воздействий определенных инструментов на соответствующие уровни потребностей современных потребителей республики. Причем, выше упомянутых воздействий инструментария может быть предпринято N-ое количество, но, обязательно, в контексте уровней потребностей пирамиды Маслоу.

Например, в контексте удовлетворения одного из базовых уровней потребностей – удовлетворения физиологических потребностей, возможно

применение следующего инструментария механизм функционирования рынка продовольствия: налаживание положительных темпов роста ВВП; антимонопольные мероприятия; стабилизация курса рубля; рост товарооборота; продовольственное право; сертификация; обновление/замена технологического оснащения предприятий.

Удовлетворение потребностей в безопасности потребителей может быть достигнуто через применение следующих инструментов:

- продовольственное право;
- защита прав потребителей;
- мониторинг состояния окружающей среды;
- внедрение ISO 22000;
- повышение экологической ответственности промышленности и сельского хозяйства;
- внедрение HACCP;
- сертификация;
- обновление / замена технологического оснащения предприятий.

Следующий уровень потребностей по пирамиде Маслоу по удовлетворению социальных потребностей находится в прямом соответствии с применением ряда инструментов:

- антиинфляционные мероприятия;
- дотационная политика;
- продовольственное право;
- гармонизация нормативных документов;
- социальная ответственность предприятий и государства;
- общественные движения (Народный контроль);
- маркетинговые методы исследования продовольственного рынка.

Один из высоких уровней пирамиды Маслоу по удовлетворению потребностей в самоуважении требует применения следующего инструментария:

- индикативная политика;

- продовольственное право;
- качество жизни населения;
- внедрение ISO;
- техническое регулирование, в т.ч. международное;
- оценка соответствия.

Наивысший уровень потребностей по удовлетворению потребностей в самоактуализации вероятен к исполнению при применении ряда инструментов функционирования рынка продовольствия:

- балансировка экспортно-импортных потоков;
- продовольственное право;
- развитие международных отношений;
- качество жизни населения;
- образовательная пропаганда по:

правам и обязанностям субъектов продовольственного рынка;

качеству и безопасности пищевых продуктов;

информированности о производителях и предпринимателях;

- внедрение ISO;
- техническое регулирование, в т.ч. международное;
- оценка соответствия.

Из вышеизложенного следует, что каждый из уровней потребностей пирамиды Маслоу предрасположен к удовлетворению при применении ряда инструментов, причем основным инструментом механизма в условиях гуманизации общества и реализации принципов социально-этического маркетинга и в контексте права человека на достойное питание и защиту прав потребителей определено продовольственное право, ставшее ключевым.

Исследование показало: иерархия потребностей находится в соответствии с иерархией воздействий инструментов и механизмов функционирования продовольственного рынка Донецкой Народной Республики. Следует подчеркнуть, что сфера исследования формируется в контексте систематизации и изучения продовольственного права и необходимости повышения

образованности, потребительской грамотности путем создания Инфотеки потребителя Донецкой Народной Республики (приложение В).

В формировании механизма функционирования современного рынка продовольствия согласно авторской концепции приоритизации продовольственного права главенствующая роль отводится продовольственному праву, которое основывается на принципах социально-этического маркетинга, гуманистических тенденциях развития общества, устанавливаемых и охраняемых государственными органами и международными правозащитными организациями прав потребителей на здоровое питание и качество обслуживания.

Получившее своё начало более 15 лет назад (Регламент 178/2002 Европейского Парламента и Совета, ст. 3) продовольственное право определено как «... совокупность правовых норм о пищевых продуктах в целом и о безопасности пищевых продуктах в частности на уровне Сообщества или отдельных государств, регулирующих правоотношения на всех стадиях производства, переработки и сбыта пищевых продуктов, а также кормовых средств, которые изготавливаются для животных, служащих для получения пищевых продуктов, или им скармливаются» [157].

Дальнейшее развитие продовольственного права проявилось в общественном движении, направленном на защиту прав потребителей, которое получило название «консьюмеризм», и утверждено Конгрессом США в 1962 году [158].

Джон Кеннеди впервые затронул права потребителей, выделив 6 основополагающих принципов: право на информацию (каждый потребитель имеет право на достоверную исчерпывающую информацию, как о товаре, так и производителе); право на безопасность (в контексте продовольственного права это право на безопасное и качественное питание); право на выбор (в условиях рыночной экономики продукты питания должны быть представлены от разных производителей, а потребитель имеет право на их свободное приобретение); право быть услышанным (никто не имеет полномочий лишить права голоса

потребителя при разрешении спорных моментов); право на возмещение ущерба (потребитель имеет право отстаивать свои интересы в суде, а при условии разрешения конфликта в сторону потребителя, последний вправе требовать возмещения ущерба); право на качественное потребительское образование (наряду со всеобщей доступностью к информации, данное право имеет особое значение в повышении уровня образованности потребителей) [159].

В последствие была основана Всемирная организация Союзов потребителей (Consumers International), которой было внесено дополнительно еще 2 пункта к основополагающим принципам: право на удовлетворение базовых потребностей (потребитель имеет право на удовлетворение демографически обусловленных потребностей, среди которых приоритетным является потребность в пропитании); право на здоровую окружающую среду (производители и торгующие организации не должны своей деятельностью причинять вред окружающей среде) [160].

Главными задачами ФАО являются поддержание продовольственной безопасности, когда все люди в любое время имеют физический, социальный и экономический доступ к достаточной, безопасной и питательной пище. Продукты питания должны отвечать вкусовым предпочтениям потребителей, стимулировать активное и здоровое развитие.

Следует отметить, что впервые затронутые выделенные в то время основополагающие принципы права потребителей перекликаются с социально-этическим маркетингом, исторически основным принципом которого, было удовлетворение потребности, что и положено в основу разработки авторской концепции приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия.

### **3.2. Концепция приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга**

Азы современных научных теорий, в том числе и теории торговых отношений, заложены ещё в средневековье - в эпоху Ренессанса, Возрождения, для которой характерно наряду с этапами культурного развития, появлением книгопечатания, формирования буржуазно-капиталистических отношений и неимоверное развитие торговых отношений между разными странами [161].

Не менее интересной отличительной чертой эпохи Возрождения является необычайный интерес и повышенное внимание к науке и человеку как индивидууму и его деятельности, то есть антропоцентризм, и не всегда и не совсем совпадающие с конкретными этапами экономическо-социального развития, выходящие за исторические границы столетий, идеи гуманизма.

Безусловно, есть необходимость ещё раз подчеркнуть, что в контексте концепции социально-этического маркетинга (как отпечаток отличительной черты эпохи Ренессанса - гуманизма) главным элементом функционирования рынка продовольствия и основным фактором, определяющим формирование пространства в области права человека на питание, является потребитель.

Антропоцентристский подход, проявляемый в интересе к человеку как индивидууму и его деятельности, прослеживается в контексте данного исследования в том, что именно на потребителе происходит концентрация внимания не только в рамках концепции социально-этического маркетинга, а и в целом отражается политика государства и уровень развития страны.

Делая акцент на идее реформирования института защиты прав потребителей и права на питание, в диссертации основной идеей отмечается сохранение человеком своего существования, как одной из глобальных поставленных перед человечеством целей, а реализация этой цели состоит в

дальнейшем целенаправленном совершенствовании человека и общества на основе гуманистического развития.

На фоне смены многих жизненных принципов, традиций и даже мировоззрения неизменной ценностью остаётся человек с его жизненными потребностями и правом на питание, и продовольственное право становится основным приоритетом обеспечения безопасности жизни и инструментом механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга.

Варианты для обсуждения концептуальных основ формирования и приоритизации продовольственного права приведены в таблице 3.1.

Таблица 3.1. - Концептуальные основы формирования и приоритизации продовольственного права (варианты для обсуждения)

<p>Основополагающие принципы права потребителей согласно Регламента ЕС 178/2002 (с дополнением ВОСП (Consumers International))</p>	<p>Принципы социально-этического маркетинга (Концепция социально-этического маркетинга)</p>	<p>Концепция приоритизации продовольственного права в развитии рынка продовольствия (авторская версия)</p>
<p>право на информацию (каждый потребитель имеет право на достоверную исчерпывающую информацию, как о товаре, так и производителе)</p>	<p>является установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными (чем у конкурентов) способами</p>	<p>Вариант 1.  Концепция приоритизации продовольственного права как основа механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга, что является новым для современного отечественного потребительского рынка подходом, основанным</p>
<p>право на безопасность (в контексте продовольственного права - это право на безопасное и качественное питание)</p>	<p>с одновременным сохранением или укреплением в целом благополучия потребителя и общества</p>	
<p>право на выбор (в условиях рыночной экономики продукты</p>	<p>поиск возможностей создания новых товаров, полнее</p>	

питания должны быть представлены от разных производителей, а потребитель имеет право на их свободное приобретение)	удовлетворяющих потребности покупателей	на международно-правовых нормах защиты прав потребителей.  Вариант 2.
право быть услышанным (никто не имеет полномочий лишить права голоса потребителя при разрешении спорных моментов)	систематическое усовершенствование своих товаров в соответствии с интересами покупателей	Концепция продовольственного права как наиболее действенного инструмента механизма функционирования современного рынка продовольствия в
право на возмещение ущерба (потребитель имеет право отстаивать свои интересы в суде, а при условии разрешения конфликта в сторону потребителя, последний вправе требовать возмещения ущерба)	отказ от производства и продажи товаров, противоречащих интересам потребителей и общества в целом	условиях приоритетности гуманизации общества, (как элемент совершенствования инструментария развития современного рынка продовольствия)
право на качественное потребительское образование (наряду со всеобщей доступностью к информации, данное право имеет особое значение в повышении уровня образованности потребителей)	необходимость гармонизации интересов производителя, потребителя, страны и человечества в целом для обеспечения конкурентоспособности в условиях сохранения экологической безопасности и здоровья человека от последствий слишком бурного развития рынка	Вариант 3.  Предложено продовольственное право трактовать как приоритетно-центристский комплекс прав субъектов продовольственного комплекса на здоровое питание и защиту прав потребителей, устанавливаемых и охраняемых
<b>Дополнительные пункты:</b>	забота о благосостоянии и безопасности всего общества; гуманизация деятельности предприятия, фирмы	государственными и международными правозащитными организациями, сформированный и

право на удовлетворение базовых потребностей (потребитель имеет право на удовлетворение демографически обусловленных потребностей, среди которых приоритетным является потребность в пропитании)	удовлетворение разумных, здоровых потребностей покупателей в соответствии с гуманными интересами общества	реализуемый в условиях гуманизации общества согласно принципам социально-этического маркетинга.
право на здоровую окружающую среду (производители и торгующие организации не должны своей деятельностью причинять вред окружающей среде)	потребители, заботясь о сохранении и повышении качества жизни, не должны покупать товары предприятий, использующих технологии производства, оказывающие вредное воздействие на окружающую среду	
	забота об общем благе людей, избегая применения производственных технологий, производства и продажи товаров, способных нанести вред человеку, обществу, природе	

Проведенное исследование позволило предложить одно из положений новизны диссертационной работы – авторскую концепцию приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга и для современного отечественного потребительского рынка новый подход, основанный на международно-правовых нормах защиты прав потребителей.

Можно предложить и другую интерпретацию концепции приоритизации продовольственного права, а именно: продовольственное право является элементом совершенствования инструментария современного рынка продовольствия и наиболее действенным инструментом механизма его функционирования в условиях актуализации гуманизации общества.

Резюмируя изложенные подходы, в диссертации предложено продовольственное право трактовать как приоритетно-центристский комплекс прав субъектов продовольственного комплекса на здоровое питание и защиту прав потребителей, устанавливаемых и охраняемых государственными и международными правозащитными организациями, сформированный и реализуемый в условиях гуманизации общества согласно принципам социально-этического маркетинга.

### **3.3. Модель функционирования современного рынка продовольствия**

Современный рынок продовольствия Донецкой Народной Республики характеризуется интегративным характером составляющих его механизма: экономической, политической, технико-технологической, социальной, научной и образовательной. Причем, глобальный масштаб приобрели научные механизмы, которые способны участвовать в регулировании каждого элемента механизма функционирования рынка продовольствия Республики.

Функционирование рынка продовольственных товаров невозможно без тщательной ориентации на постоянно изменяющиеся потребности населения, индивидуализации питания, что легло в основу сегментации потребителей и введения в модель принципов иерархии потребностей по А. Маслоу. Достижение удовлетворения потребностей разных уровней или желание их удовлетворить возникает у населения неравномерно и асинхронно, именно поэтому эффективное управление функционированием продовольственного рынка возможно введением продовольственного права и путем

дифференциации потребителей в соответствии с удовлетворением разных уровней потребностей. Иерархия же потребностей находится в соответствии с иерархией воздействий инструментов и механизмов функционирования рынка продовольствия.

Согласно направлений индивидуализации, в правовом поле продовольственного права формируются различные типы потребительского опыта.

Проведенное исследование макро- и микромаркетинговых связей и взаимодействия потребительского поведения, потребительского опыта, потребительских практик, потребительского отклика, потребительских споров и продовольственного права стало основой создания модели эффективного функционирования современного рынка продовольствия.

Модель эффективного функционирования современного рынка продовольствия Донецкой Народной Республики сформирована в русле защиты прав потребителей как основных его субъектов.

Анализ девизов и акцентов Всемирного дня потребителя за период 2008-2018 годы (см. табл. 1.1) показал тематическую направленность результатов их проведения:

принятие «молочного регламент» ТР ТС 033/2013 характеризует направленность по технико-технологическому вектору (2008 г.);

проведение пропаганды принципа «право на потребительское образование» характеризует направленность по образовательному вектору (2009 г.);

исследование причин финансового кризиса характеризует направленность по экономическому вектору (2010 г.);

продолжение проведения исследования причин финансового кризиса характеризует аналогичную прошлогоднюю направленность по экономическому вектору (2011 г.);

активизация защиты прав потребителей от недобросовестных кредитно-финансовых организаций согласно Закону «О защите прав потребителей» характеризует направленность по политическому вектору (2012 г.);

приоритизация работы правозащитных организаций по судебной практике защиты прав потребителей характеризует направленность по политическому вектору с правовыми аспектами (2013 г.);

поддержка перспективного и стремительно развивающегося сегмента рынка мобильных услуг в контексте защиты прав потребителей характеризует направленность по технико-технологическому вектору (2014 г.);

приоритизация защиты принципа права потребителя - «право на безопасность» характеризует направленность по политическому и социальному вектору с правовыми аспектами (2015 г.);

ограничение применения антибиотиков в пищевой индустрии характеризует направленность по экологическому и социальному вектору (2016 г.);

повышение информированности потребителей, избежание обманных действий производителей, повышение имиджа и реклама производителей и торгующих предприятий характеризует направленность по социальному вектору (2017г.);

актуализация цифровых технологий в процессах производства пищевых продуктов и защиты прав потребителей характеризует направленность по научному и социальному вектору (2018г.

Глубокий анализ современного рынка продовольствия ДНР показал интегративный характер составляющих его механизма и позволил выделить следующие векторы:

- экономический вектор;
- политический вектор (правовые аспекты);
- социальный вектор;
- экологический вектор;
- образовательный вектор;
- технико-технологический вектор;
- научный вектор.

В контексте каждого из выявленных векторов механизма функционирования рынка продовольствия выделен определённый инструментарий его развития.

Каждый применяемый инструмент оказывает положительное влияние на формирование привычек потребителей к здоровому образу жизни, осведомленность потребителей о нарушении одного из фундаментальных принципов Всемирной организации Союзов прав потребителей – права на питание и права на безопасность, интеграцию образовательных процессов в механизм функционирования рынка продовольствия для актуализации потребительского образования и потребительского права.

Взаимосвязь векторов и инструментов механизма функционирования продовольственного рынка Донецкой Народной Республики систематизировано и представлено на рисунке 3.14.

Взаимосвязь векторов и инструментов механизма функционирования продовольственного рынка Донецкой Народной Республики позволяет четко отследить применение инструментария для удовлетворения определенного уровня потребностей (см. п. 3.1, стр. 200).

Таким образом, механизм функционирования рынка продовольствия подразумевает процессы взаимодействия его субъектов и объектов с применением определённого инструментария по изображенным векторам для повышения показателей эффективности его существования.

Управление механизмом функционирования рынка продовольствия по экономическому вектору подразумевает налаживание положительных темпов роста ВВП, внедрение и ведение индикативной политики, проведение антимонопольных и антиинфляционных мероприятий, а также рост товарооборота с балансировкой экспортно-импортных потоков. Внимания заслуживает необходимость дотационной политики и стабилизация курса рубля.

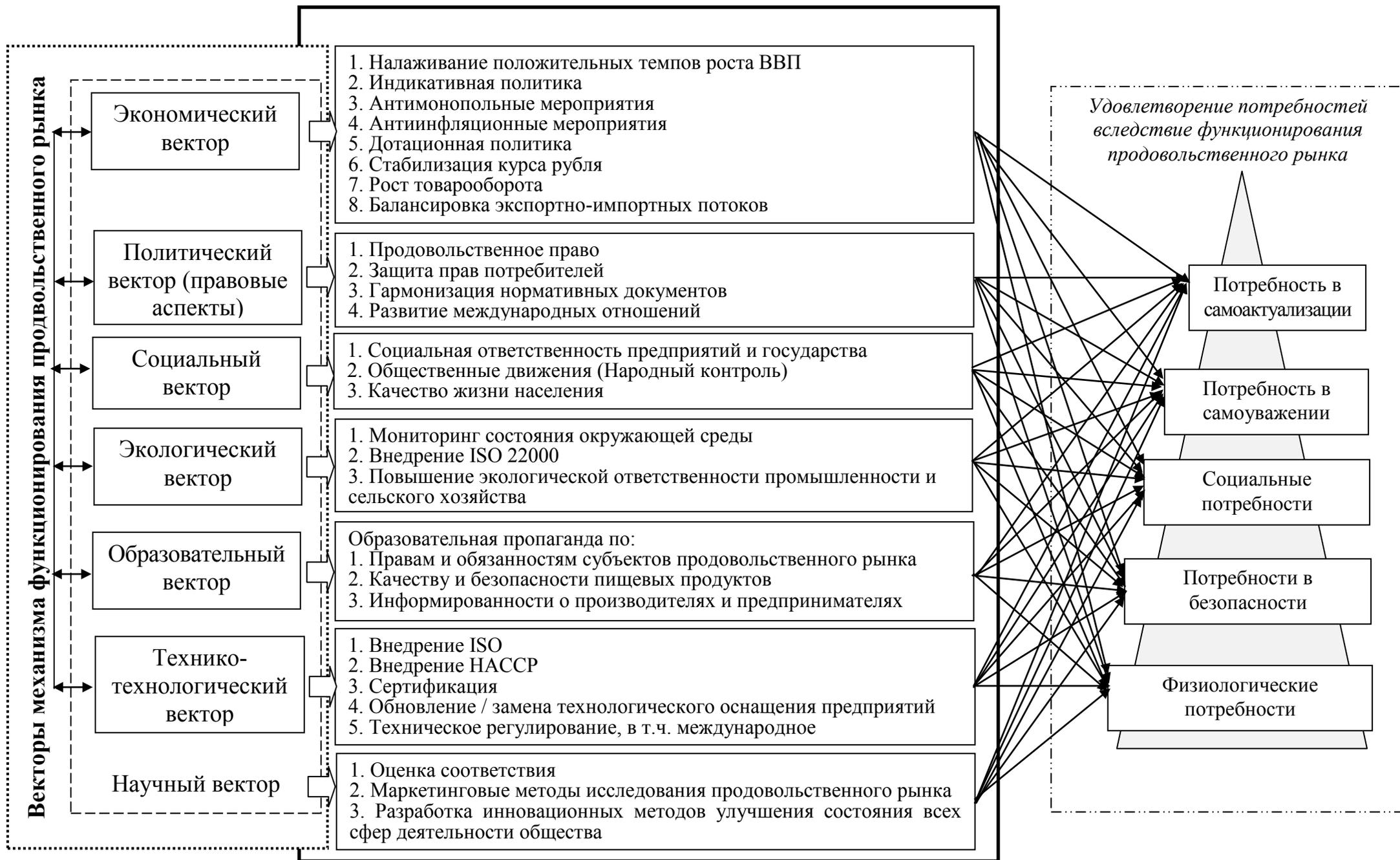


Рисунок 3.14 – Взаимосвязь векторов и инструментов механизма функционирования продовольственного рынка Донецкой Народной Республики

Политический вектор с правовыми аспектами предусматривает осуществление продовольственного права, защиту прав потребителей, гармонизацию нормативных документов и развитие международных отношений.

Социальная ответственность предприятий и государства, деятельность общественных движений (например, Народного контроля) и постоянные мероприятия по повышению качества жизни населения во всех сферах являются инструментами социологического вектора.

Немаловажную роль имеет экологический вектор функционирования рынка продовольствия посредством проведения мониторинга состояния окружающей среды, внедрения стандартов серии ISO 22000 и тотальное повышение экологической ответственности промышленности и сельского хозяйства.

Что касается образовательного вектора, то он представляет собой траекторию образовательной пропаганды по правам и обязанностям субъектов продовольственного рынка; качеству и безопасности пищевых продуктов; уровень информированности потребителей о добросовестных производителях и предпринимателях.

Технико-технологический вектор инструментально подразумевает внедрение стандартов серии ISO и системы управления безопасностью ХАССП на предприятиях пищевой промышленности. Сертификация продукции, обновление или замена технологического оснащения предприятий, а также участие в техническом регулировании, в т.ч. международном.

Оценка соответствия производств пищевых продуктов и их качества и безопасности, применение маркетинговых методов исследования продовольственного рынка и разработка инновационных методов улучшения состояния всех сфер деятельности общества – это инструменты научного вектора. Именно он позволит объективно обосновать применение перечисленных инструментов по разным векторам и уровням удовлетворения

потребностей потребителей в результате функционирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

Одновременно, каждый из векторов механизма функционирования рынка продовольствия не может применить свой инструментарий без выявления соответствия и контролирования продовольственного права поскольку данный инструмент комплексный и нормативный.

Основным инструментом механизма в условиях гуманизации общества и реализации принципов социально-этического маркетинга и в контексте права человека на достойное питание и защиту прав потребителей определено продовольственное право, ставшее ключевым.

Результатом выявления и систематизации направления действия векторов является сформированная модель механизма функционирования продовольственного рынка (рис. 3.15).

Модель механизма функционирования продовольственного рынка содержит несколько ключевых факторов, среди которых потребитель, производитель, спрос, предложение, производство, торговля, сопутствующая инфраструктура. Взаимосвязь ключевых элементов продемонстрирована на рисунке 3.15.

Целесообразно сделать акцент на заметном внимании к научным механизмам, которые приобретают глобальный масштаб, но их и состояние окружающей природной среды Донецкой Народной Республике в настоящее время полностью контролировать невозможно (с учетом военно-политической обстановки и природных катаклизмов).

Что касается продовольственного права как ключевого инструмента механизма функционирования рынка продовольствия Республики, то оно заслуживает особого внимания, и в совокупности всех видов и механизмов способен регулировать каждый элемент продовольственного рынка.

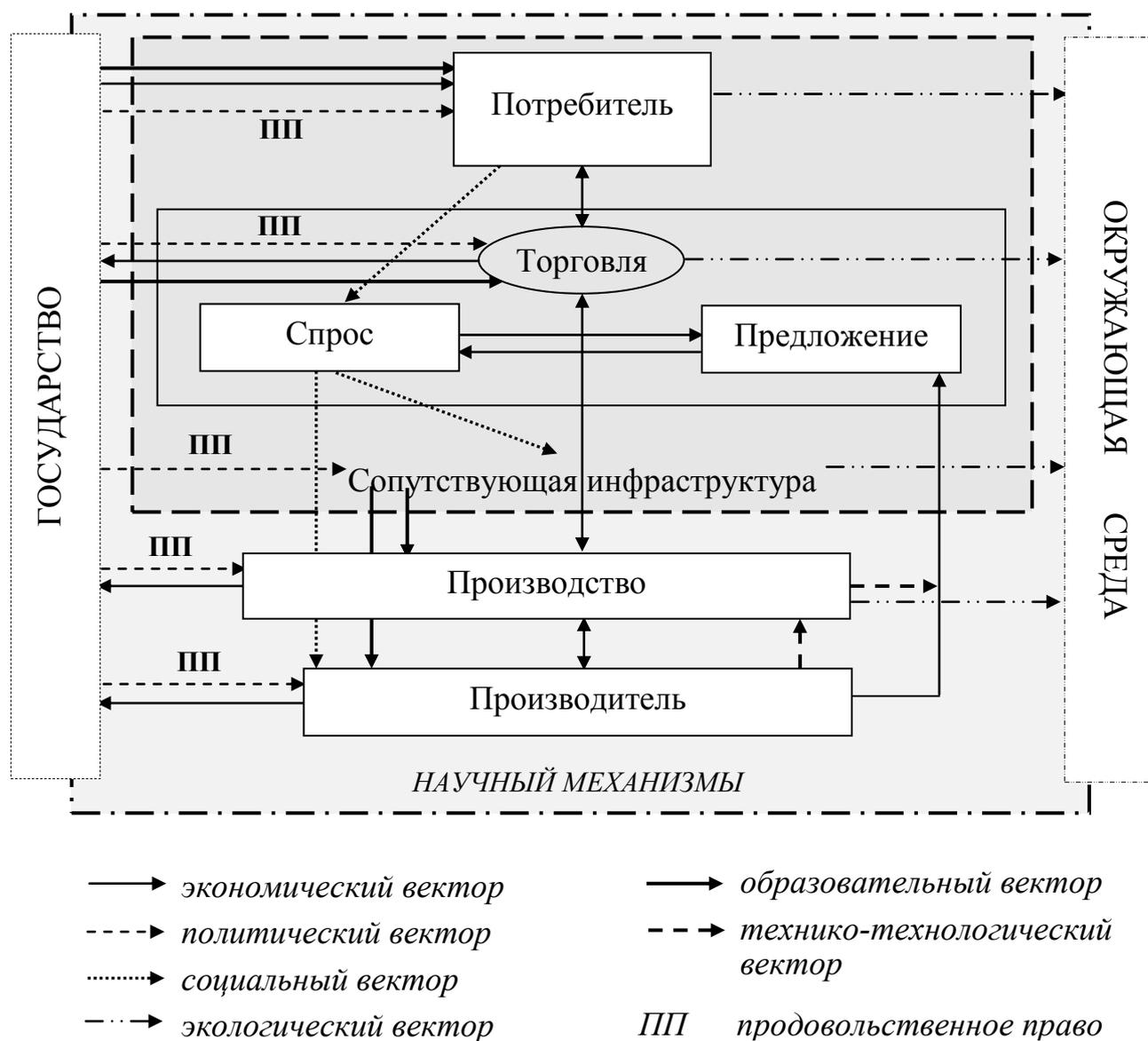


Рисунок 3.15 - Концептуальная модель механизма функционирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики

Проведенное исследование показало: сфера изучения формируется в контексте систематизации и изучения продовольственного права и необходимости применения такой важной составляющей механизма функционирования рынка продовольствия как образовательный вектор; компонентом инструмента продовольственного права является Инфотека потребителя, что даст возможность укрепить взаимосвязи инструментального обеспечения механизма функционирования рынка продовольствия и актуализировать инструмент продовольственное право как основной

инструмент механизма функционирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

### **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3.**

1. В контексте проведенного мониторинга составляющих рынка продовольствия разработаны алгоритм потребления продовольствия населением Республики и модель потребительского поведения, сформированного на основе идентифицированных по результатам социологического опроса факторов, что стало базой для алгоритмизации и формирования специфических и индивидуальных моделей потребительского поведения через призму продовольственного права с использованием в модели категорий «макромаркетинг» и «микромаркетинг».

2. Формирующийся под влиянием факторов среды микромаркетинга потребительский опыт показал индивидуализацию потребностей населения ДНР. Исходя из того, что макромаркетинг характеризуется как процесс, с помощью которого производственный потенциал экономики используется для удовлетворения индивидуальных и общественных потребностей, проанализированы объемы производства, потребления и товарооборота, прожиточный минимум и состав потребительской корзины, что позволило разработать модель потребительского опыта.

3. При изучении потребительского поведения населения учитывался потребительский отклик; установлено, что потребительское поведение влияет на формирование потребительского опыта, которое с привлечением экономико-социального стратегического планирования способствует созданию и внедрению определенных потребительских практик, а они, в свою очередь, также находят свое отражение в продовольственном праве и влияют на трансформацию факторов макромаркетинга. Эти действия, безусловно, отражают состояние развития экономики Донецкой Народной Республики.

4. На основании сформированного продовольственного права и выявленных различных типов потребительского опыта дана оценка степени удовлетворенности потребителя.

5. Доказана целесообразность корректировки механизма функционирования рынка продовольствия путем введения продовольственного права как неотъемлемой составляющей защиты права потребителя на питание.

6. Изучение правового поля Закона ДНР «О защите прав потребителей» подтвердило актуальность такого подхода.

7. Современному рынку продовольствия Донецкой Народной Республики присущ интегративный характер экономической, политической, технико-технологической, социальной, научной и образовательной составляющих его механизма. Причем глобальный масштаб приобрели научные механизмы, которые способны участвовать в регулировании каждого элемента механизма функционирования рынка продовольствия Республики.

8. Функционирование рынка продовольственных товаров невозможно без тщательной ориентации на постоянно изменяющиеся потребности населения, индивидуализации питания, что составило основу сегментации потребителей и введения в модель принципов иерархии потребностей по А. Маслоу.

9. Достижение удовлетворения потребностей разных уровней или желание их удовлетворить возникает у населения неравномерно и асинхронно, именно поэтому эффективное управление функционированием продовольственного рынка возможно путем введения продовольственного права и дифференциации потребителей в соответствии с удовлетворением разных уровней потребностей. Иерархия же потребностей находится в соответствии с иерархией воздействий инструментов и механизмов функционирования рынка продовольствия.

10. Согласно направлениям индивидуализации, в правовом поле продовольственного права формируются различные типы потребительского опыта.

11. Обосновано, что сфера изучения формируется в контексте систематизации продовольственного права и необходимости применения такой важной составляющей механизма функционирования рынка продовольствия как образовательный вектор. Установлено, что компонентом инструмента продовольственного права является Инфотека потребителя, позволяющая укрепить взаимосвязи инструментального обеспечения механизма функционирования рынка продовольствия и актуализировать продовольственное право, как основной инструмент механизма функционирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

Материалы третьей главы диссертации отражены в публикациях: [171; 172; 173].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе определены теоретические и концептуальные положения относительно функционирования современного рынка продовольствия, основанные на механизме взаимосвязи системы инструментального обеспечения с акцентом на продовольственное право, как наиболее действенного инструмента развития рынка продовольствия в условиях современной социально-экономической обстановки. В результате проведенного исследования сделаны следующие выводы:

1. В процессе исследования эмпирического базиса и теоретических основ функционирования современного рынка продовольствия в научный оборот введено авторское определение понятий «продовольственное право», «индекс Клиренса»; раскрыты сущность и социально-экономическое содержание дефиниций «продовольственное право», «продовольственное бесправие», «инфотека потребителя», с акцентом на их отличительные черты в контексте потребительских практик и потребительского опыта, как основы формирования права человека на питание и института защиты прав потребителей; сформулировано авторское определение категории «продовольственное право».

2. Уточнен перечень составляющих механизма функционирования рынка продовольствия, с выделением как приоритетного и наиболее значимого (показательного) продовольственного права в условиях гуманизации общества, социально-экономических приоритетов на основании использования международного опыта в области защиты прав потребителей.

3. На основе научно-методологических подходов к оценке функционирования и развития рынка продовольствия выявлены закономерности его развития, опираясь на основополагающие положения теории потребительского поведения, изучены потребительские практики, потребительский опыт, потребительское бесправие, потребительское доверие (перечислены новые элементы инструментального обеспечения) и разработана

модель потребительского поведения населения Донецкой Народной Республики;

4. Исследование эволюции продовольственного права, берущего своё начало с зарождения консьюмеризма, и задекларированного Генеральной Ассамблеей ООН и регламентированного Европейским Парламентом и Советом (Регламент 178/2002, ст. 3) является собирательным понятием совокупности права на информацию, на безопасность, на выбор товара, на возмещение ущерба, права быть услышанным и на качественное потребительское образование, на удовлетворение базовых потребностей, на здоровую окружающую среду. Такой подход дал возможность определить продовольственное право приоритетным инструментом механизма функционирования современного рынка продовольствия, что согласуется с принципами Всемирной организацией Союзов потребителей.

5. Предложен алгоритм аналитического мониторинга состояния рынка продовольствия Донецкой Народной Республики с акцентом на анализ нарушения прав потребителей в контексте их защиты на основе, в первую очередь, фактов фальсификация продуктов питания. Как показатель уровня нарушения прав потребителей и несоблюдения продовольственного права в Донецкой Народной Республике, осуществления деятельности субъектов рынка продовольствия вне нормативного поля разработан Индекс Клиренса, свидетельствующий об уровне бесправия потребителей и необходимости разработки административных и правовых мер борьбы с нарушениями; создании образовательных порталов Республиканской инспекции по защите прав потребителей; реализации проектов вопросов просветительской деятельности с целью повышения грамотности населения ДНР; создании Инфотеки потребителя как обратной связи в системе потребительского рынка.

6. Определение истинных ценностей потребителями с учётом индивидуализации потребления, способа самоутверждения в социуме, удовлетворения демографически обусловленных потребностей позволило обосновать принципы становления и развития права потребителей на достойное

питание и защиту прав потребителей в условиях актуализации потребительского образования, что вызвало необходимость индикации уровня потребительской грамотности и изучения таких показателей как «коэффициент соблюдения», «уровень бесправия», «Индекс Клиренса», что свидетельствует в пользу необходимости повышения потребительской грамотности и образованности и актуализирует образовательный вектор механизма функционирования современного рынка продовольствия.

7. Определены макро- и микромаркетинговые связи и взаимодействия потребительского поведения, потребительского опыта, потребительских практик, потребительского отклика, потребительских споров и продовольственного права, что стало основой создания модели эффективного функционирования современного рынка продовольствия, где основным инструментом механизма в условиях гуманизации общества и реализации принципов социально-этического маркетинга определено продовольственное право в контексте права на здоровое питание и защиту прав потребителей.

8. Выбор маркетингового инструментария при формировании механизма функционирования современного рынка продовольствия на основе концепции маркетинга позволил утвердить продовольственное право основным наиболее действенным инструментом развития рынка продовольствия в условиях современной социально-экономической обстановки и привел к разработке авторской трактовки продовольственного права, которая имеет следующую формулировку. Продовольственное право - приоритетно-центрический комплекс прав субъектов продовольственного комплекса на здоровое питание и защиту прав потребителей, устанавливаемых и охраняемых государственными и международными правозащитными организациями, сформированный и реализуемый в условиях гуманизации общества на принципах социально-этического маркетинга.

9. Наиболее действенным инструментом развития рынка продовольствия в условиях современной социально-экономической ситуации определено продовольственное право, что легло в основу разработанной концепции,

которая в авторском понимании сформулирована как «концепция приоритизации продовольственного права как основы механизма функционирования современного рынка продовольствия в условиях реализации принципов социально-этического маркетинга». Такой научно-методический подход лёг в основу разработки научно-практических рекомендаций по организации «Инфотеки потребителя», методика оценки потребительского бесправия, что является составляющей защиты прав потребителей Донецкой Народной Республики.

10. Предложена концептуальная модель функционирования современного рынка продовольствия, основанная на механизме взаимосвязи системы его инструментального обеспечения, ключевым фактором которого выступает продовольственное право, которое в условиях современной социально-экономической обстановки в контексте концепции социально-этического маркетинга становится наиболее действенным инструментом развития рынка продовольствия. В рамках исследования и формирования модели функционирования рынка продовольствия разработаны методика оценки потребительского бесправия, научно-практические рекомендации по организации «Инфотеки потребителя» как элемента обратной связи и направления образовательного вектора.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Charles P. Martin-Shields, Wolfgang Stojetz (9 August 2018) Food security and conflict: Empirical challenges and future opportunities for research and policy making on food security and conflict. *World Development*, In press, corrected proof, Available online
2. Alexander Y. Prosekov, Svetlana A. Ivanova (May 2018) Food security: The challenge of the present. *Geoforum*, Volume 91. Pages 73-77
3. Goedele Van den Broeck, Kaat Van Hoyweghen, MietMaertens (June 2018) Horticultural exports and food security in Senegal. *GlobalFoodSecurity*, Volume 17. Pages 162-171
4. SriyaAnbil (October 2018) Managing stigma during a financial crisis. *Journal of Financial Economics*, Volume 130, Issue 1. Pages 166-181
5. Brian G. Smith, Staci B. Smith, Devin Knighton (November 2018) Social media dialogues in a crisis: A mixed-methods approach to identifying publics on social media. *Public Relations Review*, Volume 44, Issue 4. Pages 562-573
6. Odysseas Pavlatos, Hara Kostakis (November 2018) Management accounting innovations in a time of economic crisis. *The Journal of Economic Asymmetries*, Volume 18. Article e00106
7. E. Casadei, J. Albert (2016) Food and Agriculture Organization of the United Nations. *Encyclopedia of Food and Health*. Pages 749-753
8. K. Purnhagen, B. van der Meulen (2016) Consumer Protection Legislation. *Encyclopedia of Food and Health*. Pages 296-300
9. Heyao Yu, Kristen E. Gibson, Kathleen G. Wright, Jack A. Neal, Sujata A. Sirsat (September 2017) Food safety and food quality perceptions of farmers' market consumers in the United States. *Food Control*, Volume 79. Pages 266-271
10. Стуканова, И.П. Взаимодействие государственного и маркетингового регулирования рынка продовольствия [Текст]: И.П. Стуканова // Журнал «Научно-исследовательские публикации» - Выпуск №4 (24)/2015. С. 45-50
11. Боткин, О.И., Сутыгина, А.И., Сутыгин, П.Ф Национальные аспекты оценки продовольственной безопасности [Текст]: О.И. Боткин, Сутыгина А.И.,

Сутыгин П.Ф. // Журнал «Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право»» - Выпуск №4/2016. С. 20-27

12. Минтусов, В.К. Роль продовольственной безопасности в развитии современного мирового рынка продовольствия [Текст]: В.К. Минтусов// Журнал «Сибирский экономический вестник» - Выпуск №2 2016. С. 22-35

13. Маркина, Е.Д., Проблемы российского и мирового рынка продовольствия в условиях санкций [Текст]: Е.Д. Маркина // Журнал «Академический вестник Ростовского филиала российской таможенной академии» - Выпуск №3 (20) 2015. С. 78-81

14. Шуварков, А.С., Деятельность органов местного самоуправления по защите прав потребителей и формированию потребительского права [Текст]: А.С. Щербаков // «Сибирский торгово-экономический журнал» - Выпуск №1 (17) 2013. С. 148-156

15. Роль ФАО в осуществлении права на питание [Электронный ресурс]: Продовольственная и сельскохозяйственная организация объединенных наций. ФАО 2016 / Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.fao.org/human-right-to-food/ru/> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

16. О специальном мероприятии по вопросам питания 71 сессии Генассамблеи ООН [Электронный ресурс]: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. 21.09.2016 / Электронные текстовые данные. – URL: [http://rospotrebnadzor.ru/region/rss/rss.php?ELEMENT\\_ID=7110](http://rospotrebnadzor.ru/region/rss/rss.php?ELEMENT_ID=7110) - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

17. Nicula Virgil, Onețiu Anda Nicoleta, Todoran Florin (2015) Protection of the European Energy Consumers' Rights within the Globalization Context. *Procedia Economics and Finance*, Volume 27. Pages 415-422

18. Levi M. Teigen, Adam J. Kuchnia, Emily M. Nagel, Kathleen L. Price, Carrie P. Earthman (August 2018) Diagnosing clinical malnutrition: Perspectives from the past and implications for the future. *Clinical Nutrition ESPEN*, Volume 26. Pages 13-20

19. Lies ter Beek, Louise B. D. Banning, Linda Visser, Jan L. N. Roodenburg, Harriët Jager-Wittenaar (September 2018) Risk for malnutrition in patients prior to vascular surgery. *The American Journal of Surgery*, Volume 216. Pages 534-539
20. Sylvanus Kwaku Afesorgbor (23 June 2018) The impact of economic sanctions on international trade: How do threatened sanctions compare with imposed sanctions? *European Journal of Political Economy*, In press, corrected proof, Available online
21. Sajjad Bagheri, Hamid Reza Akbarpou (2016) Reinvestigation of the West's Sanctions against Russia in the Crisis of Ukraine and Russia's Reaction. *Procedia Economics and Finance*, Volume 36. Pages 89-95
22. Evsey Gurvich, Ilya Prilepskiy (December 2015) The impact of financial sanctions on the Russian economy. *Russian Journal of Economics*, Volume 1, Issue 4. Pages 359-385
23. Valentina V. Shevchenko (September 2018) The reform of the higher education of Ukraine in the conditions of the military-political crisis. *International Journal of Educational Development*, In press, corrected proof. Available online
24. Jan W. Honig (2015) Military, War, and Politics. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*. Pages 518-523
25. Erik Marinus Snoeijers, Karolien Poels (March 2018) Factors that influence organisational crisis perception from an internal stakeholder's point of view. *Public Relations Review*, Volume 44, Issue 1. Pages 65-74
26. Маркина, Е.Д., Проблемы российского и мирового рынка продовольствия в условиях санкций [Текст]: Е.Д. Маркина // Журнал «Академический вестник Ростовского филиала российской таможенной академии» - Выпуск №3 (20) 2015. С. 78-81
27. Содействие борьбе с голодом, отсутствием продовольственной безопасности, недоеданием [Электронный ресурс]: Продовольственная и сельскохозяйственная организация объединенных наций. FAO 2016 / Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.fao.org/about/what-we-do/ru/> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

28. Alain de Janvry, Elisabeth Sadoulet (September 2010) The Global Food Crisis and Guatemala: What Crisis and for Whom? World Development, Volume 38, Issue 9. Pages 1328-1339

29. Hoda Abd El Hamid Ali Mohamed (2014) The Impact of Food Price Crisis on Government Debt in the Arab Region. Procedia Economics and Finance, Volume 14. Pages 253-262

30. Philip Ball (September–2 October 2015) Acting on the global food crisis. The Lancet, Volume 386, Issue 10000. Page 1231

31. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс] // Официальный сайт ООН — URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/summitdecl.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summitdecl.shtml)

32. Устав ВОЗ: принципы [Электронный ресурс]: Всемирная организация здравоохранения / Электронные текстовые данные. – Режим доступа: <http://www.who.int/about/mission/ru/> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

33. Руководящие принципы Организации Объединённых Наций для защиты интересов потребителей (расширенные в 1999 г) [Электронный ресурс]: Департамент по экономическим и социальным вопросам. Нью-Йорк, 2003 / Электронные текстовые данные. – URL: [http://www.consumersinternational.org/media/33872/consumption\\_ru.pdf](http://www.consumersinternational.org/media/33872/consumption_ru.pdf) - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

34. Gergely Szolnoki, Rebecca Dolan, Sharon Forbes, Liz Thach, Steve Goodman (August 2018) Using social media for consumer interaction: An international comparison of winery adoption and activity. Wine Economics and Policy, Inpress, corrected proof, Available online

35. Mehmet Fatih Ekinici (April 2017) Inattentive consumers and international business cycles. Journal of International Money and Finance, Volume 72. Pages 1-27

36. Nor Hazlin Nor Asshidin, Nurazariah Abidin, Hafizzah Bashira Borhan (2016) Consumer Attitude and Uniqueness towards International Products. Procedia Economics and Finance, Volume 35. Pages 632-638

37. Ou Wang, Simon Somogyi (June 2018) Chinese consumers and shellfish: Associations between perception, quality, attitude and consumption. Food Quality and Preference, Volume 66. Pages 52-63
38. Ting Chi (September 2018) Understanding Chinese consumer adoption of apparel mobile commerce: An extended TAM approach. Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 44. Pages 274-284
39. Ou Wang, Xavier Gellynck, Wim Verbeke (January 2017) Chinese consumers and European beer: Associations between attribute importance, socio-demographics, and consumption. Pages 416-424
40. Dan Longrois (September 2016) Expansion volumique ou noradrénaline : que choisir ? Le Praticien en Anesthésie Réanimation, Volume 20, Issue 4. Pages 167-172
41. Françoise Borson-Chazot, Philippe Caron, Daniel Glinoeur, Jean-Louis Wémeau (February 2014) Antithyroïdiens de synthèse : que choisir ? La Presse Médicale, Volume 43, Issue 2. Pages 105-108
42. R. Caiazzo, F. Pattou (April 2013) Anneau, bypass ou sleeve : que choisir ? Journal de Chirurgie Viscérale, Volume 150, Issue 2. Pages 104-115
43. Каталог участников «Consumers International» [Электронный ресурс]: Глобальный голос для потребителей / Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.consumersinternational.org/our-members/member-directory/> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016
44. Экономический и Социальный Совет «О нас» [Электронный ресурс]: Ecosoc 70/Электронные текстовые данные. – URL: <https://www.un.org/ecosoc/ru/about-us> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016
45. Re-engineering development cooperation institutions to deliver on the 2030 Agenda for Sustainable Development [Электронный ресурс]: 2016 Development Cooperation Forum Policy Briefs March 2016, No. 16 / Электронные текстовые данные. – URL:

<https://www.un.org/ecosoc/sites/www.un.org.ecosoc/files/publication/dcf-policy-brief-16.pdf> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

46. Международный фонд сельскохозяйственного развития [Электронный ресурс]: Департамент общественной информации ООН, 2010 / Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.un.org/ru/ecosoc/ifad/> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

47. ИСО – международная организации по стандартизации [Электронный ресурс]: Разработчик и издатель международных стандартов / Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.iso.org/iso/ru/home.htm> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

48. Основные сведения об МВФ [Электронный ресурс]: Международный Валютный Фонд «Информационная справка», 01.03 2016 / Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/rus/glancer.pdf> - название с экрана / Дата посещения сайта 20.11.2016

49. Ori Swed (September 2018) Promoting human rights under fire: INGOs' mitigating effect on human rights violations during armed conflict. *Social Science Research*, Volume 75. Pages 1-12

50. Krishna Chaitanya Vadlamannati, Nicole Janz, Øyvind Isachsen Berntsen (April 2018) Human Rights Shaming and FDI: Effects of the UN Human Rights Commission and Council. *World Development*, Volume 104. Pages 222-237

51. Paul J. Nelson, Ellen Dorsey (April 2018) Who practices rights-based development? A progress report on work at the nexus of human rights and development. *World Development*, Volume 104. Pages 97-107

52. Kristina Hansson, Tina Ibertsson, Lena Asker-Árnason, Birgitta Sahlén (October 2018) Language impairment in children with CI: An investigation of Swedish. *Lingua*, Volume 213. Pages 63-77

53. Frank E. Harris (2018) Chapter Ten: Atomic Electronic Structure Computations With Hylleraas-CI Wave Functions. *Advances in Quantum Chemistry*, Volume 76. Pages 187-210

54. Gergely Szolnoki, Rebecca Dolan, Sharon Forbes, Liz Thach, Steve Goodman (August 2018) Using social media for consumer interaction: An international comparison of winery adoption and activity. *Wine Economics and Policy*, In press, corrected proof, Available online
55. B. van der Meulen (2014 )Food Law. *Encyclopedia of Agriculture and Food Systems*. Pages 186-195
56. Patricia Foriwaa Ababio, K. D. A. Taylor, B. A. Daramola, Mark Swainso (October 2016) Food law compliance in developed and developing countries: Comparing school kitchens in Lincolnshire–UK and Ashanti Region of Ghana. *Food Control*, Volume 68, Pages 167-173
57. Jennifer L. Pomeranz, Jamie F. Chriqui (September 2015) The Supplemental Nutrition Assistance Program: Analysis of Program Administration and Food Law Definitions. *American Journal of Preventive Medicine*, Volume 49, Issue 3. Pages 428-436
58. Carmen Jaca, Vanessa Prieto-Sandoval, Evangelos L. Psomas, Marta Ormazabal (April 2018) What should consumer organizations do to drive environmental sustainability? *Journal of Cleaner Production*, Volume 181, 20. Pages 201-208
59. Ioannis L. Liakos, Alexandru M. Grumezescu, Alina M. Holban (2018) Chapter 6: Consumer’s Health and Regulatory Organizations. *Impact of Nanoscience in the Food Industry*. Pages 143-163
60. Eathar Abdul-Ghani, Kenneth F. Hyde, Roger Marshall (July 2018) Conceptualising engagement in a consumer-to-consumer context. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, In press, corrected proof, Available online
61. Доклад ООН: «Дети в Ираке голодают» [Электронный ресурс]: BBC Russian.com, 31.03.2005 / Электронные текстовые данные. – URL: [http://news.bbc.co.uk/hi/russian/news/newsid\\_4395000/4395893.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/russian/news/newsid_4395000/4395893.stm) – Название с экрана / Дата посещения сайта 11.06.2016

62. Zhengchuan Xu, Yufei Yuan (January 2009) Principle-based dispute resolution for consumer protection. *Knowledge-Based Systems*, Volume 22, Issue 1. Pages 18-27
63. Basanta Kumar, Brajraj Mohanty (December 2012) Public Distribution System in Rural India: Implications for Food Safety and Consumer Protection. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 65, Pages 232-238
64. Vesna Jankovic, Vesna Matekalo-Sverak, Brankica Lakicevic, Danka Spiric, Radivoj Petronijevic (2015) Soybean and Gluten in Meat Products - Consumer Protection Strategy. *Procedia Food Science*, Volume 5, 2015, Pages 121-124
65. Третий год моратория на ГМО. Что изменилось? [Электронный ресурс] // BioSafety: сайт — URL: <http://biosafety.ru/?idp=23&idn=1904>
66. Jesse J. Helton, Amy R. Moore, Courtney Henrichsen (October 2018) Food security status of mothers at-risk for child maltreatment. *Children and Youth Services Review*, Volume 93. Pages 263-269
67. Elena Briones Alonso, Lara Cockx, Johan Swinnen (June 2018) Culture and food security. *Global Food Security*, Volume 17. Pages 113-127
68. Charles P. Martin-Shields, Wolfgang Stojetz (August 2018) Food security and conflict: Empirical challenges and future opportunities for research and policy making on food security and conflict. *World Development*, In press, corrected proof, Available online
69. Barbara M. Lund (September 2018) Provision of microbiologically safe food for vulnerable people. *Food Control*, In press, accepted manuscript, Available online
70. Abhinand Thaivalappil, Lisa Waddell, Judy Greig, Richard Meldrum, Ian Young (July 2018) A systematic review and thematic synthesis of qualitative research studies on factors affecting safe food handling at retail and food service. *Food Control*, Volume 89. Pages 97-107

71. Peter J Salama, Peter K Ben Embarek, Jayshree Bagaria, Ibrahima S Fall (June 2018) Learning from listeria: safer food for all. The Lancet, Volume 391, Issue 10137. Pages 2305-2306

72. Регламент №178/2002 [Электронный ресурс]: Об установлении общих принципов и требований в продовольственном праве, о создании европейского органа по безопасности пищевых продуктов и об установлении процедуры обеспечения безопасности пищевых продуктов. – Электронные текстовые данные – Брюссель 28 января 2002 от имени Европейского Парламента от имени Совета Президент P.COXJ.PIQUÉ ICAMPS. – URL: <https://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es178-2002.pdf> – Название с экрана/ Дата посещения сайта 11.06.2016

73. Гречишникова, Е.В. Механизм обеспечения продовольственной безопасности в Европейском союзе [Текст]: Е.В. Гречишникова // Вестник Омского университета. Серия «Право». 2007г. № 4 (13). С. 103–105

74. Колесняк, А.А. Продовольственное обеспечение как составляющая экономической и национальной безопасности государства [Текст]: А.А. Колесняк // Вестник КрасГАУ. 2013. №9.

75. Осипова, Г.М. Потребитель в условиях рынка: опыт, проблемы, пути решения [Текст]: Г.М. Осипова // Международный научно-исследовательский журнал – Выпуск № 6-2 (13) / 2013.

76. Лешин, С.В. Проблемы защиты прав потребителей [Текст]: С.В. Лешин // Приоритетные научные направления: от теории к практике ФБГУ / Российский Государственный Университет Правосудия, г. Ростов-на-Дону Выпуск №23 2016г.

77. Хауэллс, Г., Виллэмссон Т. Законодательство ЕС о защите прав потребителей: достигло ли оно совершеннолетия? [Текст]: Howells G., Wilhelmsson T. EC consumer law: has it come of age? // Europ. Lawrev. - L., 2003. - June. -P. 370-388 Полунин Б. Л.

78. Региональный обзор по продовольственной безопасности: Европа и Центральная Азия [Электронный ресурс]: Продовольственная и

сельскохозяйственная организация Объединённых Наций. Будапешт, 2015 – Электронные текстовые данные. – URL: <http://www.fao.org/3/a-i4649r.pdf> – Название с экрана / Дата посещения сайта 11.06.2016

79. Ильяшик, А.Н. Сравнительная оценка современной продовольственной ситуации стран АТР [Текст]: А.Н. Ильяшик // Журнал «Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд» – Выпуск №21/2013.

80. Хан, Ю.И. Система критериев и показателей, определяющих состояние продовольственной безопасности в странах АТР / Хан Ю.И. // Журнал «Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд» – Выпуск №21/2013.

81. Веблен, Т. Теория праздного класса. Экономическая мысль запада (Глава 4. Демонстративное потребление) / Т. Веблен, Прогресс. – г. Москва 1984., - 194 с.

82. Лейбенштейн, Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса / пер. с англ. И. Попович. В кн.: Вехи экономической мысли // сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. Т. 1: Теория потребительского поведения и спроса., - СПб 1999., - 304-325.

83. Физическое и социальное пространство: проникновение и присвоение Буардые П. [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Гуманитарные технологии» Аналитический портал ISSN 2310-1792. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3053>

84. Бодрийар, Ж. Общество потребления 1970г. / Ж. Бодрийар // рус. пер. Е. А. Самарской 2006 г. Изд. «Республика» и «Культурная Революция» в серии «Мыслители XX века», - 2006. - 178 с.

85. Бауман, З. Текущая современность / З. Бауман // пер. с англ. Ю.В. Асочакова. - СПб.: Питер, 2008. - 240 с.

86. Гидденс, Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / Э. Гидденс // пер. с англ. - М.: Весь мир, - 2004. – 120 с.

87. Селиверстов, Я.А. «Основы теории субъективных функциональных возможностей рационального выбора» / Я.А. Селиверстов, Интернет-журнал «Науковедение», выпуск №4 (23), - 2014 г.

88. Ластовский, Л.А. «Потребительство в обществе» / Л.А. Ластовский, Журнал «Интерэкспо Гео-Сибирь», - 2014 г.

89. Козинцев, А.А. «Осторожно: шопоголизм! Как «лечиться» от страсти к покупкам» / А.А. Козинцев, Газета: «Аргументы и Факты. Здоровье» № 31 01.08.2013г. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.aif.ru/health/psychologic/45661>

90. Позиционирование возрастных групп в пространстве потребительских практик, - 2015 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ruzoo.ru>.

91. В Республике активно развивается фирменная торговля местных товаропроизводителей [Электронный ресурс]// Правда ДНР. Первое интернет-издание Республики — URL: <https://dnr-pravda.ru/2018/01/25/v-respublike-aktivno-razvivaetsya-firmennaya-torgovlya-mestnyh-tovaroproizvoditelej/>

92. Динамика развития сферы торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]// Инфоцентр — URL: <http://infocentrdnr.ru/5852-dinamika-razvitiya-sfery-torgovli-doneckoy-narodnoy-respubliki.html>

93. Министерство агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]// Официальный сайт — URL: <http://mcxdnr.ru/>

94. Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]// Официальный сайт — URL: <http://mptdnr.ru/>

95. Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]// Официальный сайт — URL: <http://mer.govdnr.ru/>

96. Рост показателей в аграрной отрасли ДНР. Краткий отчет Министерства доходов и сборов [Электронный ресурс]// Правда ДНР. Первое

интернет-издание Республики — URL: <http://dnr-live.ru/rost-pokazateley-v-agrarnoy-otrasli-d/>

97. Семенова, Т.В К вопросу о развитии внешнеторговой деятельности в Донецкой Народной Республике /Т.В.Семенова, Н.П.Малов// Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г., г.Донецк, ДонНТУ – 2017 С.137-142

98. Состояние товарооборота ДНР. Инфографика [Электронный ресурс]// Деловой портал DNR LIVE — URL: [http://dnr-live.ru/sostoyanie-tovarooborota-dnr-infografika/?\\_utl\\_t=tw](http://dnr-live.ru/sostoyanie-tovarooborota-dnr-infografika/?_utl_t=tw)

99. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». Донецк, 2017. 84 с.

100. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за январь-июнь 2015 г. Статистический бюллетень Главного управления статистики Донецкой Народной Республики — URL: [www.glavstat.govdnr.ru](http://www.glavstat.govdnr.ru).

101. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за январь-июнь 2016 г. Статистический бюллетень Главного управления статистики Донецкой Народной Республики — URL: [www.glavstat.govdnr.ru](http://www.glavstat.govdnr.ru)

102. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за январь-июнь 2017 г. Статистический бюллетень Главного управления статистики Донецкой Народной Республики — URL: [www.glavstat.govdnr.ru](http://www.glavstat.govdnr.ru)

103. Пищевая промышленность ДНР [Электронный ресурс] // Livejournal — URL: <https://mikle1.livejournal.com/8494240.html>

104. Промышленность в марте 2018 года [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики — URL: <http://mer.govdnr.ru/images/phocadownloadpap/indexes/Promyshlennost-v-marte-2018-goda.pdf>

105. Предприятия пищевого производства ДНР за год реализовали продукции на 6,6 млрд рублей [Электронный ресурс] // Донецкое агентство новостей — URL: <https://dan-news.info/ekonomika/predpriyatiya-pishheproma-dnr-za-god-realizovali-produkcii-na-66-mlrd-rublej.html>

106. Экспорт продуктов питания по сравнению с прошлым годом увеличился — Минпромторг [Электронный ресурс] // Донецкая Народная Республика. Официальный сайт — URL: <https://dnr-online.ru/eksport-produktov-pitaniya-po-sravneniyu-s-proshlym-godom-velichilsya-minpromtorg/>

107. Рост отдельных макроэкономических показателей за январь-июль 2018 года [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: [http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5748:rost-otdelnykh-pokazatelej-ekonomicheskikh-protsessov-za-yanvar-iyul-2018-goda-po-sravneniyu-s-analogichnym-periodom-2017-goda&catid=8:novosti&Itemid=141](http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=5748:rost-otdelnykh-pokazatelej-ekonomicheskikh-protsessov-za-yanvar-iyul-2018-goda-po-sravneniyu-s-analogichnym-periodom-2017-goda&catid=8:novosti&Itemid=141)

108. Потребление основных продовольственных товаров на душу населения (килограммов в год) Потребительский рынок. Статистический сборник. Межгосударственный статистический комитет СНГ. Москва, 1997 год, стр. 35-36.

109. Лашкарева, О.В., Кожаметова, Г.А. Современное состояние продовольственной безопасности в республике Казахстан // Успехи современного естествознания. – 2015. – № 1-5. – С. 831-838;

110. Таблицы результатов мониторинга за 1995-2012 гг// сайт «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси» - URL:<http://prod.refor.by/monitoring/tablici-monitor-1995-2011.php>

111. Потребление основных продуктов питания населением Российской Федерации//Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. — URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1286360627828](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1286360627828)

112. Закон ДНР о безопасности и качестве пищевых продуктов № 120-ИНС от 08.04.2016 [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-bezopasnosti-i-kachestve-pishhevyh-produktov/>

113. Закон ДНР о защите прав потребителей № 53-ИНС от 05.06.2015 [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-zashhite-prav-potrebitelej/>

114. Приказ № 235/2308/622 от 21.12.2017г «Об утверждении правил торговли на рынках» [Электронный ресурс] // Профсоюз предпринимателей Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <http://profsouz-dnr.ru/zakonodatelnaya-baza/pravila-torgovli-na-rynkah/prikaz-235-2308-622-ot-21-12-2017g-ob-utverzhdanii-pravil-torgovli-na-rynkah/>

115. В ДНР права потребителей защищены Законом [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/v-dnr-prava-potrebitelej-zashhishheny-zakonom/>

116. Методы и примеры социально-этического маркетинга [Электронный ресурс] // Memosales, 2013-2019 — URL: <http://memosales.ru/osnovi/metod-postroeniya-kapitalizma-s-chelovecheskim-licom>

117. Павлов А.П., Яковлева Л.В. / Анализ понятия «качество жизни» на современном этапе в условиях кризиса [Электронный ресурс] Наукovedение. Сайт — URL: <https://naukovedenie.ru/sbornik1/2-16.pdf>

118. Конституция Донецкой Народной Республики (С изменениями, внесенными Законами от 27.02.2015 года № 17-ИНС, от 29.06.2015 года № 63-

ИНС, от 11.09.2015 года № 92-ИНС, от 29.12.2017 года № 205-ИНС, от 30.11.2018 года № 01-ИНС [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/konstitutsiya/>

119. Качество жизни [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике — URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/23730](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23730)

120. Прожиточный минимум (Living wage) – это [Электронный ресурс] // Сайт [economic-definition.com](http://economic-definition.com) — URL: [http://economic-definition.com/Sales/Prozhitochnyy\\_minimum\\_Living\\_wage\\_eto.html](http://economic-definition.com/Sales/Prozhitochnyy_minimum_Living_wage_eto.html)

121. Как считать прожиточный минимум малоимущим семьям? [Электронный ресурс] // Семейное право — URL: <http://semeinoe-pravo.net/kak-rasschitat-prozhitochnyj-minimum-na-semyu/>

122. Прожиточный минимум и потребительская корзина [Электронный ресурс] // Сайт [Uchebnik.Online](http://uchebnik.online) — URL: <http://uchebnik.online/sotsialno-ekonomicheskikh-prognozirovanie/projitochnyy-minimum-potrebitelskaya-34171.html>

123. Исхакова, Л.Р. Проблемы соотношения прожиточного минимума, минимального размера оплаты труда и потребительской корзины в Российской Федерации // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. – 2016. – Т. 8. №1. – С. 246-248

124. Прожиточный минимум [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике — URL [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_economic\\_law/12422/ПРОЖИТОЧНЫЙ](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/12422/ПРОЖИТОЧНЫЙ)

125. Потребительская корзина (Consumer basket) - это [Электронный ресурс] // Сайт [economic-definition.com](http://economic-definition.com) — URL: [http://economic-definition.com/Sales/Potrebitel\\_skaya\\_korzina\\_Consumer\\_basket\\_eto.html](http://economic-definition.com/Sales/Potrebitel_skaya_korzina_Consumer_basket_eto.html)

126. Потребительская корзина разных стран мира [Электронный ресурс] // Present5: сайт — URL: <https://present5.com/potrebitelskaya-korzina-raznyx-stran-mira/>

127. Потребительская корзина в России 2013 [Электронный ресурс] // Сайт [center-yf.ru](http://center-yf.ru) — URL: <http://a href='http://center->

yf.ru/data/economy/Potrebitelskaya-korzina-v-Rossii-2013.php">Потребительская корзина в России 2013</a>

128. Бедность [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике — URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ\\_dict/17092](https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/17092)

129. Закон о рынках и рыночной деятельности № 121-ИНС от 08.04.2016 [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-rynках-i-rynочноj-deyatelnosti/>

130. Закон об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения № 215-ИНС от 02.02.2018 [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-osnovah-gosudarstvennogo-regulirovaniya-torgovoj-deyatelnosti-sfery-obshhestvennogo-pitaniya-i-bytovogo-obsluzhivaniya-naseleniya/>

131. Постановления Совета Министров ДНР — 2016 [Электронный ресурс] // Донецкая Народная Республика. Официальный сайт — URL: <https://dnr-online.ru/postanovleniya-soveta-ministrov-dnr-2016/>

132. Постановление Совета Министров ДНР №16-28 от 07.12.2017 г. О внесении изменений во Временный порядок о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31 мая 2016 года № 7-2. [Электронный ресурс] // Донецкая Народная Республика. Официальный сайт — URL: <https://dnr-online.ru/download/o-vnesenii-izmenenij-vo-vremennyj-poryadok-o-provedenii-zakupok-tovarov-rabot-i-uslug-za-byudzhetye-sredstva-v-donetskoj-narodnoj-respublike-utverzhdennyj-postanovleniem-soveta-ministrov-donetskoj-na/>

133. Приказы Министерства здравоохранения Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] // Донецкая Народная Республика.

Официальный сайт — URL: <https://dnr-online.ru/prikazy-ministerstva-zdravooxraneniya-doneckoj-narodnoj-respubliki>

134. Приказы Министерства промышленности и торговли [Электронный ресурс] // Донецкая Народная Республика. Официальный сайт — URL: <https://dnr-online.ru/prikazy-ministerstva-promyshlennosti-i-torgovli>

135. Приказ №65 от 14.05.2018 "Об утверждении Порядка выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения" [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <http://mptdnr.ru/documents/128-prikaz-65-ot-14-05-2018-ob-utverzhdanii-porjadka-vydachi-soglasovanii-subektam-hozjaistvovaniya-.html>

136. Приказ №77 от 24.05.2018 "Об утверждении Порядка ведения и регистрации Книги отзывов и предложений" [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <http://mptdnr.ru/documents/132-prikaz-77-ot-24-05-2018-ob-utverzhdanii-porjadka-vedeniya-i-registracii-knigi-otzyvov-i-predlozhenii-.html>

137. Приказ №130 от 17.08.2018 "Об утверждении Порядка осуществления выездной торговли" [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <http://mptdnr.ru/documents/144-prikaz-130-ot-17-08-2018-ob-utverzhdanii-porjadka-osuschestvleniya-vyezdnoi-torgovli.html>

138. Приказ №131 от 17.08.2018 "Об утверждении Правил продажи отдельных видов продовольственных товаров, требующих особых условий хранения и реализации" [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <http://mptdnr.ru/documents/142-prikaz-131-ot-17-08-2018-ob-utverzhdanii-pravil-prodazhi-otdelnyh-vidov-prodovolstvennyh-tovarov.html>

139. Закон об изъятии из обращения, переработке, утилизации, уничтожении или дальнейшем использовании некачественной и опасной

продукции № 146-ИНС от 18.08.2016 [Электронный ресурс] // Народный совет Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-izyatii-iz-obrashheniya-pererabotke-utilizatsii-unichtozhenii-ili-dalnejshem-ispolzovanii-nekachestvennoj-i-opasnoj-produktsii/>

140. Приказ №215 от 05.12.2018 "О внесении изменений в Порядок выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения" [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. Официальный сайт — URL: <http://mptdnr.ru/documents/156-prikaz-215-ot-05-12-2018-o-vnesenii-izmenenii-v-porjadok-vydachi-soglasovanii-subektam-hozjaistv.html>

141. Вниманию потребителей: Электронные сервисы для потребителей [Электронный ресурс] // Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека: сайт — URL: [http://rosпотребнадзор.ru/region/rss/rss.php?ELEMENT\\_ID=9764](http://rosпотребнадзор.ru/region/rss/rss.php?ELEMENT_ID=9764)

142. Областной закон Новгородской областной думы от 27.06.2012 N 224-5 ОД «О стратегии социально-экономического развития Новгородской области до 2030 года» [Электронный ресурс] // novreg.ru: сайт — URL: [https://www.novreg.ru/economy/strategy2030/ZakNON100oz\\_Strategiya.pdf](https://www.novreg.ru/economy/strategy2030/ZakNON100oz_Strategiya.pdf)

143. Инфотека [Электронный ресурс] // Федеральное бюджетное учреждение здравоохранения. Центр гигиены и эпидемиологии в Самарской области: сайт — URL: <http://www.fguzsamo.ru/Infoteka/>

144. Инфотека [Электронный ресурс] // Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Федеральное бюджетное учреждение здравоохранения «Центр гигиены и эпидемиологии в Чувашской Республике-Чувашии»: сайт — URL: <http://www.cge21.ru/INFOTEKA>

145. United Nations, Treaty Series, vol. 993, p. 35–43

146. Руководящие принципы в отношении права на питание [Электронный ресурс] Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций: сайт – URL: <http://www.fao.org/right-to-food/resources/resources-detail/ru/c/902990/>

147. Всеобщая декларация о ликвидации голода и недоедания [Электронный ресурс] Официальный сайт Организации Объединенных Наций — URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/hunger.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/hunger.shtml)

148. Итоговый документ Конференции: Римская декларация по вопросам питания [Электронный ресурс] Официальный сайт Продовольственной и сельскохозяйственной Организации Объединенных Наций — URL: <http://www.fao.org/about/meetings/icn2/documents/ru/>

149. Венская декларация и Программа действий [Электронный ресурс] Официальный сайт Организации Объединенных Наций — URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/viendec93.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/viendec93.shtml)

150. Копенгагенская декларация о социальном развитии [Электронный ресурс] Официальный сайт Организации Объединенных Наций - URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/copdecl.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/copdecl.shtml)

151. Декларация Всемирного саммита по продовольственной безопасности [Электронный ресурс] Официальный сайт Организации Объединенных Наций — URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/summit2009\\_declaration.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summit2009_declaration.shtml)

152. Микромаркетинг [Электронный ресурс]// artextrade.ru: сайт — URL: <http://artextrade.ru/economy/marketing/mikromarketing/>

153. Макромаркетинг [Электронный ресурс]//artextrade.ru: сайт — URL: <http://artextrade.ru/economy/marketing/makromarketing/>

154. Микромаркетинг [Электронный ресурс] // utmagazine.ru: сайт — URL: <https://utmagazine.ru/posts/11721-mikromarketing>

155. Макромаркетинг [Электронный ресурс] // economicportal.ru: сайт — URL: [www.economicportal.ru/ponyatiya-all/makromarketing.html](http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/makromarketing.html)

156. Регламент (ЕС) № 178/2002 Европейского парламента и Совета от 28 января 2002 г. об установлении общих принципов и предписаний продовольственного законодательства, об учреждении Европейского органа по безопасности продуктов питания и о закреплении процедур в отношении безопасности продовольственных товаров [Электронный ресурс] // fsvps.ru: сайт — URL: <https://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es178-2002.pdf>

157. Лекция - Консьюмеризм и партнерские отношения с потребителем [Электронный ресурс] // Stud.Med.py: сайт — URL: [http://www.studmed.ru/view/lekciya-konsyumerizm-i-partnerskie-otnosheniya-s-potrebitelem\\_9465cbad31a.html](http://www.studmed.ru/view/lekciya-konsyumerizm-i-partnerskie-otnosheniya-s-potrebitelem_9465cbad31a.html)

158. Всемирный день прав потребителя [Электронный ресурс] // РИА новости: сайт — URL: <https://ria.ru/20140315/999361854.html>

159. Защита прав потребителя (Consumerism) – это [Электронный ресурс] // economic-definition.com: сайт — URL: [http://economic-definition.com/Laws/Zaschita\\_prav\\_potrebiteleya\\_Consumerism\\_\\_eto.html](http://economic-definition.com/Laws/Zaschita_prav_potrebiteleya_Consumerism__eto.html)

160. Эпоха Возрождения (кратко). Краткая характеристика эпохи Возрождения [Электронный ресурс] // ФБ: сайт — URL: <http://fb.ru/article/164164/epoha-voztrojdeniya-kratko-kratкая-harakteristika-epohi-voztrojdeniya>

161. Стадник, А.С. Продовольственное право в контексте международного потребительского движения / В.Д. Малыгина, А.С. Стадник // Менеджер. – 2016. – Вып. 1 (75). – С. 73-79

162. Стадник, А.С. Роль правозащитных организаций в реализации продовольственного права / А.С. Стадник, В.Д. Малыгина // Торговля и рынок. – 2016. – Вып. 2, т. 2 – С. 110-121

163. Стадник, А.С. Продовольственное право, как инструмент функционирования рынка продовольствия / В.Д. Малыгина, А.С. Стадник // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 4 – С. 187 – 195

164. Стадник, А.С. Основные ориентиры развития продовольственного рынка Донецкого региона / А.С. Стадник, Н.Р. Мурзина // Стратегия

предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: матер. V междунар. науч.-практ. конф., 29 февр., 2016 г., г. Донецк. - Донецк: ДонНУЭТ, 2016. – С. 61-64

165. Стадник, А.С. Глобализационные проблемы формирования продовольственного права потребителей / В.Д. Малыгина, А.С. Стадник // Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития: матер. III междунар. научн.-практ. конф., 28 марта, 2017 г., г. Алчевск. – Алчевск: ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет», 2017. – С. 312-316

166. Стадник, А.С. Макро- и микромаркетинговые связи в сфере функционирования рынка продовольствия / Малыгина В.Д., Стадник А.С. // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. 2. – С. 78 – 86

167. Стадник, А.С. Зарубежный опыт социально-ответственного маркетинга продовольствия / В.Д. Малыгина, А.С. Стадник // Маркетинг в третьем тысячелетии: матер. Междунар. инт.-конф. студентов, аспирантов, молодых ученых, 18 мая, 2016 г., г. Донецк. – Донецк: ДонНУЭТ, 2016. – С. 32-35

168. Стадник, А.С. Активизация инструментария маркетинговой поддержки потребительских предпочтений / И.Х. Баширов, А.С. Стадник // Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития: матер. III междунар. научн.-практ. конф., 28 марта, 2017 г., г. Алчевск. – Алчевск: ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет», 2017. – С. 23-29

169. Стадник, А.С. Маркетинговые исследования потребительского поведения как фактора формирования продовольственного права / А.С. Стадник // Маркетинг в третьем тысячелетии: матер. Междунар. инт.-конф. студентов, аспирантов, молодых ученых, 24.11., 2018 г., г. Донецк. - Донецк: ДонНУЭТ, 2018. - С. 32-35

170. Стадник, А.С. Показатель Индекса Клиренса в формировании продовольственного права / Стадник А.С. // Товароведение и квалиметрия:

матер. VI Республ. инт.-конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, 24-25 нояб., 2018 г., г. Донецк. - Донецк: ДонНУЭТ, 2018 – С. 121-122

171. Стадник, А.С. Инструментарное обеспечение механизма функционирования современного рынка продовольствия / А.С. Стадник // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. 3. – С. 124-132

172. Стадник, А.С. Моделирование механизма функционирования рынка продовольствия / А.С. Стадник // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. 4. – С. 104-112

173. Стадник, А.С. Механизм функционирования рынка продовольствия / А.С. Стадник // Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития: матер. V междунар. научн.-практ. конф., 28 нояб., 2018г., г. Алчевск. – Алчевск: ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет», 2018 – С. 124-142

174. Боткин, О.И., Сутыгина, А.И., Сутыгин, П.Ф. Интерпретация понимания продовольственной безопасности на международном уровне // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-ponimaniya-prodovolstvennoy-bezopasnosti-na-mezhdunarodnom-urovne>

175. Шувараков, А. С. Деятельность органов местного самоуправления по защите прав потребителей и формированию потребительского права // СТЭЖ. 2013. №1 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-organov-mestnogo-samoupravleniya-po-zaschite-prav-potrebiteley-i-formirovaniyu-potrebitel'skogo-prava-1>

176. Кортнева, В.Д. Демографический кризис в России: предпосылки возникновения и перспективы развития // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/demograficheskiy-krizis-v-rossii-predposylki-vozniknoveniya-i-perspektivy-razvitiya>

177. Потапова, О.Н. Социально-демографические проблемы и основы народосбережения России // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of

KubSAU. 2015. №109. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-demograficheskie-problemy-i-osnovy-narodosberezheniya-rossii>

178. Гольдфейн, М.Д., Адаев, О.Н., Тимуш, Л.Г., Заиков, Г.Е., Ярошевская, Х.М. Роль химических элементов и их соединений в природе и в процессах жизнедеятельности человека часть 2: проблемы безопасности пищевых продуктов // Вестник Казанского технологического университета. 2015. №16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-himicheskikh-elementov-i-ih-soedineniy-v-prirode-i-v-protsessah-zhiznedeyatelnosti-cheloveka-chast-2-problemy-bezopasnosti-pischevyh>

179. Прудникова, Т. Н., Ильчишина, Н. В., Гаманченко, А. И., Назарько, М.Д. Проблемы контроля пищевой безопасности генетически модифицированных продуктов питания // Известия ВУЗов. Пищевая технология. 2006. №2-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-kontrolya-pischevoy-bezopasnosti-geneticheski-modifitsirovannyh-produktov-pitaniya> (

180. Степанова, Н.В., Смирнов, В.М., Хамитова, Р.Я. Оценка химической безопасности пищевых продуктов // Казанский мед.ж.. 2005. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-himicheskoy-bezopasnosti-pischevyh-produktov>

181. Луценко, Л.М. Современные технологии производства и их социокультурное и экономическое влияние на качество и безопасность продовольственных товаров // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2012. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tehnologii-proizvodstva-i-ih-sotsiokulturnoe-i-ekonomicheskoe-vliyanie-na-kachestvo-i-bezopasnost-prodovolstvennyh-tovarov>

182. Апалькова, Г.Д. Показатели безопасности пищевых продуктов по содержанию бенз(а)пирена - проблемы и перспективы // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-bezopasnosti-pischevyh-produktov-po-soderzhaniyu-benz-a-pirena-problemy-i-perspektivy>

183. Толстова, Е.Г. Контроль сырья как необходимое условие обеспечения безопасности готовой продукции // Вестник НГИЭИ. 2013. №8 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontrol-syrya-kak-neobhodimoe-uslovie-obespecheniya-bezopasnosti-gotovoy-produktsii>

184. Ломач, Л.А. Этапы развития и противоречия мирового хозяйства // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2010. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-i-protivorechiya-mirovogo-hozyaystva>

185. Мухамбетов, Ф.Н. Проблемы экологической безопасности Российской Федерации // ЮП. 2010. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-ekologicheskoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii>

186. Петренко, О.В. Политический кризис как научное понятие // Армия и общество. 2009. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-krizis-kak-nauchnoe-ponyatie>

187. Колчинский, Э. И. Наука и кризисы в XX веке: некоторые результаты сравнительного анализа // Пространство экономики. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauka-i-krizisy-v-xx-veke-nekotorye-rezultaty-sravnitelnogo-analiza>

188. Башлакова, О.И. Проблемы экологической безопасности России // Вестник МГИМО. 2015. №3 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-ekologicheskoy-bezopasnosti-rossii>

189. Фруммин, Г.Т. Глобальные экологические проблемы: путь к катастрофе или миф? // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-ekologicheskie-problemy-put-k-katastrofe-ili-mif>

190. World development [Электронный ресурс] / Электронные текстовые данные. – URL: <https://www.journals.elsevier.com/world-development>

191. Computer Law & Security Review [Электронный ресурс] / Электронные текстовые данные. – URL: <https://www.journals.elsevier.com/computer-law-and-security-review>

192. The Lancet [Электронный ресурс] / Электронные текстовые данные. – URL: <https://www.thelancet.com/>

193. Иванова, Е.П. Словарная дефиниция и методы эмпирического научного познания // Вестник ТГУ. 2007. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovarnaya-definitsiya-i-metody-empiricheskogo-nauchnogo-poznaniya>

194. Лебедев, К. Н. Методы детерминированного факторного анализа и методология экономического исследования // Финансы: Теория и Практика. 2008. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-determinirovannogo-faktornogo-analiza-i-metodologiya-ekonomicheskogo-issledovaniya>

195. Бахматова, Т.Г., Озерникова, Т.Г. Проблемы применения социологического метода в экономических исследованиях // Известия БГУ. 2004. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-primeneniya-sotsiologicheskogo-metoda-v-ekonomicheskikh-issledovaniyah>

196. Потороко, И.Ю., Калинина, И.В. Безопасность продуктов питания как фактор безопасности потребителя // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2007. №10 (82). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bezopasnost-produktov-pitaniya-kak-faktor-bezopasnosti-potrebitelya>

197. Суздалева, Г.Р., Бадамшина, А.Р., Ахметова, Э.И. Влияние географического фактора на особенности потребительского поведения населения // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-geograficheskogo-faktora-na-osobennosti-potrebitelskogo-povedeniya-naseleniya>

198. Бондаренко, В.А., Кундрюков, С.С. Инновации в сфере продаж как фактор привлечения потребителей // Концепт. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sfere-prodazh-kak-faktor-privlecheniya-potrebiteluy>

199. Малышкина, Е.А. Совершенствование маркетинговых инструментов в интернет-бизнесе как фактор наиболее эффективного воздействия на потребителя // Социально-экономические явления и процессы. 2012. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-marketingovyh-instrumentov-v-internet-biznese-kak-faktor-naibolee-effektivnogo-vozdeystviya-na-potrebitelya>

200. Петроченко, А.Г. СМИ как фактор результативности взаимодействия комплекса «Государство–инноватор–потребитель инновации» // Армия и общество. 2013. №3 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-faktor-rezultativnosti-vzaimodeystviya-kompleksa-gosudarstvo-innovator-potrebitel-innovatsii>

201. Россинская, Г.М. Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества // Вестник УГАТУ = Vestnik UGATU. 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskoe-povedenie-domohozyaystva-v-usloviyah-transformatsii-rossiyskogo-obschestva>

202. Кузнецов, П.М. Комплексы маркетинга и специфика российского потребителя // Вестник ТГПУ. 2014. №8 (149). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksy-marketinga-i-spetsifika-rossiyskogo-potrebitelya>

203. Хисматуллина, Г.Ф. Уловки маркетологов в условиях современного рынка // Инновационная наука. 2017. №1-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ulovki-marketologov-v-usloviyah-sovremennogo-rynka>

204. Ходжаева, Д.А. Маркетинг — фактор повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции // Вестник ТГУПП. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-faktor-povysheniya-konkurentosposobnosti-selskohozyaystvennoy-produktsii>

205. Усова, В.В. Рекламная и маркетинговая поддержка нового товара при выводе на Российский рынок // Интернет-журнал Науковедение. 2014. №2 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklamnaya-i-marketingovaya-podderzhka-novogo-tovara-pri-vyvode-na-rossiyskiy-rynok>

206. Попсуева, А.А. Мода как социальный фактор демонстративного потребления в процессе общественного развития // Теория и практика общественного развития. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/moda-kak-sotsialnyy-faktor-demonstrativnogo-potrebleniya-v-protssesse-obschestvennogo-razvitiya>

207. Кучеренко, Е.А. Теория показного потребления Т. Веблена через призму концепции П. Бурдьё // Теория и практика общественного развития. 2013. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokaznogo-potrebleniya-t-veblena-cherez-prizmu-kontseptsii-p-burdie>

208. Николаева, Е.М., Николаев, М.С. Потребительская культура и кризис социализации // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. №354. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskaya-kultura-i-krizis-sotsializatsii>

209. Николаев, М.С. Воспроизводство потребительских социально-культурных практик в современном обществе // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2010. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vosproizvodstvo-potrebitelskih-sotsialno-kulturnyh-praktik-v-sovremennom-obschestve>

210. Николаев, М.С. Метаморфозы социализации в обществе потребления // Вестник КазГУКИ. 2011. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metamorfozy-sotsializatsii-v-obschestve-potrebleniya>

211. Василенко, И.В., Ткаченко, О.В. Потребительский выбор в системе социальных практик современного российского регионального населения: основные характеристики и факторы влияния // Logos et Praxis. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskiy-vybor-v-sisteme-sotsialnyh-praktik-sovremennogo-rossiyskogo-regionalnogo-naseleniya-osnovnye-harakteristiki-i-factory>

212. Рычкова, Н.В. Потребительские практики и моделирование поведения потребителей (методологический аспект) // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskie-praktiki-i-modelirovanie-povedeniya-potrebiteley-metodologicheskiy-aspekt>

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

**Приложение А****АКТЫ И СПРАВКИ О ВНЕДРЕНИИ****А.1 – Справка о внедрении ООО «Издательский дом «Деловой Донбасс»»**

В специализированный диссертационный совет Д 01.004.01 при ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

*Улек. № 01-20 от 20.02.2017г*

**СПРАВКА  
о внедрении**

результатов диссертационной работы Стадника Александра Сергеевича на тему: «МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ» на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

По результатам диссертационной работы Стадника А.С. приняты к рассмотрению и внедрению разработанные и предложенные автором способы индикации уровня продовольственного бесправия потребителей при проведении мониторинга рынка продовольствия.

Предложенный Стадником А.С. показатель Индекс Клиренса отражает состояние потребительского рынка и уровень защиты прав потребителей, что является актуальной проблемой для Донецкой Народной Республики.

От результатов диссертационной работы ожидается получение социально-экономического эффекта.

Директор

ООО «Издательский дом «Деловой Донбасс»»



Н.Н. Волобуев

## А.2 – Акт о внедрении Инспекции защиты прав потребителей

В специализированный диссертационный совет Д 01.004.01 при ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА	
ИНСПЕКЦИЯ ПО ЗАЩИТЕ	
ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	
Идентификационный код 51016778	
ДНР 83001, г. Донецк.	
ул. Челюскинцев, дом 184	
р/с:	
№ <u>07-29/1107</u>	от <u>16 10</u> 20 <u>18</u> г.
на №	от 20 г.

### АКТ о внедрении

результатов диссертационной работы Стадника Александра Сергеевича на тему: «МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ», подготовленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

Результаты диссертационной работы Стадника А.С., посвященные разработке механизма функционирования рынка продовольствия приняты к рассмотрению и внедрению.

Предложения автором по созданию интернет-портала «Инфотека потребителя» представляет интерес для граждан Донецкой Народной Республики, а информирование населения о действующей нормативной базе в области торговли и реализации пищевых продуктов является неременным условием повышения их грамотности. Актуальна и информация о регламентирующих функционирование рынка продовольствия документах.

Начальник Инспекции по защите  
прав потребителей  
Донецкой Народной Республики



Н.А. Тимченко

**А.3 – Акт о внедрении ООО «Торгово-инвестиционная компания «Ресурс»**

В специализированный диссертационный совет Д 01.004.01 при ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

*Цек. № 10/5 от 16.10.2018г.*

**АКТ  
о внедрении**

результатов диссертационной работы Стадника Александра Сергеевича на тему: «МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ» на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

Разработанные соискателем Стадником А.С. в диссертационной работе научно-методические рекомендации по усовершенствованию системы управления качеством и безопасностью продовольственных товаров приняты к рассмотрению и внедрению.

От результатов внедрения ожидается социальный и научно-технический эффект.

Директор ООО «Торгово-инвестиционная компания «Ресурс»



Н.Н. Волобуев



## Приложение Б

Таблица Б.1 - Минимальный набор продуктов питания для основных социально-демографических групп населения в ДНР в 2015 году (килограмм/на одного человека в год)

Наименование товаров	Возраст ребенка, лет		Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
	0-6	6-18		
<i>Хлебопродукты:</i>				
хлеб пшеничный	29,2	51,1	62	62
хлеб ржаной	14,6	28	39	38
мука ржаная			0,4	0,3
мука пшеничная	4,6	7,9	9	8,8
Крахмал	0,7	1,1		
<i>Крупы, бобовые, макаронные изделия:</i>				
<i>Крупы</i>	<i>11,1</i>	<i>15,3</i>	<i>7,1</i>	<i>7,8</i>
Рис	1,3	1,8	2,5	2,3
Манная	0,9	1,2		0,9
Пшенная	1,7	2,3	1	0,9
Гречневая	2,4	3,4	2	2
Овсяная	0,7	0,9	1,1	1,1
другие крупы	4,1	5,7	0,5	0,6
Бобовые	0,6	0,8	1,9	1,9
макаронные изделия	2,9	4	4	4,1
Картофель	73	93,7	95	108
<i>Овощи разные, бахчевые:</i>				
Капуста	16,4	21,9	28	27,5
Томаты	16,4	21,9	25	22
Огурцы	6,6	8,7		
Морковь	8,2	10,9	18	16
Свекла	6,6	8,7		
Лук	6,6	8,7	10	8
Бахчевые			16	14,5
<i>Фрукты и ягоды:</i>				
Яблоки	27,4	30,4		
ягоды и виноград	8,2	9,1		
цитрусовые и др. тропические плоды	5,5	6,1		
Косточковые	5,5	6,1		
Груши	2,7	3		
другие фрукты и орехи	5,5	6,1		
фрукты, ягоды свежие			60	3,1
Соки плодово-ягодные и овощные	45,6	54,8		
Сухофрукты	3,65	5,5	4	1,8
Сахар	18,25	23,1	24	22,5
кондитерские изделия	5,5	6,1	13	
Мед	1,1	1,1		
Масло сливочное	7,7	12,8	5	3,9
Маргарин			2	1,5
Масло подсолнечное	3	5,1	7,1	6,7
Яйца, штук	182,5	365	220	187,5
<i>Молоко, молокопродукты:</i>				
молоко цельное	91,3	82,1	60	83
молоко нежирное			65	22
кисломолочные напитки	91,3	82,1		
Творог	18,25	20,7	10	7,6
Сметана	2,7	7,3	5	4

Окончание таблицы Б.1

Наименование товаров	Возраст ребенка, лет		Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
	0-6	6-18		
сыр твердый	1,8	4,3	3,5	
<i>Мясо, мясопродукты:</i>				
<i>мясо:</i>				
Говядина	11,7	18,3	14	12
Баранина			2	0,9
Кроли			2	
свинина постная	5,8	9,2	8	9,5
Птица	5,8	9,2	14	5
субпродукты (печень, язык, мозги)	5,9	9,1	4	2
<i>мясопродукты:</i>				
колбаса вареная, сосиски, сардельки	4	6,3		
колбаса полукопченая	1,3	2,1		
балык мясной	1	1,5		
колбасные изделия			9	6,6
Сало	1	1,5	2	2
<i>Рыба, рыбопродукты:</i>				
рыба свежая	8,6	14,6	7	2,5
Сельдевые			4	0,7
Другие			2	
Рыбопродукты	4,2	7,3		
Чай	0,073	0,1		
Какао	0,365	0,365		
Дрожжи	0,365	0,365		
Соль	1,8	3,3		
Специи (лавровый лист)	0,073	0,1		

Таблица Б.2 - Минимальный набор продуктов питания для основных социально-демографических групп населения в Украине в 2018 году (килограмм/на одного человека в год)

Название продукта	Возраст ребенка		Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
	до 6 лет	от 6 до 18 лет		
<i>Хлебопродукты:</i>				
<i>хлеб пшеничный</i>	29,2	51,1	62	62
<i>хлеб ржаной</i>	14,6	28	39	38
Мука пшеничная	4,6	7,9	9,4	9,1
Макаронные изделия	2,9	4	4	4,1
<i>Крупы:</i>				
<i>Рисовая</i>	1,3	1,8	2,5	2,3
<i>Манная</i>	0,9	1,2	-	0,9
<i>Пшеничная</i>	2,7	3,3	1	0,9
<i>Гречаная</i>	2,4	3,4	2	2
<i>Овсяная</i>	0,7	0,9	1,1	1,1
<i>другие (ячневая, перловая)</i>	3,1	4,7	0,5	0,6
Бобовые	0,6	0,8	1,9	1,9
Крахмал	0,7	1,1	-	1
Картошка	73	93,7	95	108
<i>Овощи (в том числе соленые, квашеные):</i>				
<i>Капуста</i>	16,4	21,9	28	27,5

## Продолжение таблицы Б.2

Название продукта	Возраст ребенка		Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
	до 6 лет	от 6 до 18 лет		
<i>Помидоры</i>	16,4	21,9	25	22
<i>Морковь</i>	8,2	10,9	9	8
<i>Огурцы</i>	6,6	8,7		
<i>Буряк</i>	6,6	8,7	9	8
<i>Лук</i>	6	7,9	9,1	7,1
<i>Чеснок</i>	0,6	0,8	0,9	0,9
<i>другие сезонные овощи (кабачки, тыква)</i>	11,3	13	13	10
<i>Бахчевые (арбузы, дыни)</i>	10	15,5	16	14,5
<b>Фрукты:</b>				
<i>семечковые плоды, яблоки</i>	30,1	33,4	60	31
<i>ягоды и виноград</i>	8,2	9,1		
<i>цитрусовые и другие тропические плоды</i>	5,5	6,1		
<i>косточковые (сливы, абрикосы)</i>	5,5	6,1		
<i>Груши</i>	5	5,5		
<i>Орехи</i>	0,5	0,6		
<i>Соки фруктово-ягодные и овощные</i>	45,6	54,8		
<i>Сухофрукты</i>	3,65	5,5	4	1,8
<i>Сахар</i>	18,25	23,1	24	22,5
<i>Мед</i>	1,1	1,1		
<i>Кондитерские изделия</i>	5,5	6,1	13	включены в сахар»
<i>Подсолнечное масло</i>	3	5,1	7,1	6,7
<i>Яйца (штук)</i>	182,5	365	220	187,5
<i>Маргарин</i>			2	1,5
<b>Молоко и молочные продукты:</b>				
<i>молоко</i>	91,3	82,1	60	63
<i>кисломолочные напитки</i>	91,3	82,1	60	42
<i>сыр мягкий</i>	18,25	20,7	10	7,6
<i>сметана</i>	2,7	7,3	5	4
<i>сыр твердый</i>	1,8	4,3	3,5	-
<i>сыр плавленый</i>			-	1,8
<i>масло сливочное</i>	7,7	12,8	5	3,9
<b>Мясо и мясные продукты:</b>				
<i>говядина</i>	12,9	20	16	12,9
<i>свинина</i>	8,1	12,7	8	9,5
<i>Птица</i>	5,8	9,2	14	5
<i>субпродукты</i>	5,9	9,1	4	2
<i>колбаса вареная, сосиски, сардельки</i>	4	6,3	9	6,6
<i>колбаса полукопченая</i>	1,3	2,1		
<i>балык мясной, шинка, карбонат</i>	1	1,5		

## Окончание таблицы Б.2

Название продукта	Возраст ребенка		Трудоспособное население	Нетрудоспособное население
	до 6 лет	от 6 до 18 лет		
<i>Сало</i>	1	1,5	2	2
Рыба и морепродукты:				
<i>рыба свежая, свежеморезанная</i>	8,6	14,6	7	9,5
<i>сельдь, рыбные продукты</i>	4,2	7,3	6	2
Чай	0,073	0,1	0,4	0,4
Кофе			0,5	0,06
Какао	0,365	0,365	-	0,3
Дрожжи	0,365	0,365	-	0,07
Соль	1,8	3,3	3	2,5
Специи (лавровый лист)	0,073	0,1	0,3	0,2

Таблица Б.3 - Продукты питания, включаемые в потребительскую корзину для основных социально-демографических групп населения Ростовской области в 2013 году

Наименование продукта	Единица измерения	Объемы потребления (в среднем на одного человека в год)		
		Трудоспособное населения	пенсионеры	Дети
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	кг	152,8	116,5	98,0
Картофель	кг	102,6	90,0	118,7
Овощи	кг	122,2	107,0	124,5
Фрукты свежие	кг	60,0	45,0	118,1
Сахар и кондитерские изделия (в пересчете на сахар)	кг	23,8	21,2	25,8
Мясопродукты	кг	58,6	54,0	46,3
Рыбопродукты	кг	20,0	17,0	18,5
Молоко и молокопродукты (в пересчете на молоко)	кг	257,6	224,4	360,2
Яйца	штук	210,0	200,0	201,0
Масло растительное, маргарин и другие жиры	кг	14,0	11,5	10,1
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	кг	152,8	116,5	98,0

**ИНФОТЕКА ПОТРЕБИТЕЛЯ**  
**(актуальный перечень**  
**нормативных документов)**



# ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

## КОНСТИТУЦИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

*(С изменениями, внесенными Законами  
от 27.02.2015 года № 17-ИНС,  
от 29.06.2015 года № 63-ИНС,  
от 11.09.2015 года № 92-ИНС,  
от 29.12.2017 года № 205-ИНС,  
от 30.11.2018 года № 01-ПНС)*

Верховный Совет Донецкой Народной Республики, утверждая права свободы человека, гражданский мир и согласие, исходя из общепризнанных принципов равноправия и самоопределения народов, являясь о стремлении обеспечить благополучие и процветание Республики, принимает Конституцию Донецкой Народной Республики.

### Глава 1. Основы конституционного строя

#### Статья 1

1. Донецкая Народная Республика является демократическим правовым социальным государством.

2. Территория Донецкой Народной Республики является единой и неделимой.



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
**ЗАКОН**

**О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Принят Народным Советом  
Донецкой Народной Республики  
05 июня 2015 года  
(Постановление №I-202П-НС)

Председатель  
Народного Совета  
Донецкой Народной  
Республики  
А.Е. Пургин

Настоящий Закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и производителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их производителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

**Глава 1. Общие положения**

**Статья 1. Определение терминов**

1. В настоящем Законе нижеприведенные термины употребляются в следующем значении:

1) безопасность продукции – отсутствие какого-либо риска для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных

Источник: URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-bezopasnosti-i-kachestve-pishhevyh-produktov/>



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

# ЗАКОН

### О БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВЕ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Принят Постановлением Народного Совета 8 апреля 2016 года

Настоящий Закон регулирует отношения в сфере обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья человека.

#### Глава 1. Общие положения

#### Статья 1. Основные понятия

В настоящем Законе используются следующие основные понятия:

1) безопасность пищевых продуктов – отсутствие токсического, канцерогенного, мутагенного, аллергенного или иного неблагоприятного воздействия на организм человека и потенциальной опасности для здоровья нынешнего и будущих поколений при употреблении продуктов в общепринятых количествах в течение установленного срока годности;

2) биологически активные добавки – природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов с целью обогащения рациона питания человека отдельными биологически активными веществами и (или) их комплексами;

3) ветеринарное свидетельство – разовый документ, выданный органом исполнительной власти в сфере государственного ветеринарного контроля и надзора, на пищевые продукты, подконтрольные государственной ветеринарной службе и перемещаемые за пределы административно-

Источник: URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-rynках-i-rynochnoj-deyatelnosti/>



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

# ЗАКОН

## О РЫНКАХ И РЫНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Принят Постановлением Народного Совета 8 апреля 2016 года**

*(С изменениями, внесенными Законом от 11.08.2017 № 194-ІНС)*

Настоящий Закон устанавливает основные принципы организации и регулирования деятельности по продаже товаров, выполнению работ, оказанию услуг, осуществляемой на рынках, расположенных на территории Донецкой Народной Республики.

### Глава 1. Общие положения

#### Статья 1. Сфера применения настоящего Закона

1. Настоящий Закон регулирует отношения, связанные с организацией деятельности рынков, в понятии, определенном настоящим Законом, и осуществлением деятельности по продаже товаров, выполнению работ, оказанию услуг, а также права и обязанности лиц, осуществляющих указанную деятельность на рынках, расположенных на территории Донецкой Народной Республики.

2. Настоящий Закон не распространяется на следующие виды деятельности:

1) деятельность по продаже энергетических ресурсов на рынках;

2) деятельность по продаже товаров, выполнению работ, оказанию услуг на ярмарках, организуемых органами государственной власти и (или) органами местного самоуправления, вне пределов рынков и имеющих временный характер;



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

# ЗАКОН

### ОБ ОСНОВАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Принят Постановлением Народного Совета 2 февраля 2018 года

*(С изменениями, внесенными Законом от 25.05.2018 № 229-ИНС)*

#### Глава 1. Общие положения

#### Статья 1. Цели и сфера применения настоящего Закона

1. Настоящий Закон определяет основы государственного регулирования торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в Донецкой Народной Республике, а также полномочия органов исполнительной власти Донецкой Народной Республики и органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения.

2. Настоящий Закон применяется к отношениям между органами государственной власти, органами местного самоуправления и юридическими лицами, физическими лицами-предпринимателями, осуществляющими торговую деятельность, предоставление услуг общественного питания, бытового обслуживания населения, а также к отношениям, непосредственно связанным с этими видами деятельности.

#### 3. Целями настоящего Закона являются:

1) обеспечение единства экономического пространства в Донецкой Народной Республике путем установления требований к организации и осуществлению торговой деятельности, общественного питания и бытового



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА СОВЕТ МИНИСТРОВ

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 31 мая 2016 г. № 7-22

#### О реализации отдельных положений Закона Донецкой Народной Республики «О защите прав потребителей»

В соответствии со статьями 7, 8 и 9 Закона Донецкой Народной Республики от 05 июня 2015 г. № 53-ІНС «О защите прав потребителей», руководствуясь статьями 77, 78 Конституции Донецкой Народной Республики, Совет Министров Донецкой Народной Республики

#### **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить гарантийные сроки на сезонные товары, которые исчисляются с начала соответствующего сезона (Приложение 1).
2. Утвердить Перечень товаров, из которых создаётся обменный фонд (Приложение 2).
3. Утвердить Перечень товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену (возврату) (Приложение 3).
4. Настоящее Постановление вступает в силу со дня официального опубликования.

Председатель  
Совета Министров



А.В. Захарченко



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА СОВЕТ МИНИСТРОВ

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 31 мая 2016 г. № 7-62

#### Об управляющей рынками организации

В целях обеспечения и организации деятельности Государственного предприятия «Рынки Донбасса», во исполнение Закона Донецкой Народной Республики от 08.04.2016 № 121-ІНС «О рынках и рыночной деятельности», Совет Министров Донецкой Народной Республики **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Считать Государственное предприятие «Рынки Донбасса» управляющей рынками организацией в сфере организации деятельности, функционирования и эксплуатации рынков, осуществления деятельности по продаже товаров, выполнению работ, оказанию услуг, регулирования отношений, связанных с правами и обязанностями лиц, осуществляющих указанную деятельность на рынках, расположенных на территории Донецкой Народной Республики.

2. Контроль и надзор за деятельностью управляющей рынками организацией возложить на Министерство доходов и сборов Донецкой Народной Республики.

3. Министерству доходов и сборов Донецкой Народной Республики привести устав Государственного предприятия «Рынки Донбасса» в соответствие с Законом Донецкой Народной Республики от 08.04.2016 № 121-ІНС «О рынках и рыночной деятельности».

4. До проведения инвентаризации и принятия на баланс имущества объектов, подпадающих под определение «рынок», установленное Законом



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА СОВЕТ МИНИСТРОВ

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 10-41 от 03.06.2015 г.

#### Об утверждении Порядка регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики

В целях реализации государственной политики в области продовольственной безопасности Донецкой Народной Республики и государственного регулирования ценообразования и во исполнение распоряжения Совета Министров Донецкой Народной Республики от 14.04.2015 года № 8 «О мероприятиях по обеспечению государственного регулирования ценообразования на социально значимые товары и товары первой необходимости», Совет Министров Донецкой Народной Республики постановляет:

1. Утвердить Порядок регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики (прилагается).
2. Контроль за исполнением настоящего Постановления возложить на Министерство доходов и сборов Донецкой Народной Республики.
3. Настоящее Постановление вступает в силу с момента опубликования.

Председатель  
Совета Министров



А.В. Захарченко



**ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
СОВЕТ МИНИСТРОВ  
ПРЕЗИДИУМ**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**от 07 декабря 2017 г. № 16-28**

**О внесении изменений во Временный порядок о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31 мая 2016 года № 7-2**

В целях совершенствования законодательства Донецкой Народной Республики в сфере закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства Президиум Совета Министров Донецкой Народной Республики

**ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Внести следующие изменения во Временный порядок о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31 мая 2016 года № 7-2 «Об утверждении Временного порядка о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике» в редакции, утвержденной Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 16 августа 2016 года № 10-1 «О внесении изменений в Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31.05.2016 № 7-2 «Об утверждении Временного Порядка о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства и собственные средства предприятий в Донецкой Народной Республике» (далее – Временный порядок):

1.1. По тексту Временного порядка слова «со дня» заменить словом «после»;

Источник: URL: <http://profsouz-dnr.ru/zakonodatelnaya-baza/pravila-torgovli-na-rynках/prikaz-235-2308-622-ot-21-12-2017g-ob-utverzhdenii-pravil-torgovli-na-rynках/>

МИНИСТЕРСТВО  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
И ТОРГОВЛИ  
ДОНЕЦКОЙ  
НАРОДНОЙ  
РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ  
ДОНЕЦКОЙ  
НАРОДНОЙ  
РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО  
АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ  
ПОЛИТИКИ И  
ПРОДОВОЛЬСТВИЯ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ  
РЕСПУБЛИКИ

ПРИКАЗ

21 декабря 2017 г.

Донецк

№ 235/2308/1622



Об утверждении Правил торговли на рынках

Во исполнение пункта 2 части 2 статьи 9 Закона Донецкой Народной Республики «О рынках и рыночной деятельности» (с изменениями и дополнениями), с целью определения единых правил торговли на рынках,

ПРИКАЗЫВАЕМ:

1. Утвердить Правила торговли на рынках (прилагаются).
2. Контроль исполнения настоящего Приказа возложить на и.о. Министра промышленности и торговли - А.И. Грановского, и.о. Министра агропромышленной политики и продовольствия - В.Н. Антонова, и.о. Министра здравоохранения - А.А. Оприщенко.
3. Настоящий Приказ вступает в силу с момента его официального опубликования.

И.о. Министра  
промышленности и  
торговли  
  
А.И. Грановский

И.о. Министра  
здравоохранения  
  
А.А. Оприщенко

И.о. Министра  
агропромышленной политики  
и продовольствия  
  
В.Н. Антонов

МИНИСТЕРСТВО  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
И ТОРГОВЛИ  
ДОНЕЦКОЙ  
НАРОДНОЙ  
РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ  
ДОНЕЦКОЙ  
НАРОДНОЙ  
РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО  
ОБРАЗОВАНИЯ И  
НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ  
НАРОДНОЙ  
РЕСПУБЛИКИ

ПРИКАЗ

16 марта 2018 г.

Донецк

№ 42 / 4131 / 2018



**О неотложных мерах по организации питания детей и ограничению торговли пищевыми продуктами в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, детских учреждениях оздоровления и отдыха Донецкой Народной Республики**

С целью принятия неотложных мер по организации питания детей и ограничению торговли пищевыми продуктами в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, детских учреждениях оздоровления и отдыха Донецкой Народной Республики, соблюдения общих требований к услугам общественного питания и торговли, адекватной компенсации физиологических потребностей детей при организации питания в условиях организаций, осуществляющих образовательную деятельность, детских учреждений оздоровления и отдыха Донецкой Народной Республики (далее - Организация) за счет пищевых продуктов натурального происхождения с высокой пищевой и биологической ценностью, сохранения здоровья детей, предупреждения возникновения заболеваний органов пищеварения, инфекционных заболеваний и пищевых отравлений, руководствуясь статьями 17, 18 Закона Донецкой Народной Республики «Об обеспечении санитарного и эпидемического благополучия населения», статьей 34 Закона Донецкой Народной Республики «Об образовании», статьями 4, 6 Закона Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой

Источник: URL: <http://mptdnr.ru/documents/128-prikaz-65-ot-14-05-2018-ob-utverzhenii-porjadka-vydachi-soglasovanii-subektam-hozjaistvovaniya-.html>



**ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ**

ПРИКАЗ

14 июля 2018 г.

Донецк

№ 65



Об утверждении Порядка

выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения

Во исполнение пункта 9 части 1 статьи 7 Закона Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения», с целью урегулирования правоотношений, возникающих между органами местного самоуправления и субъектами хозяйствования при организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения, руководствуясь подпунктом 22 пункта 2.1 Положения о Министерстве промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, утвержденного Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 12 февраля 2016 г. № 1-32,

**ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Утвердить Порядок выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения (прилагается).

Источник: URL: <http://mptdnr.ru/documents/132-prikaz-77-ot-24-05-2018-ob-utverzhenii-porjadka-vedeniya-i-registracii-knigi-otzyvov-i-predlozh.html>



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ

ПРИКАЗ

24 мая 2018 г.

Донецк

№ 77



Об утверждении Порядка  
ведения и регистрации  
Книги отзывов и предложений

В целях установления единого подхода к обеспечению делопроизводства в сфере розничной торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения, повышения культуры обслуживания населения на территории Донецкой Народной Республики, руководствуясь частью 3 статьи 31 Закона Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения», подпунктом 22 пункта 2.1 Положения о Министерстве промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, утвержденного Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 12 февраля 2016 г. №1-32,

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Порядок ведения и регистрации Книги отзывов и предложений (прилагается).
2. Контроль исполнения настоящего Приказа возложить на директора департамента торговли и технического регулирования Лунёва В.В.



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ

ПРИКАЗ

17 августа 2018 г.

Донецк

№ 130



Об утверждении Порядка  
осуществления выездной  
торговли

Во исполнение части 2 статьи 22 Закона Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения», с целью урегулирования отношений, складывающихся при осуществлении выездной торговли, руководствуясь пунктом 4.1 раздела II Положения о Министерстве промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, утвержденного Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 26.09.2016 г. № 11-29

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Порядок осуществления выездной торговли (прилагается).
2. Контроль исполнения настоящего Приказа возложить на директора департамента торговли и технического регулирования Лунёва В.В.

Источник: URL: <http://mptdnr.ru/documents/142-prikaz-131-ot-17-08-2018-ob-utverzhdanii-pravil-prodazhi-otdelnyh-vidov-prodovolstvennyh-tovarov.html>



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ

ПРИКАЗ

17 августа 2018 г.

Донецк

№ 131



Об утверждении  
Правил продажи отдельных видов  
продовольственных товаров,  
требующих особых условий  
хранения и реализации

С целью определения основных требований к осуществлению продажи отдельных видов продовольственных товаров, требующих особых условий хранения и реализации, руководствуясь пунктом 14 части 1 статьи 6 Закона Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения», пунктом 4.1 Положения о Министерстве промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, утверждённого Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 26 сентября 2016 г. № 11-29,

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Правила продажи отдельных видов продовольственных товаров, требующих особых условий хранения и реализации (прилагаются).

2. Контроль исполнения настоящего Приказа возложить на директора департамента торговли и технического регулирования Лунёва В.В.



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

# ЗАКОН

### **ОБ ИЗЪЯТИИ ИЗ ОБОРАЩЕНИЯ, ПЕРЕРАБОТКЕ, УТИЛИЗАЦИИ, УНИЧТОЖЕНИИ ИЛИ ДАЛЬНЕЙШЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕКАЧЕСТВЕННОЙ И ОПАСНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Принят Постановлением Народного Совета 18 августа 2016 года**

Настоящий Закон устанавливает правовые и организационные основы изъятия из обращения, переработки, утилизации, уничтожения или дальнейшего использования нестандартной продовольственной и непродовольственной продукции и сырья (далее – некачественная и опасная продукция) с целью недопущения негативного влияния такой продукции на жизнь, здоровье человека, имущество и окружающую среду.

#### **Статья 1. Некачественная и опасная продукция**

В настоящем Законе к некачественной и опасной продукции относится:

1) продукция, которая не соответствует требованиям действующих в Донецкой Народной Республике нормативных правовых актов и нормативных документов относительно соответствующих видов продукции и ее потребительских свойств, безопасности для жизни и здоровья человека, имущества и окружающей среды;

2) продукция, которой производителем (продавцом) с целью сбыта потребителям умышленно предан внешний вид и (или) отдельные свойства данного вида продукции, но которая не может быть идентифицирована как продукция, за которую она выдается;

3) продукция, во время маркировки которой нарушены установленные



**ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА**  
**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ**

**ПРИКАЗ**

05 декабря 2018 г.

Донецк

№ 215



О внесении изменений в Порядок выдачи  
согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой  
деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения

С целью эффективного взаимодействия между органами местного самоуправления и субъектами хозяйствования, осуществляющими торговую деятельность, предоставление услуг общественного питания и бытового обслуживания населения, упрощения процедуры предоставления документов субъектами хозяйствования для выдачи согласований на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения, на основании пункта 9 части 1 статьи 7 Закона Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения», руководствуясь пунктом 4.1 Положения о Министерстве промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, утвержденного Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 26 сентября 2016 г. № 11-29,

**ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Внести в Порядок выдачи согласований субъектам хозяйствования на право организации торговой деятельности, общественного питания и бытового обслуживания населения, утверждённый Приказом Министерства



## **ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА СОВЕТ МИНИСТРОВ**

### **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**от 26 апреля 2017 г. № 6-4**

**О внесении изменений в Порядок наложения и взыскания штрафов за нарушение законодательства о защите прав потребителей, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 25 июня 2016 г. № 8-15**

С целью урегулирования процедуры наложения и взыскания штрафов за нарушение законодательства о защите прав потребителей, руководствуясь статьями 77, 78 Конституции Донецкой Народной Республики, Совет Министров Донецкой Народной Республики

#### **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Внести следующие изменения Порядок наложения и взыскания штрафов за нарушение законодательства о защите прав потребителей, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 25 июня 2016 г. № 8-15 (далее – Порядок):

1.1. пункт 9 Порядка изложить в следующей редакции:

«9. Постановление о наложении штрафа за нарушение законодательства о защите прав потребителей может быть обжаловано субъектом хозяйственной деятельности в судебном порядке в соответствии с законодательством Донецкой Народной Республики.»;

1.2. пункт 10 Порядка изложить в следующей редакции:

«10. В случае обжалования постановления, штраф уплачивается в течение пятнадцати календарных дней, следующих за днём вступления в законную силу решения суда об отказе в удовлетворении исковых требований или их частичном удовлетворении.».



## ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

# ЗАКОН

### «ОБ ОБРАЩЕНИЯХ ГРАЖДАН»

Принят Народным Советом  
Донецкой Народной Республики  
20 февраля 2015 года  
(Постановление №I-65П-НС)

Председатель  
Народного Совета  
Донецкой  
Народной Республики  
А.Е. Пургин

## РАЗДЕЛ I

### ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

#### Статья 1. Сфера применения Закона

1. Настоящим Законом регулируются правоотношения, связанные с реализацией гражданином Донецкой Народной Республики (далее – гражданин) закрепленного за ним Конституцией Донецкой Народной Республики права на обращение в государственные органы, органы местного самоуправления, средства массовой информации, в учреждения и организации, на которые возложено осуществление публично значимых функций, и их должностным лицам, а также устанавливается порядок рассмотрения обращений граждан указанными органами и должностными лицами.

2. Установленный настоящим Законом порядок рассмотрения обращений граждан распространяется на правоотношения, связанные с рассмотрением обращений иностранных граждан и лиц без гражданства, за



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

## ЗАКОН

### О ГОСУДАРСТВЕННОМ НАДЗОРЕ В СФЕРЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Принят Народным Советом  
Донецкой Народной Республики  
21 августа 2015 года  
(Постановление №I-307П-НС)

Председатель  
Народного Совета  
Донецкой Народной  
Республики  
А.Е. Пургин

Настоящий Закон определяет правовые и организационные основы, принципы и порядок осуществления государственного надзора и контроля (далее – государственного надзора) в сфере хозяйственной деятельности, полномочия органов государственного надзора, их должностных лиц, а также права, обязанности и ответственность субъектов хозяйственной деятельности во время осуществления государственного надзора.

#### Статья 1. Определение терминов

1. В настоящем Законе применяются основные термины в следующем значении:

1) государственный надзор – деятельность уполномоченных законами республиканских органов исполнительной власти, их территориальных органов (далее – органы государственного надзора) и их должностных лиц в пределах полномочий, предусмотренных законами, по выявлению и предотвращению нарушений требований законодательства Донецкой Народной Республики субъектами хозяйственной деятельности и обеспечению интересов общества, в том числе по обеспечению надлежащего качества продукции (товаров), работ и услуг, допустимого уровня опасности для населения и окружающей среды;

## Приложение Г

Таблица – Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского поведения населения ДНР

Цель	Вопрос	Варианты ответов	
Проанализировать половозрастную и социальную структуру целевой аудитории	1. Ваш пол	Женский	
		Мужской	
	2. Ваш возраст	18-25 лет	
		26-35 лет	
		36-50 лет	
		Старше 50 лет	
	3. Ваш социальный статус	Пенсионер	
		Рабочий	
		Служащий	
		Предприниматель	
Студент			
Проанализировать структуру среднемесячного дохода потребителей	4. Размер Вашего среднемесячного дохода	до 5000 руб.	
		до 7500 руб.	
		до 10000 руб.	
		до 15000 руб.	
		до 20000 руб.	
		выше 20000 руб.	
Провести мониторинг микрофакторов влияния на потребителей при приобретении продовольствия	5. Укажите факторы, влияющие на Ваше решение о приобретении товара (по важности от 10 до 1)	Цена	
		срок годности	
		энергетическая ценность	
		биологическая ценность	
		Привычка	
		полнота маркировка	
		Упаковка	
		Дизайн	
		производитель/торговая марка	
		страна производитель	
	6. Каким принципом при приобретении продовольственных товаров Вы руководствуетесь?	«Главное – качество товара, цена меня не интересует»	
		«Дороже, значит качественнее»	
		«Средняя цена означает идеальное соотношение цены и качества»	
		«Необходимо приобретать самые дешевые продукты питания, потому что их производят территориально ближе, чем дорогие»	
		«Надо купить подешевле, поскольку финансовое положение ограниченное»	
		7. Где Вы приобретаете продукты питания?	«Гулять, так гулять! (но только по праздникам)»
			«Покупаю, что хочу (зависит от настроения, сезонности или жизненных обстоятельств)»

Продолжение таблицы - Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского поведения населения ДНР

Цель	Вопрос	Варианты ответов
		только в супермаркетах
		на рынках
		в магазинах шаговой доступности
		за разными продуктами питания иду/еду в разные торговые точки
		покупаю продовольствие на оптовых базах
	8. В каких объемах Вы предпочитаете приобретать продовольственную продукцию?	в розницу
		в оптовой сети
		в разных количествах
	9. Обращаете ли Вы внимание на условия реализации продовольственными товарами?	Конечно
		не всегда
не обращаю внимание		
Провести мониторинг макрофакторов влияния на потребителей при приобретении продовольствия	10. Какой из предложенных ответов имеет решающее влияние на формирование мнения о продукте питания	известный бренд – качество и опыт, новинки вызывают недоверие
		новинки всегда качественнее, поскольку завоевывают рынок
		отечественные производители – недобросовестные
		отечественные производители – добросовестные и тяжело работают при современной нестабильной социально-экономической обстановке
		импортные товары очень дорогие, нет смысла их приобретать
		импортные товары более качественные
		производитель не имеет значения, смотрю из чего сделан продукт питания
		11. Хотели ли Вы возврата продукции украинских производителей на продовольственный рынок региона?
	Нет	
	безразлично	
	12. Стоит ли государству поддерживать отечественных производителей?	Да
		Нет
		мне безразлично, я не задумывался (лась)
13. Какими способами необходимо поддерживать отечественных производителей продовольствия?	финансовые дотации для стимулирования объемов производства	
	нетарифное регулирование цен	
	тарифное регулирование цен	
	развитие сырьевой базы	

Окончание таблицы - структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского поведения населения ДНР

Цель	Вопрос	Варианты ответов
		налаживание международных отношений для экономического сотрудничества
Оценить дефицитарную степень продовольствия в ДНР	14. Оцените степень своей удовлетворенности широтой ассортимента продовольственных товаров	доволен (льна)
		не доволен (льна)
		что продают, то и приобретаем (мне безразлично)
	15. Всегда в оптово-розничной сети находятся в продаже интересующие Вас товары?	Да
		Нет
	16. Укажите группу товаров, которую Вы бы хотели приобретать при большей представленности в торговой сети	свежее мясо
		свежая рыба
		молоко и молочные продукты
		кисломолочные продукты
		колбасы и другие мясные продукты
		рыбные продукты
		хлеб и хлебобулочные продукты
		кондитерские товары
крупы и мука		
жировые товары		
Отношение потребителей к деятельности Народного контроля	17. Интересуетесь ли вы деятельностью Народного контроля?	да, смотрю телепередачи
		да, читаю их отчеты в глобальной сети
		нет, впервые слышу
		являюсь участников Народного контроля
	18. Укажите степень необходимости деятельности Народного контроля	прекрасно, что Народный контроль осуществляет свою деятельность (она эффективна)
		пусть работают, я равнодушен (на)
		не понимаю смысла их деятельности
	19. Хотели бы Вы стать Народным контролером?	да, на современном продовольственном рынке необходимо навести порядок, и я в этом хочу участвовать
		нет, предпочитаю оставаться в стороне
		нет, на современном продовольственном рынке все в порядке

# АНКЕТА

*Здравствуйте!*

*Обращаемся за помощью в проведении социологического опроса по изучению потребительского поведения населения Донецкой Народной Республики. Вашему вниманию предоставляем ряд вопросов, при ответе на которые Вы можете выбрать один или несколько вариантов ответов.*

*Отмечайте выбранные Вами варианты следующими знаками + или √*

1. Ваш пол

- Женский
- Мужской

2. Ваш возраст

- 18-25 лет
- 26-35 лет
- 36-50 лет
- Старше 50 лет

3. Ваш социальный статус

- Пенсионер
- Рабочий
- Служащий
- Предприниматель
- Студент

4. Размер Вашего среднемесячного дохода

- до 5000 руб.
- до 7500 руб.
- до 10000 руб.
- до 15000 руб.
- до 20000 руб.
- выше 20000 руб.

5. Укажите факторы, влияющие на Ваше решение о приобретении товара (по важности от 10 до 1)

- цена
- срок годности
- энергетическая ценность
- биологическая ценность
- привычка
- полнота маркировка
- упаковка
- дизайн
- производитель/торговая марка
- страна производитель

6. Каким принципом при приобретении продовольственных товаров Вы руководствуетесь?

- «Главное – качество товара, цена меня не интересует»
- «Дороже, значит качественнее»

- «Средняя цена означает идеальное соотношение цены и качества»
- «Необходимо приобретать самые дешевые продукты питания, потому что их производят территориально ближе, чем дорогие»
- «Надо купить подешевле, поскольку финансовое положение ограниченное»
- «Гулять, так гулять! (но только по праздникам)»
- «Покупаю, что хочу (зависит от настроения, сезонности или жизненных обстоятельств)»

7. Где Вы приобретаете продукты питания?

- только в супермаркетах
- на рынках
- в магазинах шаговой доступности
- за разными продуктами питания иду/еду в разные торговые точки
- покупаю продовольствие на оптовых базах

8. В каких объемах Вы предпочитаете приобретать продовольственную продукцию?

- в розницу
- в оптовой сети
- в разных количествах

9. Обращаете ли Вы внимание на условия реализации продовольственными товарами?

- конечно
- не всегда
- не обращаю внимание

10. Какой из предложенных ответов имеет решающее влияние на формирование мнения о продукте питания

- известный бренд – качество и опыт, новинки вызывают недоверие
- новинки всегда качественнее, поскольку завоевывают рынок
- отечественные производители – недобросовестные
- отечественные производители – добросовестные и тяжело работают при современной нестабильной социально-экономической обстановке

## Продолжение приложения Д

- импортные товары очень дорогие, нет смысла их приобретать
  - импортные товары более качественные
  - производитель не имеет значения, смотрю из чего сделан продукт питания
11. Хотели ли Вы возврата продукции украинских производителей на продовольственный рынок Республики?
- да
  - нет
  - безразлично
12. Стоит ли государству поддерживать отечественных производителей?
- да
  - нет
  - мне безразлично, я не задумывался (лась)
13. Какими способами необходимо поддерживать отечественных производителей продовольствия?
- финансовые дотации для стимулирования объемов производства
  - нетарифное регулирование цен
  - тарифное регулирование цен
  - развитие сырьевой базы
  - налаживание международных отношений для экономического сотрудничества
14. Оцените степень своей удовлетворенности широтой ассортимента продовольственных товаров
- доволен (льна)
  - не доволен (льна)
  - что продают, то и приобретаем (мне безразлично)
15. Всегда в оптово-розничной сети находятся в продаже интересующие Вас товары?
- да
  - нет
16. Укажите группу товаров, которую Вы бы хотели приобретать при большей представленности в торговой сети
- свежее мясо
  - свежая рыба
  - молоко и молочные продукты
  - кисломолочные продукты
  - колбасы и другие мясные продукты
  - рыбные продукты
  - хлеб и хлебобулочные продукты
  - кондитерские товары
  - крупы и мука
  - жировые товары
17. Интересуетесь ли вы деятельностью Народного контроля?
- да, смотрю телепередачи
  - да, читаю их отчеты в глобальной сети
  - нет, впервые слышу
  - являюсь участников Народного контроля
18. Укажите степень необходимости деятельности Народного контроля
- прекрасно, что Народный контроль осуществляет свою деятельность (она эффективна)
  - пусть работают, я равнодушен (на)
  - не понимаю смысла их деятельности
19. Хотели бы Вы стать Народным контролером?
- да, на современном продовольственном рынке необходимо навести порядок,
  - и я в этом хочу участвовать
  - нет, предпочитаю оставаться в стороне
  - нет, на современном продовольственном рынке все в порядке

# Благодарим за участие!

## Приложение Е

Таблица – Результаты распределения ответов респондентов на опрос по изучению потребительского поведения населения Донецкой Народной Республики

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
1. Ваш пол		
	Женский	330
	Мужской	260
	Всего	590
2. Ваш возраст		
	18-25 лет	270
	26-35 лет	250
	36-50 лет	40
	Старше 50 лет	30
	Всего	590
3. Ваш социальный статус		
	Пенсионер	30
	Рабочий	310
	Служащий	50
	Предприниматель	0
	Студент	200
	Всего	590
4. Размер Вашего среднемесячного дохода		
	до 5000 руб.	270
	до 7500 руб.	240
	до 10000 руб.	30
	до 15000 руб.	50
	до 20000 руб.	0
	выше 20000 руб.	0
	Всего	590
5. Укажите факторы, влияющие на Ваше решение о приобретении товара	(по важности от 10 до 1 баллов)	
	Цена	6,42 баллов
	срок годности	8,14 баллов
	энергетическая ценность	6,17 баллов
	биологическая ценность	6,40 баллов
	Привычка	3,88 баллов
	полнота маркировка	4,84 баллов
	Упаковка	5,69 баллов
	Дизайн	3,79 баллов
	производитель/торговая марка	6,86 баллов
	страна производитель	4,94 баллов
6. Каким принципом при приобретении продовольственных товаров Вы руководствуетесь?		
	«Главное – качество товара, цена меня не интересует»	90

## Продолжение приложения Е

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
	«Дороже, значит качественнее»	120
	«Средняя цена означает идеальное соотношение цены и качества»	210
	«Необходимо приобретать самые дешевые продукты питания, потому что их производят территориально ближе, чем дорогие»	0
	«Надо купить подешевле, поскольку финансовое положение ограниченное»	160
	«Гулять, так гулять! (но только по праздникам)»	0
	«Покупаю, что хочу (зависит от настроения, сезонности или жизненных обстоятельств)»	10
	Всего	590
7. Где Вы приобретаете продукты питания?		
	только в супермаркетах	110
	на рынках	170
	в магазинах шаговой доступности	40
	за разными продуктами питания иду/еду в разные торговые точки	250
	покупаю продовольствие на оптовых базах	20
	Всего	590
8. В каких объемах Вы предпочитаете приобретать продовольственную продукцию?		
	в розницу	500
	в оптовой сети	30
	в разных количествах	60
	Всего	590
9. Обращаете ли Вы внимание на условия реализации продовольств-ми товарами?		
	Конечно	420
	не всегда	20
	не обращаю внимание	150
	Всего	590
10. Какой из предложенных ответов имеет решающее влияние на формирование мнения о продукте питания		
	известный бренд – качество и опыт, новинки вызывают недоверие	260
	новинки всегда качественнее, поскольку завоевывают рынок	40
	отечественные производители недобросовестные	0

## Продолжение приложения Е

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
	отечественные производители – добросовестные и тяжело работают при современной нестабильной социально-экономической обстановке	150
	импортные товары очень дорогие, нет смысла их приобретать	0
	импортные товары более качественные	0
	производитель не имеет значения, смотрю из чего сделан продукт питания	140
	Всего	590
11. Хотели ли Вы возврата продукции украинских производителей на продовольственный рынок Республики?		
	Да	250
	Нет	20
	Безразлично	320
	Всего	590
12. Стоит ли государству поддерживать отечественных производителей?		
	Да	590
	Нет	0
	мне безразлично, я не задумывался (лась)	0
	Всего	590
13. Какими способами необходимо поддерживать отечественных производителей продовольствия?		
	финансовые дотации для стимулирования объемов производства	160
	нетарифное регулирование цен	120
	тарифное регулирование цен	0
	развитие сырьевой базы	250
	налаживание международных отношений для экономического сотрудничества	60
	Всего	590
14. Оцените степень своей удовлетворенности широтой ассортимента продовольственных товаров		
	доволен (льна)	320
	не доволен (льна)	270
	что продают, то и приобретаем (мне безразлично)	0
	Всего	590
15. Всегда в оптово-розничной сети находятся в продаже интересующие Вас товары?		

## Окончание приложения Е

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
	Да	340
	Нет	250
	Всего	590
16. Укажите группу товаров, которую Вы бы хотели приобретать при большей представленности в торговой сети		
	свежее мясо	120
	свежая рыба	30
	молоко и молочные продукты	130
	кисломолочные продукты	80
	колбасы и другие мясные продукты	20
	рыбные продукты	0
	хлеб и хлебобулочные продукты	100
	кондитерские товары	110
	крупы и мука	0
	жировые товары	0
	Всего	590
17. Интересуетесь ли вы деятельностью Народного контроля?		
	да, смотрю телепередачи	230
	да, читаю их отчеты в глобальной сети	170
	нет, впервые слышу	190
	являюсь участников Народного контроля	0
	Всего	590
18. Укажите степень необходимости деятельности Народного контроля		
	прекрасно, что Народный контроль осуществляет свою деятельность (она эффективна)	320
	пусть работают, я равнодушен (на)	260
	не понимаю смысла их деятельности	10
	Всего	590
19. Хотели бы Вы стать Народным контролером?		
	да, на современном продовольственном рынке необходимо навести порядок, и я в этом хочу участвовать	80
	нет, предпочитаю оставаться в стороне	260
	нет, на современном продовольственном рынке все в порядке	250
	Всего	590

## Приложение Ж

Таблица – Структурно-логическое обоснование анкеты по изучению потребительского опыта населения ДНР

Цель	Вопрос	Варианты ответов
Проанализировать половозрастную и социальную структуру целевой аудитории	1. Ваш пол	Женский
		Мужской
	2. Ваш возраст	18-25 лет
		26-35 лет
		36-50 лет
		Старше 50 лет
	3. Ваш социальный статус	Пенсионер
		Рабочий
		Служащий
		Предприниматель
Узнать среднемесячный доход	4. Размер Вашего среднемесячного дохода	Студент
		до 5000 руб.
		до 7500 руб.
		до 10000 руб.
		до 15000 руб.
		до 20000 руб.
Выяснить отношение потребителей к продуктам с нарушенными сроками годности	5. Употребляете ли Вы в пищу продукты с истекшим сроком годности?	выше 20000 руб.
		Да
		категорически нет
	6. Приобретаете ли Вы акционные продукты?	зависит от продукта питания
		Да
		ни в коем случае, это обман
	7. Осознаете ли Вы причину перевода этих продуктов в раздел акционных?	зависит от потребностей в день покупки
		Да
		Нет
		не задумывался
	8. Задумывались ли Вы в чем разница между сроком годности и сроком реализации пищевых продуктов?	не понимаю, о чем речь
		не задумывались
		задумывались, но не понимаю отличий
		задумывались, понимаю отличия
	9. По Вашему мнению, соблюдаются ли в розничной сети сроки реализации продуктов, в т.ч. с коротким сроком хранения?	Да
		Нет
не задумывался		
Провести мониторинг целей приобретения продовольствия населением	10. С какой целью Вы приобретаете продукты питания?	для питания
		для поднятия настроения
		для поддержания здоровья
		другое

## Продолжение приложения Ж

Цель	Вопрос	Варианты ответов
	11. Доверяете ли Вы советам других покупателей при покупке определенного продукта питания?	Да
		Нет
		не всегда
	12. Советуете ли Вы сами определенные продукты питания своему окружению?	Да
		Нет
		не всегда
Проанализировать структуру нарушений прав потребителей на продовольственном рынке	13. Подвергались ли Вы обману при приобретении продуктов питания?	Да
		Нет
		не задумывался
	14. Если да, то выберите случаи, в которых Вас обманули	обвес
		продажа просроченного продукта питания
		продажа некачественного продукта питания
		отказ в обмене продукта питания
		ассортиментная фальсификация
		нарушение целостности упаковки
		неправильная маркировка продукта питания
свой вариант		
Выяснить бдительность потребителей при приобретении продуктов питания	15. Оцениваете ли Вы зрительно долю боя или крошек в расфасованных продуктах?	Да
		Нет
	16. Обращаете ли Вы внимание на вес расфасованных продуктов?	Да
		Нет
		для меня главное итоговая сумма покупки, а не вес приобретаемого продукта
Проанализировать отношение потребителей к проблемным сегментам рынка продовольствия	17. Употребляете ли Вы в пищу фаст-фуд? почему?	употребляю, это вкусно и полезно
		употребляю, это вкусно, но вредно
		не употребляю, это вкусно, но вредно
		не употребляю, это просто не вкусно
	18. Как часто Вы приобретаете готовые блюда в отделах кулинарии?	каждый день
		раз в три дня
		один раз в неделю
		крайне редко
		по настроению
		не приобретаю вообще

## Продолжение приложения Ж

Цель	Вопрос	Варианты ответов
Провести мониторинг степени освещенности потребителей нормативно-правовыми документами по регулированию торговли продовольственными товарами	19. Принят ли в ДНР Закон о защите прав потребителей?	Да
		Нет
		не интересовались
	20. Знакомы ли Вы с содержанием Закона о защите прав потребителей?	да, я читал (а) его
		нет, не было времени
		нет, мне это не интересно
	21. С какими нормативно-правовыми документами, регулирующими продовольственный рынок, Вы знакомы?	Закон «О безопасности и качестве пищевых продуктов»
		Закон «О защите прав потребителей»
		Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения»
		Правила торговли на рынках ДНР
		Закон «О рынках и рыночной деятельности»
		Порядок регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики
Оценить удовлетворенность потребителей предоставляемыми услугами в розничной торговой сети на продовольственном рынке ДНР	22. Оцените степень своей удовлетворенности качеством торговли продовольственными товарами (по 5-балльной шкале)	1
		2
		3
		4
		5
	23. Оцените степень своей удовлетворенности соблюдением Закона «О защите прав потребителей» (по 5-балльной шкале)	1
		2
		3
		4
		5

## Приложение И

**АНКЕТА***Здравствуйте!*

*Обращаемся за помощью в проведении социологического опроса по изучению потребительского опыта населения Донецкой Народной Республики. Вашему вниманию предоставляем ряд вопросов, при ответе на которые Вы можете выбрать один или несколько вариантов ответов.*

*Отмечайте выбранные Вами варианты следующими знаками + или √*

1. Ваш пол

- Женский
- Мужской

2. Ваш возраст

- 18-25 лет
- 26-35 лет
- 36-50 лет
- Старше 50 лет

3. Ваш социальный статус

- Пенсионер
- Рабочий
- Служащий
- Предприниматель
- Студент

4. Размер Вашего среднемесячного дохода

- до 5000 руб.
- до 7500 руб.
- до 10000 руб.
- до 15000 руб.
- до 20000 руб.
- выше 20000 руб.

5. Употребляете ли Вы в пищу продукты с истекшим сроком годности?

- да
- категорически нет
- зависит от продукта питания

6. Приобретаете ли Вы акционные продукты?

- да
- ни в коем случае, это обман
- зависит от потребностей в день покупки

7. Осознаете ли Вы причину перевода этих продуктов в раздел акционных?

- да
- нет
- не задумывался

8. Задумывались ли Вы в чем разница между сроком годности и сроком реализации пищевых продуктов?

- не понимаю, о чем речь
- не задумывались
- задумывались, но не понимаю отличий
- задумывались, понимаю отличия

9. По Вашему мнению, соблюдаются ли в розничной сети сроки реализации продуктов, в т.ч. с коротким сроком хранения?

- да
- нет
- не задумывался

10. С какой целью Вы приобретаете продукты питания?

- для питания
- для поднятия настроения
- для поддержания здоровья
- другое

11. Доверяете ли Вы советам других покупателей при покупке определенного продукта питания?

- да
- нет
- не всегда

12. Советуете ли Вы сами определенные продукты питания своему окружению?

- да
- нет
- не всегда

13. Подвергались ли Вы обману при приобретении продуктов питания?

- да
- нет
- не задумывался

## Продолжение приложения И

14. Если да, то выберите случаи, в которых Вас обманули

- обвес
- продажа просроченного продукта питания
- продажа некачественного продукта питания
- отказ в обмене продукта питания
- ассортиментная фальсификация
- нарушение целостности упаковки
- неправильная маркировка продукта питания
- свой вариант

15. Оцениваете ли Вы зрительно долю боя или крошек в расфасованных продуктах?

- да
- нет

16. Обращаете ли Вы внимание на вес расфасованных продуктов?

- да
- нет
- для меня главное итоговая сумма покупки, а не вес приобретаемого продукта

17. Употребляете ли Вы в пищу фаст-фуд? почему?

- употребляю, это вкусно и полезно
- употребляю, это вкусно, но вредно
- не употребляю, это вкусно, но вредно
- не употребляю, это просто не вкусно

18. Как часто Вы приобретаете готовые блюда в отделах кулинарии?

- каждый день
- раз в три дня
- один раз в неделю
- крайне редко
- по настроению
- не приобретаю вообще

19. Принят ли в ДНР Закон о защите прав потребителей?

- да
- нет
- не интересовались

20. Знакомы ли Вы с содержанием Закона о защите прав потребителей?

- да, я читал (а) его
- нет, не было времени
- нет, мне это не интересно

21. С какими нормативно-правовыми документами, регулирующими продовольственный рынок, Вы знакомы?

- Закон «О безопасности и качестве пищевых продуктов»
- Закон «О защите прав потребителей»
- Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения»
- Правила торговли на рынках ДНР
- Закон «О рынках и рыночной деятельности»
- Порядок регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики

22. Оцените степень своей удовлетворенности качеством торговли продовольственными товарами (по 5-балльной шкале)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

23. Оцените степень своей удовлетворенности соблюдением Закона «О защите прав потребителей» (по 5-балльной шкале)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Благодарим за участие!**

## Приложение К

Таблица – Результаты распределения ответов респондентов на опрос по изучению потребительского опыта населения Донецкой Народной Республики

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
1. Ваш пол	Женский	330
	Мужской	260
	Всего	590
2. Ваш возраст	18-25 лет	270
	26-35 лет	250
	36-50 лет	40
	Старше 50 лет	30
	Всего	590
3. Ваш социальный статус	Пенсионер	30
	Рабочий	310
	Служащий	50
	Предприниматель	0
	Студент	200
	Всего	590
4. Размер Вашего среднемесячного дохода	до 5000 руб.	270
	до 7500 руб.	240
	до 10000 руб.	30
	до 15000 руб.	50
	до 20000 руб.	0
	выше 20000 руб.	0
	Всего	590
5. Употребляете ли Вы в пищу продукты с истекшим сроком годности?	Да	0
	категорически нет	550
	зависит от продукта питания	40
	Всего	590
6. Приобретаете ли Вы акционные продукты?	Да	200
	ни в коем случае, это обман	270
	зависит от потребностей в день покупки	120
	Всего	590
7. Осознаете ли Вы причину перевода этих продуктов в раздел акционных?	Да	550
	Нет	0
	не задумывался	40
	Всего	590

### Продолжение приложения К

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
8. Задумывались ли Вы в чем разница между сроком годности и сроком реализации пищевых продуктов?		
	не понимаю, о чем речь	0
	не задумывались	220
	задумывались, но не понимаю отличий	20
	задумывались, понимаю отличия	350
	Всего	590
9. По Вашему мнению, соблюдаются ли в розничной сети сроки реализации продуктов, в т.ч. с коротким сроком хранения?		
	Да	230
	Нет	360
	не задумывался	0
	Всего	590
10. С какой целью Вы приобретаете продукты питания?		
	для питания	340
	для поднятия настроения	100
	для поддержания здоровья	120
	Другое	30
	Всего	590
11. Доверяете ли Вы советам других покупателей при покупке определенного продукта питания?		
	Да	10
	Нет	260
	не всегда	320
	Всего	590
12. Советуете ли Вы сами определенные продукты питания своему окружению?		
	Да	260
	Нет	300
	не всегда	30
	Всего	590
13. Подвергались ли Вы обману при приобретении продуктов питания?		
	Да	390
	Нет	180
	не задумывался	20
	Всего	590
14. Если да, то выберите случаи, в которых Вас обманули		
	Обвес	150
	продажа просроченного продукта питания	180
	продажа некачественного продукта питания	230
	отказ в обмене продукта питания	60
	ассортиментная фальсификация	60

### Продолжение приложения К

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
	нарушение целостности упаковки	70
	неправильная маркировка продукта питания	30
	свой вариант	0
	Всего	780
15. Оцениваете ли Вы зрительно долю боя или крошек в расфасованных продуктах?		
	Да	290
	Нет	300
	Всего	590
16. Обращаете ли Вы внимание на вес расфасованных продуктов?		
	Да	220
	Нет	210
	для меня главное итоговая сумма покупки, а не вес приобретаемого продукта	160
	Всего	590
17. Употребляете ли Вы в пищу фаст-фуд? Почему?		
	употребляю, это вкусно и полезно	0
	употребляю, это вкусно, но вредно	290
	не употребляю, это вкусно, но вредно	250
	не употребляю, это просто не вкусно	50
	Всего	590
18. Как часто Вы приобретаете готовые блюда в отделах кулинарии?		
	каждый день	0
	раз в три дня	10
	один раз в неделю	0
	крайне редко	380
	по настроению	90
	не приобретаю вообще	110
	Всего	590
19. Принят ли в ДНР Закон о защите прав потребителей?		
	Да	440
	Нет	130
	не интересовались	20
	Всего	590
20. Знакомы ли Вы с содержанием Закона о защите прав потребителей?		
	да, я читал (а) его	160
	нет, не было времени	390
	нет, мне это не интересно	40
	Всего	590
21. С какими нормативно-правовыми документами, регулирующими продовольственный рынок, Вы знакомы?		

### Продолжение приложения К

Вопрос	Варианты ответов	Кол-во ответов
	Закон «О безопасности и качестве пищевых продуктов»	160
	Закон «О защите прав потребителей»	200
	Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения»	130
	Правила торговли на рынках ДНР	100
	Закон «О рынках и рыночной деятельности»	0
	Порядок регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики	20
	ни с одним из перечисленных не знаком (а)	60
	Всего	670
22. Оцените степень своей удовлетворенности качеством торговли продовольственными товарами (по 5-балльной шкале)		
	1	0
	2	120
	3	300
	4	170
	5	0
	Всего	590
23. Оцените степень своей удовлетворенности соблюдением Закона «О защите прав потребителей» (по 5-балльной шкале)		
	1	0
	2	130
	3	290
	4	110
	5	40
	не знаком(а) с его содержанием	20
	Всего	590

## Приложение Л

Таблица – Результаты распределения ответов респондентов на опрос об их мнении о решении проблемных ситуаций, которые возникают в розничной сети Республики вследствие ненадлежащего отношения к потребителям

	Задачи и варианты ответа	КОЛ-ВО ОТВЕТОВ
	1. Вы приобрели коробку шоколадных конфет. Когда пришли домой, решили прочитать состав приобретенного десерта. Среди ингредиентов шоколадной глазури производителем указаны следы сои, на которую у Вас диагностирована аллергия. Имеет ли право торговая точка, где Вы приобрели товар, отказать в обмене на аналогичный товар, или возврате потраченных средств? Чек у Вас в наличии, целостность коробки конфет не нарушена, товарный вид сохранен.	
	<i>Магазин имеет право отказать в обмене на аналогичный товар и в возврате средств, потраченных на его приобретение, поскольку любые продовольственные товары внесены в Перечень товаров надлежащего качества, запрещенных к возврату. Дефектность продукции не доказана.</i>	100
	<i>Магазин имеет право отказать в обмене на аналогичный товар и в возврате средств, потраченных на его приобретение, поскольку у потребителей есть возможность ознакомиться и тщательно изучить маркировку приобретаемой продукции. Пищевая аллергия на упомянутый ингредиент диагностирована у потребителя ранее, поэтому он должен скрупулезно изучить маркировку приобретаемой продукции на предмет отсутствия данного ингредиента в употребляемых продуктах прежде, чем приобрести товар.</i>	270
	<i>Магазин не имеет право отказать в обмене на аналогичный товар и в возврате средств, потраченных на его приобретение. При наличии чека, целостной упаковке товара и сохраненного товарного вида потребитель имеет право на обмен или возврат средств за приобретение товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества.</i>	220
	2. В торговой точке (вид торговой деятельности – «через прилавок») Вы выбираете плавленный сыр. Обратившись за разъяснениями к продавцу по поводу качества, возможных дефектов и уточнения места нахождения производителя приобретаемого товара. Продавец ответил, чтобы Вы не задерживали очередь, и предоставила несколько плавленных сыров различных производителей для самостоятельного ознакомления. К тому же акцентировала внимание на незнании запрашиваемой Вами информации, и ответила, что она должна только продавать товар, а не давать консультации. Прокомментируйте правомерность ее действий.	
	<i>Продавец не обязана предоставлять подобную информацию. Все необходимое для потребителя указано в маркировке. Продавцу действительно некогда общаться на подобные темы с потребителями. Особенно, когда присутствует очередь.</i>	90
	<i>Продавец обязан передать потребителю продукцию надлежащего качества, а также предоставить информацию об этой продукции.</i>	500

## Продолжение приложения Л

	Задачи и варианты ответа	КОЛ-ВО ОТВЕТОВ
	3. В августе 2018 года Вы приобрели 4 банки оливок массой по 400 грамм каждая. Расчет с продавцом производился через электронный конвертируемый платеж в долларах США (по курсу 64 рубля эквивалент 1 доллара США). При получении товара Вы обнаружили, что целостность банок нарушена механическим бомбажем, заливка вытекла, транспортная тара загрязнена. Вы обратились к продавцу с требованиями вернуть деньги за некачественный товар. Продавец согласился на Ваши требования. Однако вернул сумму платежа в российском рубле по курсу, зафиксированному на момент заказа и предоплаты консервированных оливок. Текущий курс доллара на момент возврата средств 72 рубля эквивалент 1 доллара США. Правомерны ли действия продавца?	
	<i>Продавец имеет право поступить подобным образом, поскольку сумму, полученную за товар в момент заказа, он вернул.</i>	310
	<i>Продавец не имел право поступать подобным образом. При расторжении договора расчеты с потребителем в случае повышения цены на товар осуществляются, исходя из его стоимости на время предъявления соответствующего требования, а в случае снижения цены – исходя из стоимости товара на время покупки. Т.е. продавец должен был или вернуть сумму в долларах США, или в российском рубле по текущему курсу.</i>	280
	4. Вы осуществили покупку копченой рыбы в вакуумной упаковке в супермаркете. Уточнили срок годности, который был корректный. После вскрытия упаковки, Вы обнаружили дефекты запаха и консистенции. Приняв решения о возврате покупки, Вы не можете найти чек. Имеете ли вы право обменять данный товар или вернуть сумму покупки?	
	<i>Не имею права, поскольку отсутствует чек.</i>	370
	<i>Имею право. В случае утраты потребителем документа о покупке товара, его восстановление осуществляется в порядке, определенном законодательством Республики. А получив дубликат чека о покупке, имею право обменять товар ненадлежащего качества.</i>	220
	5. Вы осуществили покупку консервированной кукурузы в жестяной банке в супермаркете. Уточнили срок годности, который был корректный. Вскрыли банку только на 13 день после покупки с целью приготовления салата для семейного праздничного вечера. После вскрытия банки, Вы обнаружили дефект микробиологического характера. Имеете ли вы право обменять данный товар или вернуть сумму покупки?	
	<i>Имею право на обмен товара ненадлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня покупки.</i>	350
	<i>Не имею права, поскольку прошло 14 дней.</i>	240