

УДК 336.7

ПОЛОЖЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ЗАЩИТЫ ЕГО ПРАВ

**Хрусь Елена Александровна, м. э.н., старший преподаватель,
Полесский государственный университет
Khrus Elena, Master, Senior Lecturer,
Polesky State University, khrus.e@polessu.by**

Аннотация. Традиционное понимание рынка включает товар, поставщиков и потребителей рыночного товара. Вопрос о ключевом и первоочередном влиянии элементов финансового рынка на его формирование и развитие является дискуссионным. Развитие общественных взаимоотношений, развитие научно-технического прогресса требует переоценки позиции участников рынка, а именно положения потребителя финансовых услуг.

Ключевые слова: финансовый рынок, потребитель, защита прав потребителя финансовых услуг, финансовая доступность

Финансовый рынок является важным и неотъемлемым элементом развитой экономики. Решая задачи создания и реформирования рыночных механизмов, которые способны обеспечивать привлечение инвестиций в экономику, перераспределение ресурсов среди ее субъектов, финансовое сопровождение процессов производства и воспроизводства нельзя обойти вопросы функционирования финансового рынка.

Традиционное понимание рынка включает товар, поставщиков и потребителей рыночного товара. С одной стороны, для развития финансового рынка необходимо наличие товара в качестве различных финансовых услуг (инструментов), достаточной инфраструктуры участников и посредников. С другой стороны, в вопросах развития финансового рынка особое место приобретает положение потребителя финансового рынка. На этапах зарождения финансового рынка потребитель финансовых услуг формирует спрос, а, следовательно, стимулирует предложение новых услуг. Дальнейшее поэтапное развитие финансового рынка, которое проходило параллельно развитию производственно-экономических отношений, компьютерных и информационных систем, технологий привело к формированию новых участников рынка, как с позиции потребителей, так и с позиции поставщиков. В настоящее время вопрос о ключевом и первоочередном влиянии на формирование и развитие рынка является дискуссионным. Развитие общественных взаимоотношений, развитие научно-технического прогресса требует переоценки и позиции участников рынка, а именно положения потребителя финансовых услуг.

Обращаясь к Закону РБ от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей» ст. 1 «потребитель – физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее товар (работу, услугу) или использующее товар (результат работы, услугу) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности». Потребитель финансового рынка, следовательно, лицо, имеющее намерения и приобретающее услугу на финансовом рынке.

Рассмотрим этимологию содержания слова «положение».

В толковом словаре Д.Н. Ушакова (1935-1940), а также толковом словаре С.И. Ожегова (1949-1992) «положение» характеризуется, как: «1.местонахождение, расположение в пространстве; 2.поза; особая постановка каким-нибудь образом части тела; 3.состояние, обусловленное какими-нибудь обстоятельствами; совокупность общественно-политических отношений; 4.место, роль в обществе, в общественном строе; 5.режим, распорядок в общественной жизни, устанавливаемый властью; 6.свод правил, законов по определенному вопросу; 7.основное утверждение, тезис.»

Автор философского словаря А. Конт-Спонвиль (Философский словарь – М.: Палимпсест. Издательство «Этерна». Андре Конт-Спонвиль.2012) представляет «положение» следующим образом: «...одна из категорий Аристотеля. В этом случае оно обозначает то же, что и место или позиция (Место и Позиция). В распространенном смысле положением какого-либо существа называют долю занимаемого им пространства-времени (его собственное здесь-и-сейчас), следовательно, здесь учитывается и его окружение, и занимаемое им место в иерархии. Говоря о человеческих существах, под положением подразумевают также и принадлежащую этому существу роль.»

Приведенные толкования позволяют утверждать, что применительно к трактованию понятия «положение потребителя финансового рынка» следует выделить роль субъекта на финансовом рынке; состояние, обусловленное какими-либо обстоятельствами.

Первоначально рассмотрим роль субъекта на финансовом рынке. Потребитель финансовых услуг может выступать катализатором развития рынка: потребность в новых услугах, инструментах, и спрос на них будут стимулировать финансово-кредитные организации, небанковские организации и других участников финансового рынка к разработке и предложению новых услуг. Вместе с тем, положение потребителя может иметь и отрицательный эффект. Например, исторический опыт значительной части населения республики в части размещения и владения акциями, облигациями (60-90е гг. XX века) не вызывает интерес к данным инструментам финансового рынка, а как следствие развитию рынка ценных бумаг. Сформировав современную инфраструктуру рынка ценных бумаг в Республике Беларусь, нормативно-правовую базу, определяющую возможность эмиссии разнообразных инструментов и регулирующих отношения участников рынка, но, не оценив положение потребителей можно констатировать слабые объемы этого рынка и невыполнение им традиционных функций в экономике.

Рассматривая вторую составляющую положения потребителя финансовых услуг «состояние, обусловленное какими-либо обстоятельствами» следует затронуть финансовую доступность услуг. В различных литературных источниках финансовую доступность рассматривают, как соответствие спроса на финансовые услуги со стороны населения и предложения со стороны финансовых организаций. Как возможность воспользоваться финансовыми услугами всеми потребителями, включая людей с ограниченными возможностями, малообеспеченных и проживающих в сельской местности. И как целенаправленное формирование общественно значимых потребностей соответствия внешней реальности внутреннему состоянию индивида. Именно финансовая доступность и опыт, приобретенный потребителем в рамках взаимодействия с участниками финансового рынка, являются теми обстоятельствами, которые будут формировать положение потребителя финансовых услуг.

Таким образом, можно утверждать, что положение потребителя финансовых услуг – это совокупность психо-эмоциональных характеристик результатов практического взаимодействия потребителя и поставщика финансовых услуг, сформированная в рамках финансового рынка, сложившегося на определенный момент времени.

Факторы, влияющие на положение потребителя финансовых услуг, представлены на рисунке.



Рисунок – Факторы, влияющие на положение потребителя финансовых услуг

Примечание – Источник: собственная разработка.

В рамках отдельного рассмотрения факторов можно отметить существование целого ряда более мелких проблем, которые будут определяющими в формировании положения потребителя финансовых услуг. Так, например, фактор наличия рынка финансовых услуг может включать такие проблемы, как достаточное наличие физических объектов инфраструктуры для приобретения услуг; видов финансовых продуктов и услуг, способных удовлетворить интересы и запросы потребителей и др. Фактор финансовой доступности аккумулирует практики продаж, которые применяют поставщики; прозрачность ценообразования на финансовые услуги; справедливость отношений между всеми участниками рынка. Защищенность потребителя – обеспечение сохранности конфиденциальных данных потребителей, механизмы рассмотрения жалоб и др.

Повышение вклада финансового рынка в экономическое развитие страны возможно через повышение доверия населения к финансовому рынку, повышение доступности и качества финансовых услуг, это в свою очередь, не возможно без наличия системы защиты прав потребителей финансового рынка.

Система защиты прав потребителей финансового рынка, как совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующая определенную целостность, единство, должна включать методику оценки положения потребителей финансовых услуг, инфраструктуру, инструменты и практики защиты прав потребителей.

Основной и наиболее активной частью инфраструктуры должны стать финансовые организации, предлагающие разнообразные услуги. Потребительские качества, законность и открытость порядка предоставляемых услуг должны стать неотъемлемой частью миссии любого финансового учреждения. На долю нефинансовых организаций следует определить вопросы консультирования, представления интересов участников на дискуссионных, юридических площадках государственных и финансовых. Участие правоохранительных органов с развитием рынка должно стремиться к минимуму.

Инструменты защиты прав потребителей финансового рынка должны подразделяться на защиту прав классического потребителя, личность которого подлежит идентификации в различных информационных базах (кредитное бюро, МСИ, реестр недвижимости и др.) и отдельно инструменты защиты прав потребителей, которые имеют низкий уровень дохода и не соответствуют в полной мере стандартам материального и социального характера классического потребителя.

Механизмами защиты прав потребителей могут выступать поведенческий надзор, который осуществляет Национальный банк, корпоративная социальная политика, которой должны придерживаться поставщики финансовых услуг, механизмы обращения за помощью для действенного исправления ошибок, рассмотрения жалоб потребителей финансовых услуг и разрешения споров между участниками финансового рынка.

Оценка положения потребителей финансовых услуг в вышеупомянутой системе является, с одной стороны, базовым элементом с точки зрения дальнейшего использования инструментов, механизмов и практик защиты прав потребителей. Однако остается открытым для дискуссии вопрос информационной базы и методического инструментария для оценки положения потребителя финансовых услуг и маркеров его определяющих.

Список использованных источников

1. Закон РБ от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей»
2. Толковый словарь русского языка: В 4 т. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940