

Лащак В.В.

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Захист прав споживачів у період інтеграційних процесів в умовах глобалізації економік є актуальною проблемою державного регулювання. Методологічні підходи захисту прав споживачів базуються на правових засадах оцінки дії, яка відбулась, здебільшого не беруться до уваги глибинні економічні передумови, які впливають на якісні та функціональні характеристики споживчих товарів та відповідно трансформуються в задоволення чи незадоволення споживацьких очікувань від придбаних товарів. Залежно від проходження товару в часовому просторі варто здійснити градацію захисту прав споживачів як певного контрольного процесу на попередній, поточний і подальший етапи з певними можливостями держави впливати на якісні та функціональні характеристики товарів. На кожному із таких етапів необхідно застосовувати певні фінансові важелі механізму захисту прав споживачів у межах спроектованих існуючих економічних теорій саморегуляції ринку та впливу на нього держави, за допомогою ринкових (конкурентних) та неринкових інструментів впливу на якість.

Ключові слова: захист прав споживачів, фінансовий механізм та важелі, імплементація.

ВСТУП

Постановка проблеми. У період глобалізації економіки перед державою гостро постає проблема захисту прав громадян, як споживачів. Необхідно чітко визначити наявні можливості держави зокрема роль фінансових механізмів у впливі на якісні та функціональні характеристики товарів, робіт та послуг, які пропонуються споживачам.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблеми захисту прав споживачів у ринкових умовах розглядаються на теоретичному і методологічному рівнях низкою вчених, зокрема такими, як: П. Калита [1], А. Мазаракі [2], Н. Салухіна [3], О. Язвінська [4], І. Дудла [5] та ін. У роботах цих авторів аналізуються загальні принципи, методи і прийоми захисту прав споживачів. Однак практично всіма науковцями захист прав споживачів розглядається на кінцевому етапі в момент реалізації або після придбання товару споживачем, в основному з правової точки зору.

Метою дослідження є визначити можливі фінансові важелі впливу держави на якісні та функціональні характеристики товарів на різних стадіях товарного потоку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У світовій економіці поняття консьюмеризм (від лат. *consumo* — споживаю) розглядається як організований рух громадян, а також державних і громадських установ за розширення прав та вплив споживачів на виробників і торговців як в комерційній, так і в поза комерційній сфері [4, с.363]. Уряди країн при розробці та посиленні політики і законодавства у сфері захисту прав та інтересів споживачів повинні дотримуватись Керівних

принципів для захисту інтересів споживачів, прийнятих Генеральною асамблеєю ООН у квітні 1985 року (резолюція 39/248) [6]. Керівні принципи були і залишаються сторожовими інтересів і потреб споживачів в усьому світі. Вони визначають схему діяльності урядів у сфері захисту прав та інтересів споживачів. Питання, які відображені у цьому міжнародному документі, є такими ж актуальними сьогодні, як і тоді, коли вони були затверджені Генеральною асамблеєю ООН. Для України як держави, що вибрала пріоритетом євроінтеграційний курс, важливим є поглиблений аналіз фактичного стану реалізації основоположних принципів ООН у сфері споживчої політики в умовах ринкової трансформації, після чого стане можливим відповідне коригування у визначенні змісту та пріоритетів державної споживчої політики, внесення змін та доповнень до законодавства, які б стимулювали більш активні дії щодо захисту прав та інтересів вітчизняних споживачів у конкретних соціально-економічних умовах.

Ефективний фінансовий механізм захисту прав споживачів слід розробити на основі нових підходів до управління якістю товарів і послуг та контролю за якістю товарів і послуг на споживчому ринку. Лібералізація торгівлі зорієнтована скоріше на виробництво і пропозицію багатьох товарів і видів діяльності, а ніж на задоволення потреб споживачів. Особливо негативним є дефіцит конкуренції: порушення конкурентної структури ринку (прагнення до монополізації і наявність договорів, які створюють нерівні умови для конкуренції) і навмисне введення різного роду торгових бар'єрів.

Для України характерна і надзвичайно важлива ще одна особливість. Сьогодні український споживач є малопомітною постаттю у ринковій економіці, яка не може функціонувати без прояву (у грошовому еквіваленті) його вільного вибору, так як купівельна спроможність у переважній більшості споживачів надзвичайно низька, то й прояв їх на споживчому

© **Лащак Віктор Васильович**, к.е.н., доцент кафедри фінансів, Буковинський університет, м. Чернівці, тел. 0503746258, e-mail: lashchak@ukr.net

ринку адекватний. Варто відмітити і те, що існує надзвичайно великий інформаційний дефіцит: майже повна відсутність у більшості населення уявлення щодо їх споживчих прав, відсутність або явна нестача інформації щодо цін і тарифів, неповне або недосконале маркування товарів, відсутність інструкцій і попереджень, перенасичення етикеток іноземною мовою, відсутність інформації щодо підприємств-виробників, дати виготовлення товару, інформації щодо контрактних умов, гарантій і прав споживачів взагалі, слабкість незалежних інформаційних систем, працюючих на споживача, відсутність або вкрай недосконале порівняльне тестування, некерована нав'язлива та неправдива реклама – все це яскраві приклади вкрай незадовільного стану забезпечення права споживачів на інформованість.

Недосконаліми є механізми компенсації збитків при врегулюванні суперечок споживачів з продавцями. Згідно із законом споживач у спірних ситуаціях може отримати компенсацію за порушення його прав тільки в судовому порядку. Проте через недосконалість вітчизняної судочинної системи та тривалу процедуру судових розглядів пересічний споживач цю можливість практично не використовує. Також активність споживачів у захисті своїх інтересів залежить від розмірів втрат та значимості отриманої шкоди, а також від їхніх знань про свої права. На нашу думку доцільно більш ефективно використовувати фінансові важелі впливу держави на стадії попереднього і поточного контролю за якістю товарів робіт та послуг тому, що незалежно від того, чи є високим рівень конкуренції на ринку, права споживачів все одно обмежуються, так як можливості підприємств завжди будуть набагато потужнішими, ніж можливості окремої особи, яка не може бути експертом з усіх видів продукції та послуг, що їй пропонуються. Вона не має часу та коштів для проведення ринкових досліджень, оцінювання конкурентної продукції та перевірки цін у десятках магазинів, або ж для здійснення юридичних процедур щодо компенсацій у разі, коли щось відбувається неналежним чином.

Відповідно, метою держави є зміна балансу сил між компаніями та окремими особами. Це досягається, перш за все, підвищенням обізнаності споживачів та створенням умов для захисту власних прав, зокрема навчання та освіти, існування конкретної інформації про товари та послуги, а також дотримання прав, що легко можна забезпечити.

Зазвичай інформаційні потреби забезпечуються через встановлення певних вимог до етикеток, надання ефективних та зрозумілих інструкцій, запровадження мінімального обсягу фактичної інформації у рекламі та зазначення ціни. Державні органи та громадські організації публікують загальну інформацію, а освітні курси зі споживчих питань можуть бути включені до шкільних програм. Юридичні права передбачають право на повернення виробів, які не працюють, або стосовно яких споживачам надано неправдиву інформацію.

Паралельно вплив держави повинен здійснюватись через встановлення певних обмежень для комерційних підприємств. Допомога споживачам у отриманні надійної інформації не означає, що підприємства не вдаватимуться до різного роду стратегій і хитрощів у намаганні переконати споживача купити їхню продукцію, ж втекти від відповідальності за неякісні товари. Таким чином, захист прав споживачів також передбачає обмеження на дії комерційних підприємств. Початковою точкою відліку є те, що продукція повинна бути безпечною, і виконувати ті функції, які від неї очікуються протягом певного часу. Підприємства також не можуть застосовувати несправедливі умови у контрактах (що є особливою проблемою у разі надання послуг). Вони повинні надавати точну інформацію про свою продукцію, включаючи ту, що міститься у рекламі.

Держави з розвиненими ринковими відносинами забезпечують інтереси своїх громадян як споживачів через захист таких прав як: право на безпеку, право на отримання інформації, право на споживчу освіту, право на компенсацію, право бути вислуханим, право на вибір, право на задоволення основних потреб, право на здорове навколишнє середовище.

Більшість науковців розглядають в понятійному просторі захист прав споживачів тільки з правової точки зору, не аналізуючи глибинні економічні передумови, які впливають на якісні та функціональні характеристики споживчих товарів та відповідно трансформуються в задоволення чи не задоволення споживачьких очікувань від придбаних товарів. На нашу думку, залежно від проходження товару в часовому просторі варто здійснити градацію захисту прав споживачів як певного контрольного процесу на попередній, поточний і подальший етап, якому відповідно будуть притаманні певні фінансові важелі механізму захисту прав споживачів. Так, на стадії попереднього контролю, коли тільки відбувається підготовка до випуску того чи іншого товару або ж послуги до фінансових важелів попереднього впливу слід віднести:

1. Фінансування державою та залучення коштів з інших джерел, спрямованих на систему стандартизації та сертифікації товарів, робіт і послуг.

2. Запровадження програм з фінансування проектів, які передбачають виготовлення продукції за міжнародними якісними показниками.

3. Запровадження податкових пільг для виробників продукції з високими споживчими показниками.

4. Вдосконалення механізму повернення податків, зокрема ПДВ на товари, які виробляються в державі і вивозяться для реалізації та користування за межі митної території.

5. Сприяння держави в залученні міжнародних грантів, спрямованих на поліпшення якісних показників продукції.

6. Надання пільгових кредитів та застосування компенсаторів відсоткових виплат комерційним

банкам за надані кредитні ресурси для виробництва більш якісних товарів.

На стадії безпосереднього виробництва та надання робіт чи послуг, на нашу думку, варто виділити такі фінансові важелі впливу держави як:

1. Фінансове та інше стимулювання державою підприємств, які впровадили та організували ефективний внутрішній контроль за якістю продукції.

2. Стимулювання конкурентного середовища в державі з метою використання підприємствами більш якісних матеріалів, технологічно кращого та енергозберігаючого обладнання, та використання високопрофесійних спеціалістів.

3. Фінансування та ефективна організація органів, що здійснюють зовнішній контроль за дотриманням вимог виробництва та відповідності виготовленої продукції стандартам та технічним регламентам.

4. Ефективне використання податкових та митних важелів впливу.

5. Ефективне використання монетарних інструментів впливу.

6. Фінансування та стимулювання створення незалежних інформаційних медіа-просторів, які аналізують якісні параметри товарних ринків.

7. Фінансування і стимулювання створення незалежних лабораторій та науково-дослідних інститутів, які досліджують і вивчають якісні характеристики продукції.

Стосовно фінансових важелів впливу держави на просторово-часовій стадії подальшого контролю, який притаманний процесу реалізації та безпосереднього використання продукції, то тут варто визначити такі фінансові можливості держави:

1. Застосування ефективних заходів контролю, які передбачають задіяння штрафних, дисциплінарних та інших заходів примусово обмежувального характеру.

2. Фінансування та організація державних органів, до повноважень яких належать нагляд та контроль за дотриманням вимог законодавства з питань якості та безпеки продукції.

3. Фінансування та організація роботи судової гілки влади з метою ефективного захисту інтересів споживачів та застосування компенсаторів їх матеріальних і моральних збитків.

4. Постійне вдосконалення роботи механізму оподаткування доходів споживачів, від яких залежить можливість придбання тих чи інших товарів.

5. Створення сприятливих монетарних умов у державі та стимулювання розвитку механізму кредитування споживачів.

6. Використання розподільчих і перерозподільчих функцій держави через пільгові та субсидарні механізми.

7. Фінансове стимулювання створення громадських, міжнародних та інших недержавних консьюмерських організацій.

8. Стимулювання підприємств, які виробляють і реалізують товари, надають послуги та виконують роботи високої якості.

9. Фінансування витрат, пов'язаних з веденням бази даних неякісних та небезпечних товарів.

Тобто права споживачів повинні захищатися в межах спроектованих економічних теорій саморегуляції ринку та впливу держави на ринок з застосуванням притаманного фінансового механізму захисту прав споживачів.

В Україні створено цілу систему державних органів виконавчої влади щодо захисту прав громадян. Основними напрямками реалізації державної політики щодо захисту прав споживачів є технічне регулювання виробництва та імпорту товарів (робіт і послуг) та проведення споживчої політики. Головною складовою попереднього та поточного контролю, як основи надійного захисту прав споживачів, є технічне регулювання через систему стандартизації, метрології, сертифікації, яку в Україні здійснюють 28 державних підприємств стандартизації, метрології та сертифікації, зокрема: Державне підприємство "Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості" (ДП "УкрНДНЦ", м. Київ); Національний науковий центр "Інститут метрології" (ННЦ "Інститут метрології", м. Харків); Державне підприємство "Науково-дослідний інститут метрології вимірювальних і управляючих систем" (ДП "НДІ Система", м. Львів); Український науково-дослідний і конструкторсько-технологічний інститут побутового обслуговування (УкрНДКТПобут, м. Київ).

Подальший контроль здійснює спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів - Державна інспекція з захисту прав споживачів та її 27 територіальних інспекцій. Водночас у захисті прав споживачів беруть участь інші центральні органи виконавчої влади за своїми напрямками діяльності, а саме: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (координує діяльність); Міністерство юстиції України (контроль за дотриманням норм правотворчості та правозастосування); Міністерство охорони здоров'я України (контроль за якістю лікарських препаратів та наданням медичних послуг, санітарно-епідеміологічна служба); Міністерство аграрної політики та продовольства України (контроль за якістю сільськогосподарської продукції, ветеринарна служба); Міністерство фінансів України (контроль за якістю виробів з дорогоцінних металів); Міністерство інфраструктури України (контроль за якістю та безпечністю надання транспортних послуг); Міністерство зборів і доходів (контроль за якістю та безпечністю алкогольних напоїв та тютюнових виробів, контроль за якістю та безпечністю імпортованих товарів, що ззовні потрапляють на територію нашої країни); Антимонопольний комітет, та Інспекція з контролю за цінами (контроль за цінами), а також місцеві територіальні підрозділи вище зазначених служб.

ВИСНОВКИ

Отже проведене дослідження показало існування певної тенденції до дублювання

контрольних функцій регуляторних органів. Питаннями захисту прав споживачів займаються різні органи виконавчої влади, які при цьому часто не узгоджують свої дії. Це невиправдано посилює регуляторний вплив на суб'єкти господарювання та свідчить про відсутність чіткої вертикально інтегрованої системи управління захистом прав споживачів. Існуюча в Україні система захисту прав споживачів орієнтована, в основному, на фіскальний напрям подальшого контролю, а не на напрями профілактичного попереднього та поточного контролю. На до реалізаційній стадії товарного потоку держава за допомогою фінансових видатково-бюджетних важелів впливу повинна більш ефективно

впливати на якісні характеристики товарної продукції, що дасть можливість зменшити потребу в захисті інтересів споживачів після придбання товарів, виконання робіт чи отримання послуг.

Перспективи подальших наукових досліджень у цьому напрямі доцільно зосередити на вивченні механізмів фінансового впливу держави на якісні та функціональні характеристики товарів, робіт і послуг, що пропонуються споживачам. Важливо також відпрацювати шляхи зменшення адміністративного впливу на суб'єкти господарювання, який суперечить принципам ринкової економіки та дерегулювання підприємницької діяльності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Калита П. Звенья одной цепи: защита потребителей и товаропроизводителей немислима без интегрирующей основы – качества / П.Калита. // Споживач. – 1997. - № 8. – 177с.
2. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / [Мазаракі А.А., Язвінська О.М., Ніколаєва Л.В., Притульська Н.В., Іваненко Л.М.] ; під ред. Л. В. Ніколаєвої — К. : КНТЕУ, 2002. — 312 с.
3. Салухіна Н.Г. Захист прав споживачів: навч. посібник / Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Башкатова О.І. — К.: МАУП, 2007. — 382 с.
4. Язвінська О.М. Історія консюмеризму: [підруч. для студ. вищих навч. закл.]/ О.М Язвінська. — 2.вид., доп. й перероб. — К.: КНТЕУ, 2003. — 363 с.
5. Дудла І.О. Захист прав споживачів: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.]/ І.О. Дудла— Чернігів : ЧДТУ, 2006. — 268 с.
6. Резолюція 39/248 Генеральної асамблеї ООН “Керівні принципи для захисту інтересів споживачів” від 09.04.1985р. // Internet-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

Одержано 04.04.2014 р.