

университета. Экономические и юридические науки. 2014. Вып. 5. Ч. I. С. 144–156.

3. Небава М. І., Міронова Ю.В. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2017. 73с.

УДК 336.051

СУТНІСТЬ ТА ДЕТЕРМІНАНТИ ФІНАНСОВОЇ ІНКЛЮЗІЇ

Луцків О. М.

ДУ «Інститут регіональних досліджень

імені М.І. Долишнього НАН України»

e-mail: lutolen@i.ua

тел: (032) 2707089

Необхідною умовою ефективного функціонування ринкової економіки є наявність в країні розгалуженої фінансової інфраструктури. Відсутність доступу до фінансових послуг має значні негативні наслідки, як для життєдіяльності населення так і економіки в цілому. На сьогодні найвищий рівень фінансової інклюзії в Скандинавських країнах, де практично відсутня готівка, найвищий ВВП на душу населення, соціальні гарантії та індекс щастя. Нажаль в Україні рівень фінансової інклюзії залишається на доволі низькому рівні.

Фінансова інклюзія – процес формування доступної системи фінансових продуктів та поширення їх використання серед усіх рівнів та категорій суспільства. Фінансова інклюзія – поняття, яке означає, що люди не просто існують поруч із фінансовою системою, а існують у ній. Вона відображає рівень доступу різних верств населення та підприємств до фінансових послуг [1]. У високорозвинутих країнах світу фінансову інклюзію розглядають, як один із інструментів, за допомогою якого відбувається зростання економіки через інвестування у її розвиток та диверсифікацію фінансової системи, а також мобілізацію заощаджень населення. Для цього в них створено необхідні умови для залучення усіх сегментів населення та бізнесу до користування різноманітними фінансовими послугами, які є доступні, як за інфраструктурою та ціною, так і офіційно врегульовані.

Підвищення рівня фінансової інклюзії стимулює зростання ВВП і надходження іноземних інвестицій. Чим активніше населення країни користується фінансовими послугами, тим вище рівень добробуту її громадян і якість їх життя. Фінансова інклюзія сприяє збільшенню надходження іноземних інвестицій, збільшенню туристичних потоків, забезпечує зростання приватного підприємництва, малого та середнього бізнесу, а також знижує рівень корупції. Рівень фінансової інклюзії (включеності всіх верств населення у фінансову систему) в цих державах

досягає 100%. Такий же показник і у Нідерландів і практично такий же (98%) - у Австрії та Британії [2].

Слід зазначити, що доступність фінансових послуг, забезпечення захисту прав споживачів і фінансової грамотності є основними компонентами стратегій підвищення фінансової інклюзії (рис.1).

Фінансова грамотність виступає важливим інструментом усунення дисбалансу інтересів споживачів і постачальників фінансових послуг, а також дозволяє розвивати навички порівняння та вибору найкращих фінансових продуктів для конкретних потреб (від щоденного управління грошовими коштами до мінімізації ризиків в непередбачених обставинах) і дає можливість реалізовувати споживчі права. За методологією дослідження ОЕСР, рівень фінансової грамотності оцінюється групою показників: фінансові знання, фінансова поведінка і відношення до фінансів. На сьогодні найвищий рівень фінансової грамотності є в Канаді, Японії, Великобританії, Австралії [2].



Рис.1. Компоненти фінансової інклюзії

Захист прав споживачів фінансових послуг – це «система законодавчих та регуляторних норм, які захищають споживача на всіх етапах його відносин з фінансовою установою». У високорозвинутих країнах світу захист прав споживачів фінансових послуг передбачає [3]:

- встановлення чітких правил поведінки для фінансових установ щодо їх клієнтів;
- створення механізму вирішення спорів та притягнення до відповідальності;
- унеможливлення оманливої та недобросовісної діяльності фінансовими установами;
- надання повної інформації для прийняття усвідомленого рішення.

Слід зазначити, що саме регулятори фінансового ринку виконують функцію захисту прав споживачів. У 97 із 109 країн світу функція захисту прав споживачів покладена на регуляторів фінансового ринку. Із країн-членів

ЄС функція захисту прав споживачів не покладена на регулятора фінансового ринку лише в Польщі та Румунії [4].

Створення єдиної системи, яка об'єднує зусилля з підвищення фінансової грамотності та захисту прав споживачів фінансових послуг, передбачено високорівневими принципом захисту прав споживачів фінансових послуг G20 в високорозвинутих країнах світу. Серед них, виділяють: рівне та справедливе ставлення до споживачів, захист активів споживачів від шахрайства та нецільового використання, захист даних споживача та конфіденційність, розгляд скарг та компенсацію [1].

Слід зазначити, що створення ефективної системи захисту прав споживачів фінансових послуг сприятиме підвищенню економічних стандартів та соціальному розвитку населення, забезпечуватиме належну якість надання фінансових послуг та запобігатиме застосування дискримінаційної практики роботи фінансових установ щодо споживачів.

Доступність фінансових послуг базується на можливостях задоволення попиту на фінансові послуги на принципах прозорості та справедливості. Проблема доступності до базових фінансових послуг є однією з найактуальніших проблем, яка знаходиться під постійною увагою міжнародних організацій — ОЕСР, Світового банку, МВФ. Понад 2,5 млрд людей у світі не мають доступу до якісних фінансових послуг. Половина дорослого населення не має рахунку у фінансовій установі. Більш ніж 75% бідних людей у світі взагалі не користуються послугами банків [2].

Доступність фінансових послуг має не лише фінансову, а й соціальну спрямованість і набуває особливого значення для регіонів з низьким рівнем економічного розвитку, де частина населення внаслідок «фінансового виключення» через існування низки бар'єрів фактично позбавлена можливостей для заощадження, кредитування, отримання інших роздрібних фінансових послуг.

Одним із індикатор фінансової інклюзії є наявність базового поточного рахунку. Слід зазначити, що в Україні у 2018 році порівняно з 2011 частка населення, яка мала поточний рахунок збільшилась з 41 до 63%. Однак, не зважаючи на такі позитивні зміни, Україна і надалі відстає від середньосвітового рівня - 69%. Нажаль населення України і надалі має і дуже низький рівень довіри до багатьох установ. Наприклад, в високорозвинутих країнах світу цей показник становить: Великобританія – 4%, Польщі – 13%, Франції – 6%, США – 7% [2].

Серед чинників, які впливають на зменшення доступності фінансових послуг виділяють [3]:

1) територіальні (рівень доступності фінансових послуг в міській місцевості є вищим ніж в сільській, оскільки середній час, необхідний для доступу до точки обслуговування (банкомат, відділення банку) є вищим в останній);

2) обмеженість інформації, щодо різноманітності надання фінансових послуг, низький рівень фінансової обізнаності та незнання засадничих принципів функціонування фінансового ринку;

3) відсутність достатнього рівня доходів населення;

4) відсутність юридичної ідентичності – документів, що посвідчують особу і надають право відкривати рахунки. Це насамперед стосується економічних та політичних мігрантів, біженців.

Загалом слід зазначити, що підвищення рівня фінансової інклюзії можливе на основі формування ефективної системи захисту прав споживачів фінансових послуг, яка забезпечуватиме належну їх якість та доступність надання. Поряд з тим підвищення рівня фінансової інклюзії безпосередньо залежить від економічної стабільності в державі та зростання добробуту громадян, а отже і підвищення їх можливостей користуватися наданими фінансовими послугами. Саме тому підвищення рівня фінансової інклюзії в Україні має бути одним із стратегічних цілей стратегії її економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Cull, R., Ehrbeck, T., Holle, N. (2014). Financial Inclusion and Development: — Access Mode: <https://www.cgap.org/sites/default/files/FocusNote-Financial-Inclusion-and-Development-April-2014.pdf>
2. Financial Inclusion. — Access Mode: www.worldbank.org
3. Захист прав споживачів фінансових послуг: матеріали круглого столу. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/

УДК: 159.9.07

ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК ЯК ОСНОВА КОМУНІКАЦІЇ МІЖ СПОЖИВАЧЕМ ТА ПІДПРИЄМСТВОМ

Попадинець І. Р., Сорока-Олексійко І.-М.

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

e-mail: iryua.popadynets@pnu.edu.ua

тел. 099-216-92- 84

Дослідження зворотного зв'язку підприємства з покупцями доцільно проводити на основі соціологічного дослідження на тему їхнього задоволення якістю продукції.

Опитування покупців у підприємства з продажу будівельних матеріалів здійснюється досить часто (орієнтовно – раз на три тижні) на основі анкетування. Для аналізу використано авторську анкету. Розроблена анкета містить наступні питання: склад споживачів цих товарів (за віком); поведінку