

ISSN 1561-6908

# **Економіка: проблеми теорії та практики**

Збірник наукових праць

**Випуск 201**

Том IV

предприятия функций по обеспечению реализации контрактов на стадии производства – выборочных контроль производства в цехах, налаживание отношений с таможенной, подготовка товаросопроводительных документов, заказ транспорта и отгрузки продукции иностранным заказчикам. Затем отделу передают работу по организации технического обслуживания экспортных поставок и организацию приема-выезда специалистов.

Такие направления деятельности, как бухгалтерский учет, валютно-финансовые операции, и другие реализуются главным образом соответствующими службами предприятия. На стадии традиционного экспорта данному подразделению должны быть переданы функции контроля выполнения контрактов. Исследования внешних рынков, планирование стратегии и тактики, разработка ценовой политики, рекламная работа. По мере накопления опыта, интенсификации внешнеэкономической деятельности, которая требует все более оперативного режима работы, экспортный подраздел объективно заинтересован в самостоятельной реализации все большего количества направлений функционирования. Главные усилия должны быть направлены на сбор, анализ и систематизацию информации, овладение методов рыночных исследований, создание маркетинговой системы.

**IV. Выводы.** Таким образом, предложения по формированию стратегии и организации экспортной деятельности, на наш взгляд, помогут руководству эфиромасличных предприятий принять необходимые управленческие решения и будет способствовать выходу предприятий эфиромасличной отрасли на рынки как ближнего, так и дальнего зарубежья, и получать валютный доход от реализации своей конкурентоспособной продукции.

Литература:

1. Маштабей В.Я. Экспортный маркетинг. – К.: Хвиля Пресс, 1995. – 224 с.
2. Моисеева Н.К. Международный маркетинг. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 320 с.
3. Мандражи З.Р. Стратегия выхода эфиромасличной отрасли из кризисного состояния // Экономика и управление. 2004. – №2-3 (45,46). – С. 83-87.

Трайно В.М.

*Полтавського університету споживчої кооперації України*  
**КОНС'ЮМЕРИЗМ ТА ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ**

*Стаття присвячена висвітленню історії і ролі конс'юмеризму в світі, розвитку конс'юмеризму на Україні; діяльності органів, які займаються питаннями захисту прав споживачів, ефективності їх роботи та розвитку відносин між ними та споживачами.*

**Ключові слова:** споживач, поведінка споживачів, конс'юмеризм.

**I. Вступ.** Більша частина потреб забезпечується за допомогою придбання товарів, тобто торгівлі. Проте в умовах нестабільної ринкової економіки, інфляції, зниження рівня життя важливо, щоб споживач відчував захист своїх прав. Споживач повинен бути впевнений, що він одержує достовірну інформацію про товар і його виробника, що це якісний товар, безпечний для його життя і здоров'я, що він має право відстоювати свої інтереси, у тому числі й у судових органах.

Щодня, купуючи продукти, одяг, предмети вжитку, прикраси тощо, покупці не звертають увагу на правову сторону відносин "купівлі-продажу". Необхідність оцінки своїх дій як споживача і дій продавця (виробника) із погляду закону виникає, на жаль, лише після порушення прав споживачів. Проте, навіть знаючи свої права, відстоювати свої інтереси буває дуже не просто.

**II. Постановка завдання.** Метою публікації є висвітлення історії і ролі конс'юмеризму в світі, його розвитку в Україні в період розвитку ринкових відносин, висвітлення діяльності органів, які займаються питаннями захисту прав споживачів, ефективності їх роботи, розвитку відносин між ними та споживачами.

**III. Результати.** Суспільний рух, спрямований на захист прав споживачів, одержав назву конс'юмеризму. Однією з цілей конс'юмеризму є регулювання діяльності виробників і продавців товарів, а також інших учасників бізнесу.

Конс'юмеризм представлений трьома основними групами:

- 1) групи, орієнтовані на споживачів, які беруть до уваги зростання свідомості споживачів і надають споживачам інформацію для більш обгрунтованого вибору (партії зелених, «Greenpeace» і т.д.);
- 2) держава, що діє за допомогою законодавства і регулювання;

3) бізнес, що діє за допомогою конкуренції і саморегулювання в інтересах споживачів.

Конс'юмеризм народився у США на рубежі XIX і XX ст., звідки пізніше відбулося його поширення й в інші країни. У цей час проблема захисту прав споживачів набула загальнонаціонального масштабу і певних правових основ. У 1890 р. був прийнятий антитрастовський закон Шермана, що обмежує вплив великого бізнесу на стримування конкуренції. Стали популяризуватися торгові марки, споживачі почали концентрувати увагу на якості товарів. У 1914 р. було ухвалено Федеральний закон про Торгову комісію, що була створена для обмеження монополій і нечесної торгової практики. У 1936 р. у США було створено Союз споживачів.

В інших країнах конс'юмеризм з'явився дещо пізніше. Так, у Японії в 1968 р. був прийнятий закон, що гарантував громадянам права на захист від фізичного і матеріального збитку, отриманого в ході використання придбаного неякісного товару; на всебічне і точне знання дійсних властивостей товарів і послуг і ступеня їхньої відповідності існуючим еталонам, на однакові з підприємцями позиції при здійсненні угод купівлі-продажу, на вільний вибір товарів. У Швеції в 1970 р. застосовується закон "Про торгівлю практикою". Його головне завдання - захист інтересів споживачів від зловживання рекламою, реалізації недоброякісних промислових і продовольчих товарів. Трохи пізніше приймається закон "Про договірні умови", що забороняє вносити в договори умови, які погіршують становище споживачів.

Законодавство про торгівлю практикою, аналогічне шведському, було прийнято в Норвегії (1972 р.), Данії (1975 р.), Фінляндії (1975 р.) [12].

У 50-70 роки XX ст. були створені товариства захисту прав споживачів: у Великобританії - Асоціація споживачів, у Німеччині - Спілка споживачів робочого співтовариства і т.д. У 1960 р. була створена Міжнародна організація спілок споживачів, яка забезпечує міжнародне співробітництво і координацію організацій споживачів різних країн.

Сьогодні спілки споживачів багатьох країн об'єднані у Всесвітню організацію спілок споживачів. Починаючи з 1983 р., щороку 15 березня під егідою цієї організації відзначається всесвітній День захисту прав споживачів.

Питання захисту інтересів споживачів знайшли відображення у міжнародних документах. Одним із них є Резолюція ООН 39/248 від 09.04.1985 р. "Керівні принципи для захисту інтересів споживачів". Цей документ складається з чотирьох розділів та 46 пунктів, які розкривають мету, загальні та керівні принципи резолюції, питання міжнародного співробітництва в галузі захисту прав споживачів [1].

Зокрема, резолюція закликає уряди країн розробляти та активно продовжувати здійснення захисту інтересів споживачів з урахуванням керівних принципів: захист споживачів від шкоди їх здоров'ю та безпеки; захист інтересів споживачів; доступ споживачів до відповідної інформації про товари та послуги; освіти споживачів; наявності ефективних процедур розгляду скарг споживачів та ін.

Всі підприємства зобов'язані дотримуватися відповідних законів і постанов цих країн, в яких вони мають справи. Вони також зобов'язані дотримуватися відповідних положень міжнародних норм захисту інтересів споживачів.

На Україні конс'юмеризм як суспільний рух, що спрямований на забезпечення прав споживачів, з'явився значно пізніше, ніж у США і Західній Європі. Протягом десятиліть у СРСР домінувала державна власність, і відповідно система тотального державного управління і контролю за виробництвом та споживанням. В міру розвитку ринкових механізмів в економіці, зростання участі країни в міжнародних економічних процесах, конс'юмеризм почав формуватися і на Україні. Відносно низький рівень виробництва споживчих товарів і їх споживання в Україні в порівнянні з розвиненими країнами обумовили відставання українського конс'юмеризму по масштабах і рівню розвитку від розвинених країн.

Зовнішні ознаки недосконалості захисту споживачів на Україні спостерігає споживач, який поки що рідше відчуває втілення в життя девізу «клієнт завжди правий» на вітчизняному ринку, чим західний споживач на своєму.

Нерідко споживачів обраховують, обважують, їм продають неякісний товар та усілякі підробки. Таке становище обумовлюється не тільки економічною ситуацією в країні, а здебільшого незнанням нормативної бази щодо захисту прав споживачів, невмінням людини звертатися до відповідних органів для свого захисту, загальною інертністю населення та байдужістю деяких відповідальних

службовців. Тому потрібні досить суворі закони і правила поведінки, знання яких конче необхідні як споживачеві, так і продавцю та виробнику товару.

Законодавчий захист прав споживачів в Україні здійснюється на основі:

- Конституції України – відповідно до статей 23, 27, 28, 36, 45, 46, 49, 50 кожна людина має право на життя, вільний розвиток своєї особистості, повагу до його гідності, об'єднання у політичні партії та громадські організації, на відпочинок, соціальний захист, охорону здоров'я, безпеку для життя і здоров'я довілля і так далі; при порушенні прав кожний громадянин може звернутися до суду (2);

- Кодексу України про адміністративні правопорушення – статті 155-156, 159-161, 164-166 та інші визначають відповідальність за адміністративні правопорушення в галузі торгівлі, громадського харчування, сфері послуг, фінансів і підприємницької діяльності тощо (9);

- Кримінального кодексу України – статті 155, 157, 211, 227 передбачають кримінальну відповідальність за обман покупців, порушення правил торгівлі, незаконну торговельну діяльність та інші порушення (11);

- Програми захисту прав споживачів на 2003-2005 роки, затвердженої Указом Президента України від 11.12.2002 р.;

- Закону України "Про ратифікацію угоди про основні напрями співробітництва держав-учасниць співдружності незалежних держав у галузі захисту прав споживачів" від 7.03.2002 р., № 3102 – III;

- Положення "Про міжвідомчу раду з питань захисту прав споживачів" затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 13.03.2002 р., № 317;

- Положення "Про порядок накладення та стягнення штрафів за порушення законодавства про захист прав споживачів" затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 р., № 1177;

- Закону України «Про захист прав споживачів», який було прийнято 12 травня 1991 р. (3).

- Право споживачів на інформацію про товари і послуги забезпечують:

- Закон України "Про інформацію" від 2 жовтня 1992 р. № 2657-12;

- Закон України "Про рекламу" від 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР.

- Право споживачів на належну якість та безпеку товарів і послуг гарантують:

- Закон України "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення" від 24 лютого 1994 р. № 4004-12;

- Закон України "Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом, винним, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами" від 19 грудня 1995 р. № 481/95-ВР;

- Закон України "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини" від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР.

Проблема захисту прав споживачів регулюється великою кількістю нормативних актів, проте вирішальне, чільне положення серед них займає Закон України "Про захист прав споживачів".

Однак застосування закону на практиці було утруднено, так як багато його норм носили декларативний характер, не був відпрацьований механізм їх реалізації. У зв'язку з цим було внесено багато змін та доповнень і 15.12.1993 року він був викладений у новій редакції. Подальші зміни вносилися законами у 1995-2003 рр. Вказаний закон регулює відношення, які складаються між товаровиробниками, виконавцями робіт, послуг, їх реалізаторами і споживачами. Він встановлює права громадян – споживачів на придбання товарів, отримання від підприємств послуг належної якості, що гарантують безпеку життя та здоров'я, на отримання достовірної інформації про них, державний захист своїх інтересів, на об'єднання і громадські організації, визначає механізм реалізації цих прав.

З метою підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів відповідно до Указу Президента України від 1 жовтня 2002 року був створений центральний орган виконавчої влади зі спеціальним статусом - Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. Основними завданнями цього комітету, як зазначено в Указі Президента, є забезпечення реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів, стандартизації, метрології та сертифікації, здійснення управління в цій сфері; здійснення державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, рекламу у цій сфері, державного метрологічного контролю та нагляду.

Державний захист прав громадян як споживачів у разі придбання, замовлення або використання ними товарів (робіт, послуг) для власних побутових потреб здійс-

нують територіальні органи зазначеного комітету, місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, а також судові органи.

Територіальним органом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики в Полтавській області, до якого можуть звернутися споживачі у разі порушення їх прав, є Полтавське обласне управління у справах захисту прав споживачів.

Спеціалістами управління перевіряється:

- дотримання вимог законодавства з питань захисту прав споживачів при здійсненні реалізації продовольчих та непродовольчих товарів;
- стан організації обслуговування населення на ринках області;
- стан підготовки до оздоровлення, відпочинку, зайнятості та організації якості харчування у оздоровчих закладах дітей і підлітків;
- стан організації зберігання та транспортування газу;
- здійснення контролю за дотриманням рекламного законодавства в друкованих засобах масової інформації, на радіо і телебаченні, у сфері зовнішньої реклами, на транспорті та вимог стосовно етичних, гуманістичних, моральних норм та правил пристойності;
- стан надання послуг населенню житлово-комунальними та теплопостачальними підприємствами області;
- стан надання послуг пасажирським автомобільним транспортом;
- стан дотримання вимог законодавства щодо захисту прав споживачів при реалізації аудіовізуальних творів, друкованої продукції, надання послуг з прокату відеопродукції, в ігрових комп'ютерних залах та ін.

Значна увага приділяється вирішенню проблем, викладених в заявах та зверненнях громадян, оперативному їх вирішенню та задоволенню законних прав та інтересів заявників. Даний напрямок в роботі управління є пріоритетним, оскільки своєчасний розгляд та практична допомога населенню у вирішенні їх нагальних проблем знімає соціальну напругу в суспільстві, дає надію і впевненість у державному захисті їх інтересів.

Наприклад, всього за 2002 р. було одержано 1725 пропозицій, заяв і скарг. За результатами розгляду задоволено 1257 вимог (72,8 %) викладених в листах чи зверненнях громадян. Крім цього було надано близько 120 (6,9%) письмових юридичних консультацій, роз'яснень про права споживачів.

В 2003 р. вже було одержано 3067 пропозицій, заяв і скарг, що складає 177,8% по відношенню до 2002 р., задоволено 2361 вимогу (76,9 %) та надано 253 (8,2%) письмових юридичних консультацій, роз'яснень про права споживачів.

А за I півріччя 2004 р. було одержано 1327 пропозицій, заяв і скарг, що складає 100,1 % у порівнянні з відповідним періодом попереднього року (I півріччя 2003р. – 1325), задоволено – 1269 вимог (95,6%) та надано 293 (22,1%) письмових юридичних консультацій, роз'яснень про права споживачів. Як ми бачимо, з розвитком конс'юмеризму змінюється поведінка споживачів. Вони стають більш активними в захисті своїх прав.

Як свідчить аналіз одержаних звернень за I-е півріччя 2004 р. надійшло скарг від загальної кількості з наступних питань:

- якості товарів народного споживання - 43 % (проти 40 % скарг в 2003 р.),
- порушень правил торгівлі – 16,3 % (проти 24,2 % скарг в 2003 р.),
- надання платних послуг – 30 % (проти 25,5 % скарг в 2003 р.),
- порушень у сфері реклами – 1,5 % (проти 0,2 % скарг в 2003 р.).

Отже, по мірі розвитку конс'юмеризму в Україні змінюються вимоги покупців, тобто змінюється структура звернень споживачів до управління у справах захисту прав споживачів. Збільшується кількість звернень стосовно якості товарів народного споживання (непродовольчих товарів вітчизняного та закордонного виробництва), надання платних послуг та порушень у сфері реклами. Зменшується кількість звернень стосовно порушень торгівлі (обрахування, обважування, обмірювання і т.д.).

В 2003 р. спеціалістами управління було перевірено 1383 суб'єкти господарської діяльності у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг. В ході загальних перевірок виявлено і попереджено 3206 різного роду порушень чинного законодавства у 1066 (77,1%) суб'єктів господарської діяльності. За I півріччя 2004 р. було перевірено 607 суб'єктів господарської діяльності, виявлено і попереджено 1447 різного роду порушень чинного законодавства у 485 (79,9%) суб'єктів господарської діяльності. Основна увага управління була спрямована на вилучення із продажу неякісних товарів і попередження фактів виробництва та реалізації товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів. В 2003 р. забраковано і вилучено з продажу товарів народного споживання на суму



220,1 тис. грн. із перевірених 538,07 тис. грн., що складає 41 % перевірених кількості. За I півріччя 2004 р. забраковано і вилучено з продажу товарів народного споживання на суму 399,3 тис. грн. із перевірених 973 тис. грн., що складає 40,9 % перевірених кількості.

Особливу увагу було акцентовано на товари повсякденного попиту і, насамперед, на якість хлібобулочних та макаронних виробів, круп, борошна, цукру. Наприклад, у I півріччі 2004 р. із перевірених 0,55 т хлібобулочних виробів було забраковано і знято з реалізації – 0,32 т (58,2%). За різними показниками та через ненадання необхідної, доступної, достовірної, своєчасної інформації знято з реалізації 5,92 т макаронних виробів, борошна та круп, що складає 70,8% від перевірених кількості 8,36 т; 3,3 т цукру із перевірених 6,19 т або 48,5%.

Найбільша питома вага забракованої продукції за результатами проведення досліджень серед таких груп товарів: крупи і борошно – 70,8 %, ковбасні вироби – 93,3 %, цукор – 48,5 %, масло тваринне – 90,9 %, риба і рибна продукція – 58,1 %, плодоовочева продукція – 87,4, молоко продукти – 88,6 %.

На виконання Указів Президента України від 26.04.03 № 372/2003 “Про рішення Ради національної безпеки і оборони України”, від 24.04.2003 р. “Про реалізацію заходів щодо врегулювання обігу спирту, алкогольних напоїв, тютюнових виробів в Україні” в поточному році було перевірено 101 підприємство, що здійснюють торгівлю алкогольними напоями. Порушення встановлені в 85 (84,2%) підприємствах. З перевірених 639,5 дал. алкогольних напоїв забраковано і знято з продажу 299,5 дал.(46,8%). Алкогольні напої бракувалися в основному із-за відсутності документів, що засвідчують якість та безпеку, через невідповідність вимогам нормативних документів. За результатами перевірок притягнуто до адміністративної відповідальності 90 осіб, на яких накладено штрафів на суму 8,6 тис.грн.. Застосовано до 54 суб’єктів господарської діяльності економічних санкцій на суму 54,3 тис. грн.

При аналізі перевірок дотримання правил торговельного обслуговування населення та прав споживачів на належну якість та безпеку непродовольчих товарів встановлено, що через відсутність супровідних документів щодо якості та безпеки, відсутності інформації про товар в I півріччі 2004 р. було забраковано і знято з реалізації: трикотажних виробів – 99,0 %, текстильної та шкіряної галантереї –

100,0 %, іграшок – 100,0 %, взуття – 93,3 %, швейних виробів – 82,1 %, посуду – 100 %, парфюмерно-косметичних виробів – 97,3 %, панчішно-шкарпеткових виробів – 77,6 %, товарів побутової хімії – 100,0 %.

Здійснюючи державний контроль за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики та його територіальні органи відповідно до ст. 5 Закону мають право на припинення правопорушень та застосування до правопорушників мір відповідальності за недотримання законодавства про захист прав споживачів.

За допущені порушення прав споживачів до суб’єктів підприємницької діяльності управлінням застосовано економічні санкції на суму 153,89 тис. грн. Крім того, на 491 особу накладено адміністративні штрафи на суму 36,02 тис. грн. Тимчасово припинялась діяльність 47 підприємств торгівлі та послуг.

З метою підвищення рівня інформаційно-просвітницької та правової роботи серед населення щодо роз’яснення норм і положень законодавства з питань захисту прав споживачів та забезпечення надання практичної допомоги споживачам у разі порушення їх прав управлінням організуються публікації, теле- і радіотрансляції.

Захист прав споживачів здійснюють також численні громадські організації споживачів (об’єднання споживачів). Повноваження цих об’єднань закріплені у ст. 26 Закону. Так, зокрема, вони вправі вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів та ціни на них, проводити експертизу та випробування товарів (робіт, послуг), організувати юридичну та консультаційну допомогу споживачам, представляти та захищати інтереси споживачів в органах державної влади та управління й місцевого самоврядування, захищати в судовому порядку права споживачів, інформувати громадськість про права споживачів.

**IV. Висновки.** Підсумовуючи вищесказане можна прийти до висновку, що в нашій країні реалізація захисту справ споживачів знаходиться на початковій стадії, на відміну від розвинутих країн, де ці функції активно здійснюються. Дана проблема регулюється значною кількістю нормативних актів, однак вирішальне, чільне положення серед них займає Закон України “Про захист прав споживачів”. Але ефективність роботи управлінсь у справах захисту прав споживачів зростає з

кожним роком. Також спостерігається тенденція збільшення довіри споживачів до управлінь у справах захисту їх прав, а відповідно збільшення звернень громадян до цього органу.

## Література:

1. Организация Объединенных Наций. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей. Приняты 09.04.1985 Резолюцией 39/248 на 106 пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН.
2. Конституція України ст. 42 // Голос України. – 1996. – 27 липня.
3. “Про захист прав споживачів”. Закон України від 12.05.1991 року // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 30.
4. “Про інформацію” Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-12 // Відомості Верховної Ради. – 1992. – № 48. – С.650.
5. “Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини” Закон України від 23.12.1997 року // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 19. – С. 98.
6. Положення “Про порядок накладення та стягнення штрафів за порушення законодавства про захист прав споживачів” затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 р., № 1177.
7. Положення про обласне, Головне Київське та Севастопольське міське управління у справах захисту прав споживачів. Затверджене наказом Держспоживзахисту від 09.06.1997 року, № 33.
8. Законодавство України про захист прав споживачів / Відп. ред. Є.Ф. Демський. – К.: Юрінком Інтер, 1999. – 464 с.
9. Кодекс України про адміністративні правопорушення, 1984. – гл. 12-13.
10. Корнилов Э. Положительные тенденции законодательства о защите прав потребителей // Хозяйство и право. – 1998. – № 12. – С. 94-101.
11. Кримінальний кодекс України, 1961. – гл. VI.
12. Петров М. Правовые аспекты о защите прав потребителей // Российская юстиция. – 1994. – № 2. – С. 28-30.

Д.э.н. Сазонец И.Л., Цзян Лэй  
 Днепропетровский национальный университет  
**ОСОБЕННОСТИ СЕЛЬСКОГО ПЕНСИОННОГО  
 ОБЕСПЕЧЕНИЯ В КИТАЕ**

*Проведен сравнительный анализ условий создания системы сельского социального пенсионного обеспечения в Китае. Проанализированы предпосылки проведения пенсионной реформы, роль государства в осуществлении реформ, методы совершенствования пенсионной системы для сельских жителей.*

**Ключевые слова:** анализ, условия, пенсионное обеспечение, предпосылки, государство, пенсионная реформа, сельские жители.

**I. Введение.** В настоящее время Китай уже достиг достаточно высокого уровня экономического развития, и стоит в одном ряду с развитыми государствами. Практически во всех государствах с развитой рыночной экономической существует система сельского пенсионного обеспечения. Китай обладает значительными потенциальными социальными страховыми ресурсами и ресурсами, организованными традиционным накопительным способом. Процесс развития новых форм пенсионного обеспечения, характерных и эффективных для жителей села позволил бы преодолеть такие изъяны как низкий уровень производительный сил в сельской местности, низкая фактическая и потенциальная способность осуществления денежных вкладов в сельской местности, а также недостаточно низкий уровень финансовых средств у государства. Экономическое развитие Китая в целом и тенденции развития аграрного сектора экономики показали, что полагаясь только на ресурсы сельского хозяйства, оказалось возможным создание особой, специфической системы социального пенсионного страхования.

**II. Постановка задачи.** Для полного понимания глубины преобразований, происходящих в пенсионной системы Китая, в том числе и в сельской местности, необходимо, в первую очередь, ответить на один ключевой вопрос: достигли ли экономические условия в китайском селе в настоящее время той начальной отметки, когда возможно создание эффективно функционирующей системы сельского социального пенсионного страхования. Для того, чтобы ответить на этот вопрос, является целесообразным проведение сравнительного анализа