

SECȚIUNEA 9: JEAN MONNET CHAIR „CONSUMATORII ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ ȘI PROTECȚIA INTERESELOR ECONOMICE”

INNOVATIONS AND CONSUMER PROTECTION

PROTECȚIA CONSUMATORILOR ȘI INOVAȚIILE

¹Rodica CRUDU, dr.

E-mail: crudu.rodica@ase.md

²Ecaterina BRAD

E-mail: ecaterina.brad.96@inbox.ru

Academia de Studii Economice din Moldova

MD-2005, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu Bodoni 61

Tel.: (+373 22) 22 41 28, www.ase.md

Abstract. *Consumer protection it's necessary to safeguard against deceptive, fraudulent, or unfair practices of products. In the contemporary world, a series of policies are implemented to protect the consumer from unequal market practices. The consumer is king, and many of his decisions influence the purchasing power. If you do not initially offer the consumer the product or service he or she wants, be sure that the next time he will find a better store where to buy. Consumers often demand product innovations, and large companies try to adapt to their needs. The faster they adapt and more innovative they are, the faster they become known to consumers. This example can be seen in the innovation and consumer protection policies applied by the worldwide states. The main objective of this paper is to o a review of the theoretical aspects of the consumer and consumer protection approaches, as well as analyze the innovative aspect of the consumers protection. Moreover, the relation between the consumer protection and innovations is analyzed. The obtained results refers mainly to the such as the definition of notions and the analysis of strategies in this field, allowed the more successful understanding of the notions, as well as of the laws and policies implemented in the field of consumer protection.*

Key words: *innovation, consumer, consumer protection, entrepreneurship, companies, intellectual property, products, services, to protect, consumer protection policies*

JEL CLASSIFICATION: D18

Introducere

Protecția consumatorilor este un subiect de o importanță majoră. Țările de pe întregul mapamond sunt proactive în adoptarea, implementarea și realizarea politicilor de protecție a consumatorilor și supraveghere a pieței, mai ales în contextul integrării europene. Numeroase studii încearcă să scoată în evidență acest aspect. Consumatorul aduce multă însemnătate și valoare unui bun sau serviciu din economia națională, din acest motiv și îi este asigurată protecția drepturilor acestuia. Această idee este prezentată de Comisia Europeană prin publicarea comunicatului de presă cu referire la ediția 2019 a Tabloului de bord al condițiilor pentru Consumatori (Consumer Conditions Scoreboard). Tabloul de bord al condițiilor consumatorului este instrumentul principal pentru monitorizarea mediului de consum în întreaga Europă. Acesta indică condițiile consumatorilor din Uniunea Europeană plus Islanda și Norvegia [Comisia Europeană, 2019, p. 2]. O constatare cheie ce rezultă din document arată că 70% dintre consumatori au încredere în comercianții cu amănuntul pentru a-și respecta drepturile lor și peste 60% au avut experiențe pozitive cu comercianții atunci când au depus o reclamație.

Cercetarea ilustrează o argumentare detaliată a principalelor noțiuni ce fac obiectul protecției consumatorilor. Ca obiective se impun:

- studierea principalelor legi, regulamente și politici din domeniul protecției consumatorilor și extragerea momentelor-cheie;
- analiza relației dintre inovații și protecția consumatorilor la nivel internațional și național;
- poziționarea Republicii Moldova ca o țară aparte la capitolul protecție a consumatorilor și aplicare de inovații.

Obiectivele determină structura articolului, care se divide în trei secțiuni. Prima secțiune reliefează noțiunile de inovație, consumator, protecție a consumatorului și prosumator pentru o înțelegere mai eficientă a domeniului de cercetare. Cea de-a doua secțiune include legile și regulamentele referitoare la protecția consumatorilor, legislația la nivel național și internațional. În ultima parte se proiectează corelația dintre inovații și protecția consumatorilor la nivel internațional și național.

Aspecte teoretice ale conceptului de consumator și protecție a consumatorilor

Termenul "inovație" în ultimul timp este destul de popular și pe-nțelesul multora. Este utilizat preponderent în economie, business, când se vorbește despre lansarea unei noi linii de produse, proprietate intelectuală și altele.

Se știe că inovația poate fi propusă atât de companie clienților săi pentru un anumit produs, cât și de către client însuși. Dacă însă vine din partea clientului, implicit consumatorului, compania va fi vigilentă cum va aplica inovația ca să corespundă cu nevoile clientului, pentru că el ca consumator profesionist poate și are dreptul să refuze o anumită ofertă sau chiar să afirme că i s-a încălcat și drepturile sau nu i s-a oferit un grad înalt de ospitalitate.

Pentru a înțelege mai ușor care este legătura dintre inovații și protecția consumatorului, în literatura de specialitate se regăsesc o serie de definiții ale acestor noțiuni.

Consumatorul este acea persoană fizică, care intenționează să comande sau să procure ceva sau care deja comandă anumite bunuri și servicii. Această idee este susținută de către Cross, care consideră că consumatorul este o persoană fizică care plătește o sumă de bani pentru lucrul necesar consumului de bunuri și servicii [Cross R. G., 1997, p. 71].

Însăși noțiunea de consumator conduce la ideea că acesta are o serie de drepturi, pe care nu este nimeni în măsură să le submineze. Președintele John F. Kennedy a oferit propria sa definiție la Congresul Statelor Unite din 15 martie 1962. Acest discurs a servit ca temelie la declararea Zilei Mondiale a Drepturilor Consumatorilor, celebrată pe 15 martie. În viziunea lui Kennedy, drepturile consumatorilor includ: dreptul la securitate, dreptul la o informare corectă, dreptul la alegere și dreptul de a fi auzit [Kennedy J. F., 1962]. În alt context, Solomon, Russell – Bennett et al. consideră că un consumator plătește adesea un preț sub forma respingerii sau jenării grupului atunci când nu se conformează concepțiilor altora despre ceea ce este bine sau rău în sau în "afară" [Solomon M. R., Russell – Bennett R. et al., 2013, p. 3].

În literatura de specialitate se întâlnesc o serie de noțiuni ale protecției consumatorilor, care mai mult sau mai puțin sunt asemănătoare cu definițiile consumatorilor.

Protecția consumatorilor se asociază cu un set de măsuri, reglementate prin legi și hotărâri, care sunt implementate sau urmează a fi implementate pentru a asigura o informare echitabilă și transparență pentru consumatori. Această idee este susținută de Black, care definește protecția consumatorilor (de asemenea, consumismul) ca un set de măsuri puse în aplicare de stat și de mișcările sociale, care vizează reglementarea relațiilor apărute între un consumator (o persoană care achiziționează un produs sau un serviciu pentru nevoi personale, familiale, casnice și alte nevoi legate de activitatea antreprenorială) și subiectul activității antreprenoriale – producător, interpret, vânzător, inclusiv pentru stabilirea drepturilor specifice ale consumatorului; forme de posibile încălcări ale

drepturilor și mecanismul de protecție a acestora; răspunderea pentru încălcarea drepturilor consumatorilor [Black J., 2000]. Într-o oarecare măsură, în cazul protecției consumatorilor participă două părți ca și atunci când are loc o tranzacție și se încheie un contract de vânzare – cumpărare.

Ca o tranzacție dintre un vânzător și cumpărător, protecția consumatorilor este privită și de către Surkov, întrucât drepturile consumatorilor se perindă în relațiile contractuale dintre vânzător și cumpărător, în condițiile cărora vânzătorul se obligă să furnizeze bunurile, conținutul digital sau serviciile către consumatorul final. Contractul poate fi întocmit în scris și oral [Surkov A. N., 2018, p. 138].

Prosumatorul este o noțiune care înglobează cele două elemente: furnizorul și consumatorul. De această părere este Lang, Dolan et al., care consideră termenul de prosumator ca un amestec al cuvintelor „furnizor” și „consumator”. Astfel, un prosumator este un individ care nu numai că consumă, dar și produce. Sunt șase tipuri de prosumatori: prosumatori de bricolaj, prosumatori de autoservire, prosumatori personalizați, prosumatori colaborativi, prosumatori monetizați și prosumatori economici [Lang B., Dolan R. et al., 2020].

În alt context, în economia comună, persoanele pot fi furnizori (de exemplu, gazde Airbnb, soferi Uber) și consumatori (de exemplu, oaspeți Airbnb, pasageri Uber). Prosumatorii sunt o cale de a dezvolta economia comună [Lang B., Botha E. et al., 2020].

Într-un fel prosumatorii produc pentru propriul consum. Acest fapt este dovedit de către Toffler, care definește prosumatorii ca fiind oamenii care produc unele dintre bunurile și serviciile care intră în propriul consum [Toffler A., 1980].

Toți autorii promovează idei comune în cadrul noțiunii de consumator ca fiind o persoană care intenționează să cumpere un bun și serviciu și nemijlocit să îl utilizeze. Protecția consumatorilor este văzută de autori ca un set de norme, legi care sunt elaborate pentru a asigura respectarea drepturilor consumatorilor. Prosumatorul, în viziunea tuturor autorilor nu este doar persoana care consumă, ci și produce.

Cunoașterea noțiunilor de consumator, protecție a consumatorilor și prosumator contribuie la obținerea rezultatelor scontate în cadrul cercetării.

Politici, legi, regulamente în domeniul protecției consumatorilor la nivel internațional și național

Inovațiile, consumatorul și respectarea drepturilor consumatorilor sunt acele elemente, care se completează reciproc, atunci când se caracterizează un stat dezvoltat și cu o economie ridicată. În tabelul 1 sunt exemplificate câteva state ale lumii, împreună cu legile, hotărârile, actele, directivele aprobate în domeniul protecției consumatorilor și unele reglementările acestora.

Tabelul 1. Legi internaționale în domeniul protecției consumatorilor în țări selectate

Țara	Legea	Reglementări
Albania	Legea 9902 din 17 aprilie 2008 cu privire la protecția consumatorilor	<ul style="list-style-type: none">1. Scopul acestei legi este de a proteja interesele consumatorilor pe piață și de a defini reguli pe care să le înființeze instituțiile relevante, pentru a proteja drepturile consumatorilor.2. Această lege se aplică tuturor relațiilor dintre comercianți și consumatori, în ceea ce privește bunurile de consum sau servicii, fără a aduce atingere prevederilor legilor speciale.
Argentina	Legea 24.240 cu privire la protecția consumatorilor – Consumer Protection Act	Scopul acestei legi este de a apăra consumatorul sau utilizatorul.
Australia	Legea privind concurența și consumatorii, 2010	Obiectul acestei legi este de a spori bunăstarea australienilor prin promovarea concurenței și a comerțului echitabil și asigurarea protecției consumatorilor.

China	Legea privind protecția drepturilor și intereselor consumatorilor din Republica Populară Chineză	Această lege este formulată pentru a proteja drepturile și interesele legale ale consumatorilor, pentru a menține ordinea economică socială și pentru a promova dezvoltarea sănătății economiei de piață socialiste.
Germania	Legea concurenței neloiiale	Prezenta lege servește scopului de a proteja concurenții, consumatorii și alți participanți la piață împotriva practicilor comerciale neloiiale. În același timp, va proteja interesele publicului în cadrul concurenței nedistorsionate.
Italia	Codul consumatorului - Decretul legislativ nr. 206 din 6 septembrie 2005	În conformitate cu Constituția și cu respectarea principiilor cuprinse în tratatele de instituire a Comunităților Europene, Tratatul privind Uniunea Europeană, dreptul comunitar cu referire specială la articolul 153 din Tratatul de instituire a economiei europene, Tratatul de comunitare și cele internaționale, prezentul cod armonizează și consolidează legile de cumpărare și consum, astfel încât să se asigure un nivel ridicat de protecție pentru consumatori și utilizatori.
Nigeria	Legea Consiliului privind protecția consumatorilor - Capitolul C25 (Decretul nr. 66 din 1992). Legile Federației din Nigeria	Prin prezenta lege se înființează un consiliu care va fi cunoscut sub numele de Consiliul pentru protecția consumatorilor (în prezentul decret denumit „Consiliul”), care va fi un organism cu succesiune perpetuă și un sigiliu comun și cu puterea de a acționa în judecată și de a fi acționat în justiție cu denumirea sa corporativă.
SUA	Actul 2006 - US Safe Web Act	Pentru a spori aplicarea de către Comisia Federală a Comerțului împotriva spamului ilegal, a programelor spion, fraudă și înșelăciune transfrontalieră și în alte scopuri.
Zambia	Legea nr. 24 din 2010 privind concurența și protecția consumatorilor	Un act pentru continuarea existenței concurenței din Zambia; protejează și promovează competiția; protejarea consumatorilor împotriva comerțului neloiial.
Romania	Legea nr. 296 din 28 iunie 2004 privind codul de consum	Această lege, denumită în continuare cod, este menită de a reglementa relațiile juridice create între operatorii economici și consumatori, în legătură cu achiziționarea de produse și servicii, inclusiv servicii financiare, asigurând în același timp accesul necesar la produse și servicii, și să corecteze caracteristicile esențiale ale apărării lor și să asigure drepturile și interesele legitime ale consumatorilor împotriva practicilor abuzive.
Uniunea Europeană	DIRECTIVA 2011/83 / UE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI privind drepturile consumatorului	Obiectivul directivei este de a atinge un nivel ridicat de protecție a consumatorilor la nivelul Uniunii Europene și de a contribui la buna funcționare a pieței interne prin apropierea anumitor aspecte ale actelor cu putere de lege și ale actelor administrative ale statelor member privind contractele încheiate între consumatori și comercianți.
Republica Moldova	Legea Nr. 105 din 13.03.2003 privind protecția consumatorilor*	Legea respectivă stabilește bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitatea lor de consumatori.

Sursa. Elaborat de autori în baza datelor preluate din UNCTAD. Disponibile online la:

https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Consumer-Protection-Laws.aspx [accesat pe 04.09.2020]

Fiecare din țările sus - menționate au aplicat propriile legi și regulamente, care sunt foarte importante de revizuit pentru a putea înțelege care sunt politicile de protecție a consumatorilor, ce se poate de schimbat sau îmbunătățit, iar în cazul în care aceste legi nu se respectă se aplică penalitățile cuvenite, întrucât consumatorul se necesită tratat ca atare. Aceste țări se aseamănă prin implementarea legilor în domeniul protecției consumatorilor, care în mare măsură vizează același domeniu, tratează

aceleași probleme și soluții legate de consumatori. Fiecare țară percepe diferit aceste documente, unele sunt hotărâri, altele acte, legi, coduri/norme și fiecare are complexitatea sa.

În Republica Moldova își desfășoară activitatea Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței, subordonată Ministerului Economiei și Infrastructurii. Ca misiune de bază a agenției se enumeră implementarea politicilor și strategiilor în domeniul protecției consumatorilor, precum și supravegherea respectării actelor normative din domeniul respectiv în limitele competențelor atribuite.

Guvernul Republicii Moldova a adoptat Hotărârea Nr. 560 din 24 iulie 2013 cu privire la aprobarea Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020, un regulament destul de important, în care se regăsesc câteva teze ce țin de consumator și respectiv rolul său la sporirea inovațiilor. [Hotărârea Nr. 560, 2013].

Conform Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020, consumatorul joacă un rol vital în economia oricărui stat. Un consumator capacitat poate influența dezvoltarea economică a statului prin încurajarea concurenței și a inovației în cadrul mediului de afaceri. Capacitatea decizională a consumatorilor nu este doar un aspect legat de drepturile acestora, ci privește și crearea unui mediu global care să permită consumatorilor să-și exercite drepturile respective și să beneficieze de pe urma lor. În prezent, în Republica Moldova sînt peste 2,9 milioane de consumatori activi, iar cheltuielile de consum reprezintă peste 63% din PIB. Valorificarea puterii consumatorului poate fi efectuată numai prin stabilirea și menținerea unui cadru normativ și instituțional care va face ca antreprenorul și consumatorul să fie conștienți de drepturile și obligațiile lor. În ceea ce privește planificarea strategică în domeniul dezvoltării economice, Moldova și-a trasat obiectivele și abordările pentru perioada de pînă în anul 2020 prin Strategia Națională de Dezvoltare „Moldova 2020”. Prin intermediul acestui document de politici se propune un nou model de dezvoltare economică construit în baza schimbării paradigmei de dezvoltare actuală, punîndu-se accent pe dezvoltarea productivității capitalului și muncii, ca factor al funcției de producție. Totodată, pentru dezvoltarea productivității capitalului, nivelul de competitivitate și inovație pe piață este decisiv. În acest sens, prin reevaluarea consumului și valorificarea forței consumatorului pot fi create bazele pentru schimbarea paradigmei de dezvoltare economică pentru Moldova, spre care se tinde inclusiv și prin intermediul Strategiei de Dezvoltare Națională „Moldova 2020”. [10].

O altă lege ce acoperă domeniul protecției consumatorilor în Republica Moldova este Legea Nr. 105 din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor, care vizează bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitatea lor de consumatori, etc. [Lege Nr. 105, 2003].

Pentru ca consumatorilor să le fie asigurată respectarea drepturilor, aceștia pot prezenta bonul sau alt document care confirmă achiziția unui bun sau serviciu la unitatea respectivă, precum și certificatul de garanție.

Relația dintre inovații și protecția consumatorilor la nivel internațional și național

A fi inovator în dreptul consumatorilor este o idee care provoacă la mai multe discuții și polemice în rândul cercetătorilor. Cercetarea dreptului consumatorilor a pregătit calea către o abordare europeană în legislația națională. Dreptul consumatorilor a demonstrat că *pacta sunt servanda* nu este singura paradigmă a dreptului privat. Pe de altă parte, este posibil să fi contribuit la erodarea principiului *nulla poena* în dreptul public. Dreptul consumatorilor a fost un element cheie în mișcarea spre o mai bună înțelegere a dreptului și a altor discipline. Au fost introduse noi instrumente, cum ar fi perioada de răcire, cerința de informare și acțiunea colectivă. Multe organizații

din țările în curs de dezvoltare au o agendă mult mai largă în ce privește aplicarea de inovații pentru a satisface pe deplin cerințele consumatorilor și ca aceștia să nu aibă reclamații că li s-au încălcat drepturile, decât cele din Europa de Vest, Australasia și America de Nord. Explicația pentru aceasta a fost că în țările în curs de dezvoltare protecția consumatorilor a fost considerată inofensivă, ceea ce i-a determinat pe susținătorii schimbărilor politice să aleagă modalitatea mai puțin periculoasă de protecție a consumatorilor pentru activitățile lor [Hondius E., 2012].

Dreptul consumatorilor nu este singura subdisciplină funcțională a dreptului. Legea construcțiilor, legea mediului, legea sănătății și multe altele astfel de subdiscipline se luptă pentru independența lor. Inovația servește adesea ca argument în căutarea lor de acceptare națională. [Arentsen, M. J., van Rossum, W., & Steenge, A. E. (Eds.), 2010]

Ori de câte ori sunt formulate noi reguli, apar probleme de demarcație. Cine este consumatorul: ce zici de comerciantul care încheie un acord cu privire la bunuri sau servicii în care nu este expert. Și ce zici de media și de consumatorul informat? În cel puțin două cazuri, dreptul consumatorilor a venit cu linii inovatoare de demarcare. Cea mai radicală dintre acestea este pur și simplu eradicarea distincției și acceptarea protecției consumatorilor doar ca un catalizator. Vânzarea prin inerție și contractul de pachet de călătorie sunt două exemple. Niciunul dintre ei nu necesită ca partea protejată - cumpărătorul inert și călătorul - să fie consumator: cumpărătorii profesioniști și călătorii sunt, de asemenea, protejați. O altă tehnică a fost utilizată în protecția împotriva clauzelor contractuale neloiiale. Aici, clauza generală urmărește protejarea fiecărei părți împotriva clauzelor neloiiale, în timp ce listele negre și gri protejează mai ales consumatorii. [Duffy J., 2007].

Relația dintre inovații și protecția consumatorului este resimțită, probabil, cel mai bine în sectorul serviciilor financiare digitale, o industrie plină de incertitudine și provocări pentru consumatori.

Problema inovației financiare și a protecției consumatorilor este în mare parte vorba despre acces și potrivire. Accesul se referă la o situație în care accesibil, produsele financiare principale sunt disponibile pentru toate segmentele populației în întreaga gamă de niveluri de venit și caracteristici demografice. Potrivirea abordează caracterul adecvat al produselor pentru anumite grupuri de consumatori. Produsele inovatoare tind să fie, în general, fie pozitive pentru acces financiar sau neutru. Dar produsele care duc efectiv la un acces sporit la finanțe pot ridica totuși probleme de adecvare. Produsele inovatoare pot să fie deosebit de dificil de înțeles pentru consumatorii cu amănuntul, iată de ce este necesar ca consumatorul să fie instruit și informat, iar instituțiile ar trebui să aibă proceduri adecvate de guvernare și control asupra activităților de dezvoltare a produselor noi. Întrucât nu toate produsele inovatoare sunt benigne în ceea ce privește efectele lor asupra consumatorilor, piețelor și sistemului în ansamblu, supraveghetorii ar trebui să supună aceste activități unei supravegheri adecvate. Acești pași fac parte dintr-o abordare generală pentru asigurarea existenței condițiilor cadru adecvate, înțelegând că aceste măsuri pot varia între sectoare. [Lumpkin, S., 2010]

La nivelul Uniunii Europene, Autoritatea Bancară Europeană încearcă să încurajeze protecția consumatorilor în serviciile financiare din întreaga UE prin identificarea și soluționarea prejudiciului pe care consumatorii îl pot experimenta sau riscă să le experimenteze în relațiile lor cu firmele financiare.

Creșterea competitivității în sfera comerțului cu amănuntul generează diversificarea opțiunilor de cumpărare, creșterea exigențelor consumatorilor și, implicit, modificarea comportamentului de achiziție al acestora. Selectarea de către consumatori a magazinelor din care își efectuează cumpărăturile reprezintă, în acest context, un proces decizional complex, condiționat de caracteristici funcționale și psihologice, în cadrul cărora un loc aparte revine ambianței magazinului. Totodată, în vederea obținerii unor avantaje competitive, comercianții alocă resurse investiționale importante pentru implementarea unor tehnologii inovatoare în crearea atmosferei magazinelor.

La nivel european deseori se observă încălcări ale drepturilor consumatorilor, mai ales în mediul online când există o dezinformare a cetățenilor. Site-urile web ale consumatorilor proiectate în întreaga UE arată că mulți consumatori se confruntă cu informații neclare despre prețuri și reduceri atunci când cumpără online. Autoritățile de protecție a consumatorilor vor asigura respectarea deplină a comercianților implicați, activând procedurile lor naționale de aplicare acolo unde este necesar. În Figura 1 se proiectează site – urile cu nereguli.

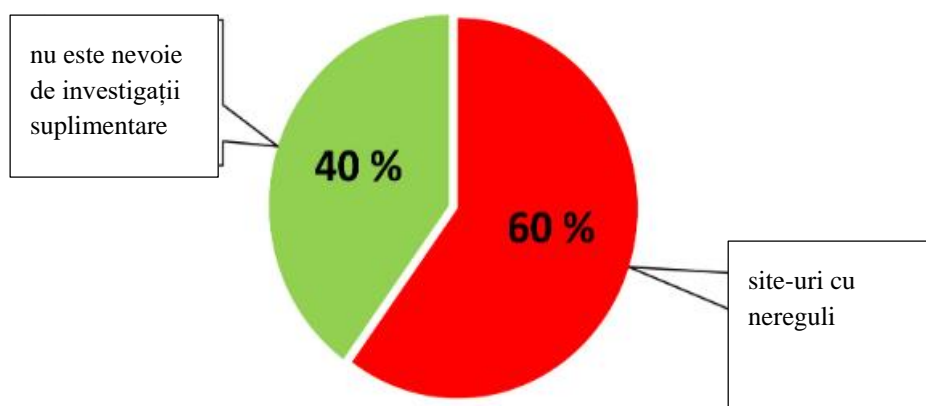


Figura 1. Site-uri cu nereguli din 560 de site-uri web verificate

Sursa: Comisia Europeană, 2019. Site-uri cu nereguli din 560 de site-uri web verificate. Disponibil online: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6e1bc53d-de12-11e6-ad7c-01aa75ed71a1> [accesat pe 04.09.2020]

Din figură rezultă că 60% sunt site-urile cu nereguli, adică consumatorii au efectuat o achiziție online, datorită metodelor inovative de plată pe care le pun la dispoziție aceste platforme și nu au fost corect informați referitor la unele aspecte ce mai apoi le-au afectat atât financiar cât și psihologic. În acest caz se poate vorbi despre inovația financiară și efectele ei.

După asemenea incidente, pentru a se asigura protecția consumatorilor la nivel european s-a încercat o verificare a unor site-uri de bunuri și servicii pentru a depista dacă sunt nereguli în ce privesc consumatorii online. În Figura 2 se ilustrează numărul de website-uri verificate după categoria de produse ori servicii.

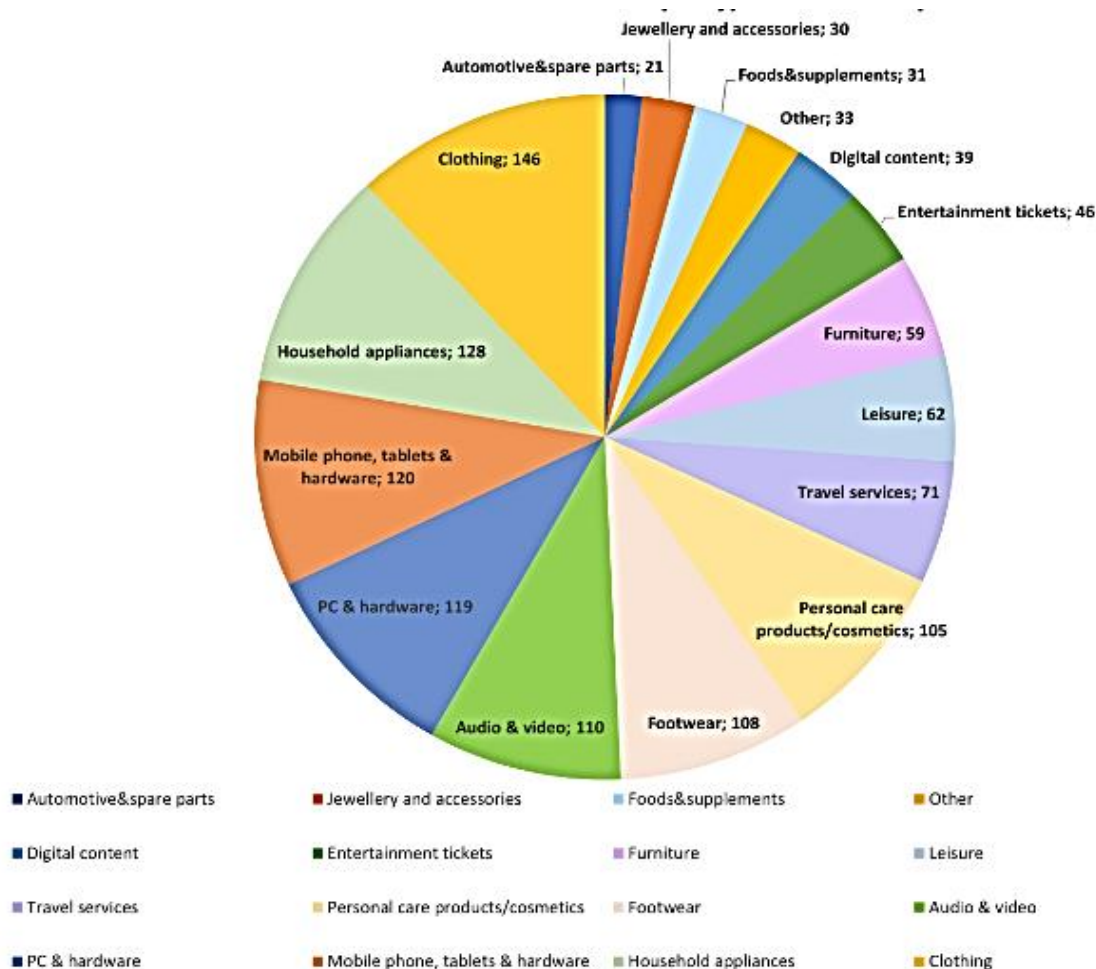


Figura 2. Numărul de website-uri verificate după categoria de produse ori servicii

Sursa. Comisia Europeană, 2019. Numărul de website-uri verificate după categoria de produse ori servicii, Disponibil online: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6e1bc53d-de12-11e6-ad7c-01aa75ed71a1> [accesat pe 04.09.2020]

Din figură rezultă că au fost analizate diferite categorii de bunuri și servicii, majoritatea website-urilor oferă metode inovative, care facilitează achiziția. Un control eficient și eficace ajută la depistarea potențialelor nereguli și îmbunătățirea lor ulterioară.

În esență, inovarea este factorul cheie în atingerea tuturor obiectivelor stabilite în strategia Europa 2020 și se regăsește drept mijloc și instrument de realizare a inițiativelor emblematice lansate de Uniunea Europeană.

Un alt instrument de realizare a inițiativelor emblematice de către Uniunea Europeană este reprezentat de dezvoltarea practicilor de protecție a consumatorilor, care este evdențiat și în Acordul de Asociere semnat între Republica Moldova și Uniunea Europeană.

În Republica Moldova, conform celor sus – menționate există legi și strategii cu privire la protecția consumatorilor, care cercetate minuțios pot informa și ajuta potențialul consumator să-și solicite drepturile și să fie poziționat pe o scară înaltă ca consumator de bunuri economice și servicii. Pe viitor vor mai apărea și alte legi, care să reglementeze importanța drepturilor consumatorilor.

Concluzie

Prin cercetarea respectivă s-au atins obiectivele preconizate. Definierea noțiunilor de consumator, protecție a consumatorilor și prosumator permit înțelegerea domeniului și analiza politicilor implementate de statele lumii în vederea protecției drepturilor consumatorilor. Studiarea principalelor legi, regulamente și politici din domeniul protecției consumatorilor demonstrează cum are loc respectarea drepturilor consumatorilor la nivel de fiecare stat, dacă legile și regulamentele adoptate au un impact pozitiv asupra consumatorului în general.

Uniunea Europeană a implementat o serie de legi și directive în materie de protecție a consumatorilor și respectare a drepturilor acestora. Autoritățile de protecție a consumatorilor vor asigura respectarea deplină a comercianților, activând procedurile lor naționale de aplicare. O realizare deosebită a Uniunii Europene în această direcție este încercarea de a verifica site-uri de bunuri și servicii pentru a depista dacă sunt nereguli în ce privesc consumatorii online și a propune căi de soluționare a inconveniențelor create, dacă e necesar. La fel la nivelul Uniunii Europene, Autoritatea Bancară Europeană încearcă să încurajeze protecția consumatorilor în serviciile financiare din întreaga UE prin identificarea și soluționarea prejudiciului pe care consumatorii îl pot experimenta sau riscă să le experimenteze în relațiile lor cu firmele financiare.

Studiarea Republicii Moldova ca țară aparte la capitolul inovații și protecție a consumatorilor permite înțelegerea pașilor concreți și îmbunătățirilor sunt nevoie de implementat mai departe la acest capitol. Este salutară aplicarea Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020, care dovedește că un consumator experimentat poate influența puterea de cumpărare și implicit dezvoltarea economică a statului prin încurajarea concurenței și a inovației în cadrul mediului de afaceri. O altă realizare sau mai bine – zis inițiativă atinsă de Moldova la capitolul protecție a consumatorilor a fost adoptarea în 2003 a Legii cu privire la protecția consumatorilor, care vizează bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitate lor de consumatori.

În final, analiza corelației dintre inovații și protecția consumatorilor la nivel național și internațional arată cum aceste două elemente sunt într-o strânsă legătură, iar unul fără altul nu pot coexista. Relația acestora rezidă din implicațiile pe care le are inovația asupra consumatorilor. Legătura dintre inovații și protecția consumatorului este resimțită, probabil, cel mai bine în sectorul serviciilor financiare digitale, în businessul financiar internațional, o industrie plină de incertitudine și provocări pentru consumatori. Problema inovației financiare și a protecției consumatorilor vorbește în mare parte despre acces și potrivire. Accesul se referă la o situație în care accesibil, produsele financiare principale sunt disponibile pentru toate segmentele populației în întreaga gamă de niveluri de venit și caracteristici demografice. Ori, inovația și reprezintă nucleul dezvoltării de noi produse și servicii, care pot prova satisfacție sau deopotrivă insatisfacție consumatorilor. Dacă aceste necesități în materie de inovare nu sunt satisfăcute pe deplin, la consumator apare dilema dacă a fost sau nu meritat la nivel, de aici și un mic pas spre încălcarea drepturilor acestuia.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Comisia Europeană (2019). Consumer Conditions Scoreboard. Consumers at home in the Single Market. ISBN 978-92-76-05447-4
2. Cross, R. G. (1997). Revenue management: hard-core tactics for market domination. *Broadway Books*. pp. 66–71. ISBN 978-0-553-06734-7
3. Kennedy, J. F. (1962). Definiția consumatorului. *United States Congress*. Disponibil online la: <https://en.wikipedia.org/wiki/Consumer> (accesat 04 Septembrie 2020)
4. Solomon M. R., Russell – Bennett R. et al (2013). Consumer Behaviour Buying, Having, Being. Disponibil online la: <https://bit.ly/332sjod> (accesat 04 Septembrie 2020)

5. Black, J. (2000). Consumerism. *Dicționar explicativ / sub general. ed. Dan. Osadchey I. M. - M.: „INFRA-M”, editura „Ves Mir”*. Disponibil online la: <https://bit.ly/31Pyww8> (accesat 04 Septembrie 2020)
6. Surkov, A. N. (2018). ЗАКОН «О ПРАВАХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ» ВЕЛИКОБРИТАНИИ: ПРАВА, ОБЯЗАННОСТИ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. ISSN 2223-1560.
7. Lang, B., Dolan, R. et al (2020). "Prosumers in times of crisis: definition, archetypes and implications". *Journal of Service Management*. ahead-of-print (ahead-of-print). Disponibil online la: <https://en.wikipedia.org/wiki/Prosumer> (accesat 23 Septembrie 2020)
8. Lang, B., Dolan, R. et al (2020). "Prosumers in times of crisis: definition, archetypes and implications". *Journal of Service Management*. ahead-of-print (ahead-of-print). Disponibil online la: <https://en.wikipedia.org/wiki/Prosumer> (accesat 23 Septembrie 2020)
9. Toffler, A. (1980). The Third Wave. Disponibil online la: <https://bit.ly/3mUBnEP> (accesat 23 Septembrie 2020)
10. UNCTAD (2020). Online Consumer Protection Legislation Worldwide. Disponibil online: <https://bit.ly/31X8iQp> (accesat pe 04 Septembrie 2020)
11. Strategia în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020 (Capitolul I, II). Disponibil online: <https://bit.ly/351Eap4> (accesat pe 04 Septembrie 2020)
12. Hondius, E. (2012). The Innovative Nature of Consumer Law. *Journal of Consumer Policy volume 35, pages 165–173*. Disponibil online: <https://bit.ly/357uSrq> (accesat pe 04 Septembrie 2020)
13. Arentsen, M. J., van Rossum, W., & Steenge, A. E. (Eds.). (2010). *Governance of innovation. Firms, clusters and institutions in a changing society*. Cheltenham: Elgar
14. Duffy, J. (2007). Inventing innovation: a case study of legal innovation. *Texas Law Review*, 86, 1–3
15. Lumpkin, S, Consumer protection and financial innovations: a few basic propositions. *OECD Journal: Financial Market Trends*, Vol. 2020 (1). Available online at: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-markets/46010844.pdf>
16. Hotărâre Nr. 560 cu privire la aprobarea Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013-2020 (2013). //MO Nr. 161-166 art. 654. Disponibil online la: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=19232&lang=ro (accesat 30 Septembrie 2020)
17. Legea Nr. 105 privind protecția consumatorilor* (2003). //MO Nr. 126-131 art. 507. Disponibil online la: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=110237&lang=ro (accesat 30 Septembrie 2020)