

ПРО ВІДМІННОСТІ КАТЕГОРІЙ «СПОЖИВАЧ» І «КЛІЄНТ» У СФЕРІ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

©2020 ВРЕМЕНКО Л. В., ГРОМАКОВА В. В.

УДК 368:366.01
JEL: G22

Временко Л. В., Громакова В. В. Про відмінності категорій «споживач» і «клієнт» у сфері страхових послуг

Метою статті є з'ясування відмінностей категорій «споживач» і «клієнт» у сфері страхових послуг. Встановлено, що в чинному законодавстві України терміни «споживач» і «клієнт» вживаються в багатьох нормативно-правових актах, що стосуються суб'єктів господарської діяльності, та іноді ототожнюються. Наведено результати порівняльного аналізу змісту понять «споживач страхових послуг» і «клієнт страхової компанії». Визначено їх спільні риси та основні відмінності. Обґрунтовано суть поняття «споживач страхових послуг» – це фізична особа, яка використовує або має намір отримати страхову послугу з метою задоволення особистих потреб, не пов'язаних із підприємницькою, незалежною професійною діяльністю. Аргументовано доцільність запровадження нового поняття «клієнт», під яким розуміється споживач фінансових послуг, що користується послугами фінансових установ, у т. ч. і страхових компаній. З'ясовано, що поняття «клієнт» є ширшим і включає кінцевого споживача. Запропоновано авторське визначення поняття «клієнт страхової компанії», а саме: це фізична особа (у т. ч. споживач страхових послуг), фізична особа – підприємець або юридична особа, яка отримує або може отримати страхову послугу на підставі закону чи згідно з договором страхування. Перспективи подальших досліджень лежать у вивченні аспектів практичного прояву основних характеристик клієнта страхової компанії.

Ключові слова: споживач страхових послуг, клієнт страхової компанії, страхувальник, застрахована особа, вигодонабувач.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-2-393-398>

Табл.: 1. Бібл.: 21.

Временко Людмила Василівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та кредиту, Харківський національний університет будівництва та архітектури (вул. Сумська, 40, Харків, 61000, Україна)

E-mail: lvremenko@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9645-3802>

Громакова Вікторія Владиславівна – студентка, Харківський національний університет будівництва та архітектури (вул. Сумська, 40, Харків, 61000, Україна)

E-mail: vittoria98.gromakova@gmail.com

УДК 368:366.01
JEL: G22

Временко Л. В., Громакова В. В. О различиях категорий «потребитель» и «клиент» в сфере страховых услуг

Целью статьи является выяснение различий категорий «потребитель» и «клиент» в сфере страховых услуг. Установлено, что в действующем законодательстве Украины термины «потребитель» и «клиент» употребляются во многих нормативно-правовых актах, касающихся субъектов хозяйственной деятельности, и иногда отождествляются. Приведены результаты сравнительного анализа содержания понятий «потребитель страховых услуг» и «клиент страховой компании». Определены их общие черты и основные различия. Обоснована суть понятия «потребитель страховых услуг» – это физическое лицо, которое использует или намеревается получить страховую услугу с целью удовлетворения личных нужд, не связанных с предпринимательской, независимой профессиональной деятельностью. Аргументирована целесообразность введения нового понятия «клиент», под которым понимается потребитель финансовых услуг, который пользуется услугами финансовых учреждений, в т. ч. и страховых компаний. Выяснено, что понятие «клиент» является более широким и включает конечного потребителя. Предложено авторское определение понятия «клиент страховой компании», а именно: это физическое лицо (в т. ч. потребитель страховых услуг), физическое лицо – предприниматель или юридическое лицо, которое получает или может получить страховую услугу на основании закона или в соответствии с договором страхования. Перспективы дальнейших исследований лежат в изучении аспектов практического проявления основных характеристик клиента страховой компании.

Ключевые слова: потребитель страховых услуг, клиент страховой компании, страхователь, застрахованное лицо, выгодоприобретатель.

Табл.: 1. Библ.: 21.

Временко Людмила Васильевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и кредита, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры (ул. Сумская, 40, Харьков, 61000, Украина)

E-mail: lvremenko@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9645-3802>

Громакова Виктория Владиславовна – студентка, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры (ул. Сумская, 40, Харьков, 61000, Украина)

E-mail: vittoria98.gromakova@gmail.com

UDC 368:366.01
JEL: G22

Vremenko L. V., Hromakova V. V. On the Differences between the Categories of «Consumer» and «Customer» in the Sphere of Insurance Services

The article is aimed at specifying the differences between the categories of «consumer» and «customer» in the sphere of insurance services. It is determined that in the current Ukrainian legislation the terms of «consumer» and «customer» are used in many regulations concerning economic entities, and are sometimes identical. The results of a comparative analysis of the contents of the concepts of «consumer of insurance services» and «customer of insurance company» are presented. Both the common features and the major differences are defined. The essence of the concept of «consumer of insurance services» is an individual who uses or intends to obtain an insurance service in order to meet the personal needs in terms of non-entrepreneurial, independent professional activities. The expediency of introducing a new concept of «customer» is argued, which means the consumer of financial services, who uses the services of financial institutions, including insurance companies. It is identified that the concept of «customer» is a broader one and includes the end consumer as well. The authors' own

definition of the concept of «customer of insurance company» is proposed: it is an individual (including a consumer of insurance services), an individual – an entrepreneur or a legal person who receives or can receive insurance service legally or in accordance with an insurance contract. Prospects for further research lie in researching the aspects of the practical manifestation of the main characteristics of the insurance company client.

Keywords: consumer of insurance services, customer of insurance company, insurer, insured person, beneficiary.

Tabl.: 1. **Bibl.:** 21.

Vremenko Liudmyla V. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Kharkiv National University of Construction Engineering and Architecture (40 Sumska Str., Kharkiv, 61000, Ukraine)

E-mail: l.vremenko@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9645-3802>

Hromakova Viktoriia V. – Student, Kharkiv National University of Construction Engineering and Architecture (40 Sumska Str., Kharkiv, 61000, Ukraine)

E-mail: vittoria98.gromakova@gmail.com

Страховий ринок є однією зі складових частин фінансового ринку, у зв'язку з чим зазнає серйозних змін під впливом різних трансформацій на сучасному етапі. У «Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року» визначено, що основною метою ключових гравців фінансової екосистеми є задоволення потреб кінцевих споживачів фінансових послуг, які перебувають у центрі уваги всіх учасників фінансової екосистеми, адже створення умов для ефективної роботи економічних суб'єктів є основним завданням усього фінансового сектору [1].

Посилення захисту прав споживачів страхових послуг стає тим більш актуальним у зв'язку зі зміною законодавства щодо регулювання страхового ринку (з 1 липня 2020 р. Національний банк стане регулятором ринку) [2].

З точки зору економічної теорії терміни «споживач» і «клієнт» не мають для надавачів страхових послуг будь-яких істотних відмінностей і, на перший погляд, можуть здатися несуттєвими. Однак ці терміни різні по своїй структурі. Актуальність зазначеної теми обумовлена необхідністю утворення наукового підґрунтя для досягнення розвитку страхової галузі, формулювання рекомендацій з розробки проектів нормативно-правових актів з урахуванням позитивного досвіду зарубіжних держав у сфері страхування, удосконалення інструментів забезпечення захисту прав споживачів.

Питання щодо захисту прав споживачів страхових послуг, встановлення їх загальних ознак і поведінки досліджували такі вчені, як А. Беспалова [9], І. Білик [10], В. Ільїн [5], С. Тарасов [13], Н. Косар [10], Р. Юлдашев [20] та інші. Разом із тим, питанню використання визначень понять «споживач страхових послуг» і «клієнт страхової компанії» приділено незначну увагу, і вони не отримали належного наукового підґрунтя. У межах цієї публікації ми робимо спробу порівняння змісту понять «споживач страхових послуг» і «клієнт страхової компанії», які є базовими для страхової галузі.

Метою статті є з'ясування відмінностей категорій «споживач» і «клієнт» у сфері страхових послуг.

У чинному законодавстві України термін «споживач» вживається в багатьох нормативно-правових актах, що стосуються суб'єктів господарської діяль-

ності. 19 жовтня 2019 р. набув чинності закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг» [3], яким вносяться зміни до деяких законодавчих актів, зокрема закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [4].

Закон відрізнявся рядом нововведень – слова «споживачі фінансових послуг» замінюється словом «клієнти». Термін «клієнт» означає – фізична особа (у тому числі споживач фінансових послуг), фізична особа – підприємець або юридична особа, яка отримує або має намір отримати фінансову послугу. «Споживач фінансових послуг» – фізична особа, яка отримує або має намір отримати фінансову послугу для задоволення особистих потреб, не пов'язаних із підприємницькою, незалежною професійною діяльністю [3]. Потребує додаткового обґрунтування доцільність запровадження нового поняття «клієнт», під яким розуміється споживач фінансових послуг, який користується послугами фінансових установ, у т. ч. і страхових компаній.

Відповідно до чинного законодавства ці терміни відрізняються тільки тим, що споживач – це фізична особа, яка отримує або має намір отримати послуги для задоволення власних потреб, а клієнт – фізична особа, фізична особа – підприємець або юридична особа. Вживання в законодавстві двох подібних за суттю термінів («споживач фінансових послуг» і «клієнт») може ускладнити застосування норм страхового законодавства України.

Дослідження терміна «споживач» проведено з огляду на необхідність адаптації законодавства України до права ЄС (табл. 1).

Як видно з табл. 1, за прийнятою термінологією ЄС, споживач – фізична особа, яка використовує або має намір отримати послугу з метою, що знаходиться поза межами її комерційної, підприємницької або професійної діяльності.

Поняття споживач (англ. – *consumer*) і клієнт (англ. – *customer*) дуже близькі. Ільїн В. І. бачить відмінність у тому, що «клієнт – це споживач продукції певної фірми» [5, с. 7]. Він зазначає, що «споживач – це раціональна «економічна людина», яка приймає

Сутність поняття «споживач»

Термін «споживач»	Джерело
Означає будь-яку фізичну особу, яка в договорах, на які поширюється ця Директива, діє в цілях, що лежать за рамками його торговельної, підприємницької або професійної діяльності	Директива № 2008/48 / ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС про договори споживчого кредитування і відміну Директиви Ради ЄС 87/102 / ЄЕС [15]
Означення споживача повинно охоплювати фізичних осіб, які діють, виходячи за рамки своєї професії, справи або фаху. Проте у випадку договорів подвійного призначення, у яких договір укладено для цілей, які знаходяться частково в рамках, частково виходячи за рамки професії, справи або фаху конкретної особи, а самі цілі фаху, сфери діяльності або професії є настільки обмеженими, що вони не є головними в загальному контексті договору, то така особа повинна також розглядатися як споживач	Директива Європейського Парламенту і Ради 2014/17/ЄС від 4 лютого 2014 р. про кредитні договори для споживачів, що стосуються житлової нерухомості, і внесення змін до Директив 2008/48/ЄС та 2013/36/ЄС та до Регламенту (ЄС) № 1093/2010 [16]
Означає будь-яку фізичну особу, яка використовує або вимагає публічну електронну комунікаційну послугу з метою, яка знаходиться поза межами її комерційної, підприємницької або професійної діяльності	Директива 2002/21/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 7 березня 2002 р. про спільні правові рамки для електронних комунікаційних мереж та послуг (Рамкова Директива) [14]
Юридична чи фізична особа, яка здійснює діяльність з придбання та використання товарів, послуг, робіт на відповідному товарному (товарних) ринку (ринках)	Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку» [17]
Фізична або юридична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги), що реалізуються відповідними суб'єктами господарювання	Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на узгоджені дії суб'єктів господарювання» [18]
Фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника	Закон України «Про захист прав споживачів» [21]

рішення про покупку як раціональне економічне рішення [5, с. 13].

Відмітимо, що ці терміни не є синонімами, оскільки, згідно з визначенням у економічній енциклопедії, клієнт – це фізична чи юридична особа, що користується продуктами іншої фізичної чи юридичної особи, яка вступає з нею в ділові стосунки, а споживач – це фізична чи юридична особа, яка отримує або має намір отримати продукт для власного споживання чи користування [6, с. 559].

Єфімов С. А. в енциклопедичному словнику «Економіка і страхування» визначає клієнта як фізичну чи юридичну особу, яка користується послугами страхової компанії [7, с. 200]. Такої ж думки дотримується Юлдашев Р. Т., який зазначає, що клієнт – це особа, яка користується послугами [20, с. 105].

Отже, за термінологією економічних словників, клієнт – це той, хто отримує страхову послугу.

Зазначимо, що на багатьох сайтах вітчизняних страхових компаній застосовується термін «клієнт».

Створені кабінети клієнта, ведеться сторінка відгуків клієнта. Довідник клієнта допомагає отримати всі необхідні документи, квитанції та заяви, які стануть у нагоді в разі будь-яких змін у договорі страхування, оформлення платежів, підключення додаткових умов страхування, уточнень платежів тощо.

У працях сучасних вітчизняних наукових дослідників ми спостерігаємо подібність термінів «споживач» і «клієнт». Так, Беспалова А. Г. ототожнює поняття «споживачі страхових послуг» і «клієнти». У своїй роботі авторка зазначає, що досвід споживачів страхових послуг, особливо негативний, вчить клієнтів, як здобувати якісну послугу, які вимоги потрібно враховувати при виборі страхового продукту та компанії [9].

В «Енциклопедичному словнику з економіки» Золотогоров В. Г. дає таке визначення терміна: «Споживач – особа або фірма (організація), що споживають (купують) будь-які товари (продукцію, вироби, послуги); те ж саме, що і покупець» [8, с. 325]. У термінологічному словнику «Страхування та управління

ризиком» клієнт у страхових операціях визначається як особа, яка звертається до агента або брокера для отримання консультації або оформлення договору страхування [19, с. 114].

Ряд науковців також ототожнюють ці поняття і зазначають, що тривалі взаємовідносини зі страховою компанією можуть забезпечити і певні вигоди для клієнтів – споживач зникає до одних і тих самих менеджерів, завдяки кращому знанню його потреб і вподобань страховик може надати йому більш індивідуалізовані пропозиції та більшу величину знижок [10].

Тарасов С. зауважує, що, враховуючи ч. 2 ст. 3 Закону України «Про страхування» [11] та ст. 5 Закону України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» [12], до кола клієнтів (споживачів) страхових послуг має бути віднесено страхувальників, застрахованих осіб, вигодонабувачів та правонаступників, спадкоємців і опікунів страхувальника, а також потерпілих внаслідок експлуатації транспортних засобів. На його думку, включення у визначення поняття «споживач» застереження щодо «задоволення потреб, не пов'язаних із підприємницькою, незалежною професійною діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника» обмежує коло споживачів страхових послуг, оскільки види страхування передбачають і захист майнових інтересів страхувальників, пов'язаних із підприємницькою діяльністю, і відшкодування шкоди, заподіяної страхувальником третім особам внаслідок професійної діяльності, і страховий захист під час виконання обов'язків найманого працівника [13].

Однак більшість авторів не сформулювали власної точки зору щодо відмінності термінів «споживач» – «клієнт». З'ясування змісту поняття передбачає визначення найбільш характерних ознак явища, процесу, феномену, предмета тощо. Саме індивідуальні характеристики об'єкта надають можливість зрозуміти його унікальний зміст, а відповідно, і визначити його відмінності від змісту схожих категорій.

Зауважимо, що у страховій практиці та в законодавстві, що регулює страхову діяльність, вживається усталений термін «страхувальник». Страхувальниками визнаються юридичні особи та дієздатні фізичні особи, які уклали зі страховиками договори страхування. Страхувальники можуть укладати зі страховиками договори про страхування третіх осіб (застрахованих осіб) лише за їх згодою, та які можуть набувати прав і обов'язків страхувальника згідно з укладеним договором страхування. Також страхувальники мають право при укладанні договорів страхування призначати вигодонабувачів для отримання страхових виплат. При страхуванні відповідальності страховик здійснює виплати третім (невизначеним) особам за шкоду, заподіяну їх життю, здоров'ю чи майну. Третя особа не є стороною в

зобов'язанні, але на підставі закону чи договору набуває прав у такому зобов'язанні.

Отже, треті особи (невизначені особи) не сподіваються, що з ними може трапитися страховий випадок і тому не мають наміру отримати страхову послугу, вони потрапляють до кола клієнтів страховика тільки в разі, коли скористаються страховою послугою.

Для страховиків є дуже важливим питання взаємовідносин з клієнтами як з реальними страхувальниками, які вже купили страховий продукт шляхом укладання договору страхування та сплати страхових внесків, так і з потенційними клієнтами. Ними можуть стати застраховані особи, вигодонабувачі, треті особи, які ще не мали особистого досвіду зіткнення з випадковими небезпеками та ніколи на зверталися до страхової компанії. Але в разі отримання якісного страхового сервісу, впевненості в отриманні страхового захисту та розуміючи матеріальну корисність страхування, споживач може стати клієнтом.

Страхові компанії вивчають профілі своїх клієнтів, класифікують відповідно до їх віку, статі, рівня доходу та географічного положення, що може допомогти страховикам поглибити існуючі відносини з клієнтами й охопити потенційних споживачів страхових послуг для збільшення трафіку.

З'ясування відмінностей змісту категорій «споживач» і «клієнт» у контексті їх тлумачення в межах чинного законодавства та наукової думки дозволило визначити різницю між цими поняттями. Споживач страхових послуг – фізична особа, яка використовує або має намір отримати страхову послугу з метою задоволення особистих потреб, не пов'язаних із підприємницькою, незалежною професійною діяльністю. Поняття «клієнт» є більш ширшим і включає кінцевого споживача. Клієнт страхової компанії – це фізична особа (у тому числі споживач страхових послуг), фізична особа – підприємець або юридична особа, яка отримує або може отримати страхову послугу на підставі закону чи згідно з договором страхування.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, підкреслимо, що для створення механізмів правового захисту споживачів страхових послуг має сенс вводити загальне поняття «клієнт», що охоплює будь-кого, хто користується чи може скористатися послугами страхової компанії – страхувальників, застрахованих осіб, вигодонабувачів та правонаступників, спадкоємців і опікунів страхувальника тощо. Серед перспективних напрямів наукових досліджень щодо порушеної проблематики заслуговують на увагу аспекти практичного прояву основних характеристик клієнта страхової компанії. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року // Офіційний сайт Національного банку

- України. URL: <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy>
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг» від 12.09.2019 р. № 79-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-20>
 3. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг» від 20.09.2019 р. № 122-IX (стаття 3). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20>
 4. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. № 2664-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
 5. Ильин В. И. Поведение потребителей : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2000. 223 с.
 6. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. 4-е изд. М. : ИНФРА-М, 2012. 882 с.
 7. Ефимов С. Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование. М. : Церих-ПЭЛ, 1996. I-X. 528 с.
 8. Золотогоров В. Г. Энциклопедический словарь по экономике. Мн. : Польша, 1997. 571 с.
 9. Беспалова А. Г. КАСКО на страховом ринку України: оцінка привабливості споживачем. *Фінанси, облік, банки*. 2018. № 1. С. 19–29. DOI: 10.31558/2307-2296.2018.1.2
 10. Білик І. І., Косар Н. С., Кузьо Н. Є. Маркетинг відносин у діяльності компаній на страховому ринку України. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6990>
 11. Закон України «Про страхування» від 7 березня 1996 р. № 85/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>
 12. Закон України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» від 1 липня 2004 р. № 1961-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1961-15>
 13. Тарасов С. Захист прав споживачів у сфері надання страхових послуг. URL: https://lhs.net.ua/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2018/05/3_Zakhyst-prav-spozhyvachiv-u-sferi-nadannia-strakhovykh-poslugh.-Tarasov-Serhii-vitse-prezydent-Lihy-strakhovykh-orhanizatsii-Ukrainy.pdf
 14. Директива 2002/21/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 7 березня 2002 року про спільні правові рамки для електронних комунікаційних мереж та послуг (Рамкова Директива). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_003-02/ed20020307#n80
 15. Директива № 2008/48/ЄС Європейського Парламенту і Ради ЄС про договори споживчого кредитування і відміну Директиви Ради ЄС 87/102/ЄЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b19
 16. Директива Європейського Парламенту і Ради 2014/17/ЄС від 4 лютого 2014 року про кредитні договори для споживачів, що стосуються житлової нерухомості, і внесення змін до Директив 2008/48/ЄС та 2013/36/ЄС та до Регламенту (ЄС) № 1093/2010. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_004-4/ed20140204#n149
 17. Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку» від 05.03.2002 р. № 49-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02/ed20020401/find?text=%D1%EF%E6%E8%E2%E0%F7>
 18. Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на узгоджені дії суб'єктів господарювання» від 12.02.2002 р. № 27-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0239-02/ed20091005/find?text=%D1%EF%E6%E8%E2%E0%F7>
 19. Тулинов В. В., Горин В. С. Страхование и управление риском : терминологический словарь. М. : Наука, 2000. 565 с.
 20. Юлдашев Р. Т., Тронин Ю. Н. Российское страхование: системный анализ понятий и методология финансового менеджмента. М. : Анкил, 2000. 448 с.
 21. Закон України «Про захист прав споживачів» від 19.01.2020 р. № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

REFERENCES

- Bespalova, A. H. "KASKO na strakhovomu rynku Ukrainy: otsinka pryvabylyvosti spozhyvachem" [CASCO on the Insurance Market of Ukraine: Evaluation of Attractiveness by the Consumer]. *Finansy, oblik, banky*, no. 1 (2018): 19-29. DOI: 10.31558/2307-2296.2018.1.2
- Bilyk, I. I., Kosar, N. S., and Kuzyo, N. Ye. "Marketynh vidnosyn u dialnosti kompanii na strakhovomu rynku Ukrainy" [Relationship Marketing in the Activity of Insurance Companies, Operating in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. 2019. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6990>
- Ilin, V. I. *Povedeniye potrebiteley* [Consumer Behavior]. St. Petersburg: Piter, 2000.
- [Legal Act of Ukraine] (1996). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>
- [Legal Act of Ukraine] (2001). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
- [Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02/ed20020401/find?text=%D1%EF%E6%E8%E2%E0%F7>
- [Legal Act of Ukraine] (2002). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_003-02/ed20020307#n80
- [Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0239-02/ed20091005/find?text=%D1%EF%E6%E8%E2%E0%F7>
- [Legal Act of Ukraine] (2004). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1961-15>
- [Legal Act of Ukraine] (2008). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b19
- [Legal Act of Ukraine] (2014). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_004-4/ed20140204#n149
- [Legal Act of Ukraine] (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20>
- [Legal Act of Ukraine] (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-20>

[Legal Act of Ukraine] (2020). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

Rumyantseva, Ye. Ye. *Novaya ekonomicheskaya entsiklopediya* [New Economic Encyclopedia]. Moscow: INFRA-M, 2012.

"Stratehiia rozvytku finansovoho sektoru Ukrainy do 2025 roku" [Strategy of Development of Financial Sector of Ukraine Till 2025]. Ofitsiyni sait Natsionalnoho banku Ukrainy. <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy>

Tarasov, S. "Zakhyst prav spozhyvachiv u sferi nadання strakhovykh posluh" [Consumer Protection in the Field of Insurance Services]. https://lhs.net.ua/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2018/05/3_Zakhyst-prav-spozhyvachiv-u-sferi-nadannya-strakhovykh-posluh-Tarasov-Serhii-vitse-prezydent-Lihy-strakhovykh-orhanizatsii-Ukrainy.pdf

hovykh-posluh-Tarasov-Serhii-vitse-prezydent-Lihy-strakhovykh-orhanizatsii-Ukrainy.pdf

Tulinov, V. V., and Gorin, V. S. *Strakhovaniye i upravleniye riskom : terminologicheskii slovar* [Insurance and Risk Management: a Terminological Dictionary]. Moscow: Nauka, 2000.

Yefimov, S. L. *Entsiklopedicheskii slovar. Ekonomika i strakhovaniye* [Encyclopedic Dictionary. Economics and Insurance]. Moscow: Tserikh-PEL, 1996.

Yuldashev, R. T., and Tronin, Yu. N. *Rossiyskoye strakhovaniye: sistemnyy analiz ponyatiy i metodologiya finansovogo menedzhmenta* [Russian Insurance: a Systematic Analysis of Concepts and Methodology of Financial Management]. Moscow: Ankil, 2000.

Zolotogorov, V. G. *Entsiklopedicheskii slovar po ekonomike* [Encyclopedic Dictionary of Economics]. Minsk: Polymya, 1997.

УДК 336.14:352

JEL: B49; E20; E65; H72; R19; R50

СТІЙКІСТЬ БЮДЖЕТУ УРБОГЕОСИСТЕМИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЇЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

©2020 РОМАНОВСЬКА Ю. А.

УДК 336.14:352

JEL: B49; E20; E65; H72; R19; R50

Романовська Ю. А. Стійкість бюджету урбогеосистеми в забезпеченні її соціально-економічної безпеки

Соціально-економічна безпека урбогеосистеми є складним поняттям, що виявляється, перш за все, у наявності внутрішній ієрархії, в якій економічна безпека урбогеосистеми закладає підґрунтя її соціальної безпеки. Соціально-економічна безпека міста як сукупність різноманітних умов, що забезпечують позитивність характеристик проживання населення в місті та діяльності економічних агентів, задоволення їхніх потреб і дотримання інтересів і прав, вирішальною мірою залежить від фінансової спроможності міста, яка визначає його функціонування та розвиток. Фінансова спроможність урбогеосистеми формується під впливом кількох чинників, одним із яких є стійкість її бюджету. Перевірка бюджету урбогеосистеми на стійкість є першим кроком в оцінюванні її соціально-економічної безпеки. Стійкість бюджету урбогеосистеми слід розуміти як міру збереження параметрів його витратної частини при зменшенні до певної межі параметрів дохідної частини, яка дозволить бюджету виконувати його найважливіші функції. У статті проведено оцінювання стійкості бюджету кількох міст – з використанням коефіцієнтів фінансової стійкості місцевих бюджетів та індексів коефіцієнтів. Оцінювання стійкості бюджету урбогеосистеми виконано на прикладі даних кількох досліджуваних міст використано чотирьохквартну матрицю. Досліджувані міста розподілено за середнім індексом використаних коефіцієнтів стійкості бюджету та за квадрантами порівняльної матриці. За значенням темпоральних показників коефіцієнтів надано оцінку стійкості бюджету досліджених міст: бюджет є підстави визнати стійким (хоча ця стійкість не є усталеною), що є певним свідченням достатності рівня соціально-економічної безпеки досліджених урбогеосистем.

Ключові слова: соціально-економічна безпека, урбогеосистема, бюджет, стійкість, оцінювання, коефіцієнт, темпоральний показник.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-2-398-406>

Рис.: 1. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 15.

Романовська Юлія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (вул. Соборна, 87, Вінниця, 21050, Україна)

E-mail: bogdana32rom@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1099-0787>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/C-7369-2018>

УДК 336.14:352

JEL: B49; E20; E65; H72; R19; R50

Романовская Ю. А. Устойчивость бюджета урбогеосистемы в обеспечении ее социально-экономической безопасности

Социально-экономическая безопасность урбогеосистемы является сложным понятием, проявляющаяся, прежде всего, в наличии внутренней иерархии, в которой экономическая безопасность урбогеосистемы закладывает основу её социальной безопасности. Социально-экономическая безопасность города как совокупность различных условий, обеспечивающих положительность характеристик проживания населения в городе и деятельности экономических агентов, удовлетворение их потребностей и соблюдение интересов и прав, в решающей степени зависит от финансовых возможностей города, которые определяют его функционирование и развитие. Финансовая состоятельность урбогеосистемы формируется под влиянием нескольких факторов, одним из которых является устойчивость её бюджета. Проверка бюджета урбогеосистемы на устойчивость является первым шагом в оценке её социально-экономической безопасности. Устойчивость бюджета урбогеосистемы следует понимать как меру сохранения параметров его расходной части при уменьшении до определенного предела параметров доходной части, которая позволит бюджету выполнять его важнейшие функции. В статье проведена оценка устойчивости бюджета нескольких городов с использованием коэффициентов финансовой устойчивости местных бюджетов и индексов коэффициентов. В сравнительном анализе темпо-