

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-25>

УДК 339.1: 308

ХРУПОВИЧ Світлана

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0000-0001-8439-6505>e-mail: skhrupovych@gmail.com**МАЗУР Олександр**

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0009-0001-2148-6236>e-mail: mazur789@ukr.net**СЛИВЯК Антон**

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0009-0006-1157-5362>e-mail: anton.slyviak@gmail.com

ДОСЛІДЖЕННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ МАКРОСЕРЕДОВИЩА МАРКЕТИНГУ

У статті розглядається вплив соціального забезпечення на формування купівельної спроможності споживачів. Зроблено акценти на економічній складовій макросередовища маркетингу, що відіграє ключову роль у формуванні поведінки населення, особливо в умовах політичної нестабільності та військового стану в Україні. Зокрема, увагу зосереджено на найбільш вразливому сегменті ринку споживачів — громадянах, які отримують мінімальні соціальні виплати. Розраховано, що мінімальну пенсію, або мінімальну заробітну плату в Україні отримують близько 16,5% дорослого населення країни. У роботі також здійснено теоретичний аналіз класичних моделей соціального забезпечення, а саме: ліберальну, консервативну, соціал-демократичну, середземноморську та постсоціалістичну. Охарактеризовано риси моделей та наведено приклади країн, де ці моделі взяті за основу при формуванні політики соціальних гарантій населення. Визначено, що за такого великого відсотку населення із мінімальними доходами в країні, соціальні гарантії є основою для визначення цінової політики підприємств для цього споживчого сегменту ринку. Здійснено порівняльний аналіз України та Угорщини, як країн віднесених до однієї групи постсоціалістичної моделі соціального забезпечення, але із відмінним підходом до реалізації принципів соціального захисту. Отримані нами результати дослідження підтверджують критично низький рівень соціальних виплат в Україні. Встановлено, що для покриття базових витрат на продукти, комунальні послуги та медичне обслуговування таких коштів недостатньо при мінімальній пенсії і заробітній платі населення. Тому, нами акцентовано необхідність у перегляді маркетингових стратегій вітчизняного бізнесу в умовах війни. Варто змінити маркетингову програму розвитку як у ціновому, так і продуктовому аспектах. Пропонуємо зробити більшу орієнтацію на економічно найменш забезпечений сегмент населення, який складає шосту частину дорослого населення країни. Запропоновано враховувати міжнародний досвід у трансформації моделі соціального забезпечення та розробляти маркетингові програми, що відповідають новим соціальним реаліям. Сформульовано практичні рекомендації для бізнесу через маркетингове планування доступних товарів і послуг для людей із низьким доходом.

Ключові слова: модель соціального забезпечення, маркетингове середовище, мінімальна пенсія, мінімальна заробітна плата, сегмент ринку, маркетингова стратегія.

KHRUPOVYCH Svitlana, MAZUR Oleksandr, SLYVIAK Anton

West Ukrainian National University

EXPLORING THE MODEL OF SOCIAL SECURITY IN THE CONTEXT OF MARKETING MACROENVIRONMENT ANALYSIS

This article examines the impact of social security systems on consumer purchasing power, highlighting the economic dimension of the marketing macroenvironment as a key factor shaping consumer behavior—especially under conditions of political instability and wartime disruption in Ukraine. Particular attention is given to the most vulnerable market segment: citizens receiving minimum pensions or wages. The authors emphasize that under martial law in Ukraine, these factors become particularly significant due to a substantial decline in real demand across most product categories. It is estimated that approximately 16.5% of Ukraine's adult population lives on these minimum social payments. The study provides a theoretical overview of classic welfare models, including liberal, conservative, social-democratic, Mediterranean, and post-socialist types. It outlines the main characteristics of each model and presents examples of countries where these models have shaped national social policy. The analysis emphasizes that in countries with a large proportion of low-income citizens, such as Ukraine, social guarantees are a critical foundation for pricing strategies in business. A comparative case study between Ukraine and Hungary—both classified under the post-socialist welfare model—is presented, revealing differing approaches to implementing social protection principles. The findings confirm that social payments in Ukraine are critically low and insufficient to cover basic needs such as food, utilities, and healthcare. The article argues for a rethinking of domestic marketing strategies during wartime. It suggests a shift in both pricing and product strategies toward the economically disadvantaged segment, which represents one-sixth of the adult population. Drawing from international practices in welfare reform, the study proposes marketing programs tailored to current social realities. Practical recommendations are offered for businesses to plan and deliver accessible goods and services for low-income groups. Practical recommendations have been formulated for businesses regarding the marketing planning of affordable goods and services targeted at low-income consumers.

Keywords: social security model, marketing environment, minimum pension, minimum wage, market segment, marketing strategy.

Стаття надійшла до редакції / Received 23.07.2025

Прийнята до друку / Accepted 22.08.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ТА ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

З огляду на соціально-демографічні характеристики структури населення, що є важливим фактором макросередовища в маркетингу, потрібно постійно досліджувати такі економічні категорії як рівень мінімальної заробітної плати та пенсії, позаяк вони впливають на формування споживчого кошика громадян країни. Цей індикатор у маркетингових дослідженнях відіграє важливу роль, позаяк вказує на зміну пріоритетів споживання населення, а під час військових дій, це доволі відчутно через зменшення реального попиту на більшість торгівельних груп. При виробленні маркетингових стратегій бізнесу за умов невизначеності, потрібно звертати увагу на фактори, які регулюються державою та постійно їх моніторити. Рівень соціального забезпечення населення також має прямий вплив на формування маркетингової політики підприємства у векторі планування сегментів ринку та побудови ефективної системи ціноутворення для цих вибраних кластерів. Зважаючи на актуальність викликів, які по'язані із державним регулюванням у маркетинговій стратегії, потрібно глибше дослідити роль соціального забезпечення як інтегральної складової макросередовища. Нагальність дослідження цієї проблеми посилюється в Україні, яка знаходиться вже четвертий рік у війні, позаяк значна частка населення залежить від державного субсидування та рівня мінімальних соціальних гарантій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання еволюції моделі соціального забезпечення розглядалися в історичній ретроспективі вітчизняними дослідниками із Чернівецького національного університету у статті «Еволюція систем соціального захисту: від концепцій до сучасної практики» [1]. Науковці доволі глибоко вивчили це питання, починаючи від спроб формування елементів системи соціального захисту Київської Русі і до сьогоднішніх днів, станом на 2023 рік. Крім того, дослідники порівняли формування системи у європейських державах за відповідні періоди дослідження. Що до сьогодення, то приєднуємося до висновку авторів цього наукового доробку, де вони вказують на перебування системи соціального забезпечення України у глибокій стагнації, а потреби соціального захисту громадян, які постраждали від військових дій віднести до тимчасових, окрім втрати працездатності через війну. Серед українських вчених цікаве дослідження у кандидата юридичних наук Миколи Кропивницького, де автор розглядає теорії моделювання соціального забезпечення у розрізі класичних підходів через призму посткомуністичного, південноєвропейського та конфуціанського аналізу теоретичного доробку [2]. Вчений ототожнює моделі соціального забезпечення із «режимами добробуту» та робить влучні висновки про те, що все ж таки, ці моделі є умовними характеристиками, які базуються на ідеях соціальної справедливості та певного ідеалу майбутнього для соціального розвитку держави. Схоже дослідження із виокремленням актуальних теоретичних підходів до ранжування моделей соціального забезпечення можемо прослідкувати у Катерини Слюсаренко та Марини Садовенко «Соціальна політика ЄС: сучасні виклики та перспективи» [3]. Автори дали характеристику основних моделей соціального забезпечення із оцінюванням тенденцій розвитку та використанням у різних країнах світу. Аналіз останніх досліджень та публікацій варто доповнити відсиланням на класичну працю англійського вченого Річарда Титмуса «*Essays on the Welfare State*» (1958) [4]. Саме його ми вважаємо засновником концепції соціального забезпечення, позаяк роздуми щодо виокремлення трьох основних моделей: інституціональної, залишкової та індустріальної, витримують апробування часом. Данський вчений Gøsta Esping-Andersen у контексті дослідження моделей організації соціального забезпечення виокремив ліберальну модель, за якою розвиваються США, Канада та Австралія, консервативну модель для Німеччини та Франції та соціал демократичну модель (Норвегія, Швеція) [5]. Незважаючи на значну кількість теоретико-аналітичних досліджень та ретроспективний огляд становлення і розвитку моделей соціального забезпечення в українській та зарубіжній науковій думці, вважаємо, що необхідно звернути увагу на ту модель, яка потребує суттєвого оновлення через вплив нових соціально-політичних умов функціонування бізнесу в Україні та зміни структури продуктового кошика для населення через військовий стан країни та невизначеність найближчої перспективи.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Традиційні маркетингові дослідження, як правило, проводяться з акцентами на класично важливих для клієнта індикаторах купівельної спроможності – ціні та якості товару, а також складових доходів домогосподарства. Проте, реалії українського сьогодення потребують переосмислення впливу соціальних чинників макросередовища на рівень купівельної спроможності населення, оскільки вивчення кореляційних зв'язків між сумою соціальних гарантій та маркетинговою діяльністю підприємств має стратегічний вектор планування, незважаючи на умови невизначеності у період війни. До того ж, проаналізовані нами публікації [1-5] вітчизняних і зарубіжних дослідників оперують, у більшості, характеристиками моделей соціального забезпечення стабільного макросередовища. Вони не враховують такі зовнішні чинники впливу на маркетингову стратегію бізнесу як: масова внутрішня і зовнішня міграція, розрив економічних ланцюгів як всередині країни через тимчасову окупацію регіонів, так і довготривалі зв'язки з імпортерами через призму

інституційної невизначеності. Це відкриває перспективи для глибшого дослідження трансформації моделі соціального забезпечення в Україні та її вплив на розвиток маркетингових стратегій бізнесу. Тому, основні наголоси нашої статті будуть розставлені на особливостях моделі соціального забезпечення в Україні з акцентом на формування споживчого кошика громадян із найнижчою межею доходів: мінімальною пенсією та мінімальною заробітною платою. За статистикою пенсійного фонду України [6], в країні налічується 10,2 млн пенсіонерів, з них 30% (3,06 млн. осіб) отримують мінімальну пенсію у розмірі до 3000 грн. А на мінімальну заробітну плату у розмірі 8000 гривень живуть 2,5 мільйони населення за даними Міністерства фінансів України [7]. Чисельність населення України станом на 1 січні 2025 року склала 38,7 млн осіб, з них дорослого, старше 18 років – 33,6 млн осіб [8]. Отже, за структурним зрізом населення, можемо, констатувати, що 16,5 % дорослого населення в країні проживають на дохід, який відповідає мінімальному рівню соціального забезпечення. Зважаючи на такий великий кластер населення із мінімальним рівнем доходу в Україні, варто глибше вивчити структуру споживання цього сегменту з орієнтацією на перегляд маркетингових стратегій бізнесу у сторону забезпечення попиту саме цієї економічної категорії дорослого населення країни.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою цієї статті є дослідження багатоваріантних моделей соціального забезпечення населення, які склалися історично у різних державах з виявом елементів, які можуть бути адаптивними для виведення української моделі із стану занепаду. Також дуже важливо у маркетинговому напрямку нашого наукового пошуку розробити практичні рекомендації із врахуванням соціального чинника для підприємств при виробленні ними маркетингової стратегії. Для цього важливо серед завдань виділити такі, що дозволять швидко адаптувати маркетингову програму мікс до умов обмеженої купівельної спроможності під час військових дій в Україні. Варто також виробити рекомендації для бізнесу, що орієнтується на сегмент населення із низьким доходом в межах допустимої рентабельності через програму моделювання попиту в нових економічних та демографічних реаліях України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Для маркетологів вітчизняних підприємств в умовах невизначеності через військові дії у країні, важливо працювати із всіма сегментами ринку. Враховуючи вищенаведений факт частки сегменту дорослого населення із найменшими доходами на рівні 16,5 %, варто вивчити механізми, які вдало працюють у багатьох країнах світу та моделі соціального забезпечення, вироблені міжнародною практикою. Потрібно врахувати і той факт, що політико-економічне становище країни є відкритим, вітчизняним покупцям доступні всі нові технологічні сервіси і продукти, які впроваджуються у систему логістики та розподілу і варто це враховувати і зробити послуги також доступними для всіх споживчих сегментів ринку. Більшість відомих моделей, які ми дослідимо у нашій роботі відрізняються у залежності від історичного розвитку держави, усталеної культури споживання, домінуючих політичних та культурних цінностей. У науковій літературі [1-5] виділено декілька узагальнених моделей соціального забезпечення населення. Кожна модель базується на історично складеній парадигмі, в основі якої є справедливий перерозподіл ресурсів між всіма суб'єктами економіки. Надалі у таблиці спробуємо систематизувати ці моделі, виявити їх домінуючі характеристики, щоб глибше зрозуміти майбутню логіку адаптивності української системи соціального забезпечення до світової практики функціонування таких моделей. Загалом, розуміння причин ефективного фінансування найбільш вразливих категорій населення, дозволить вітчизняному бізнесу пристосувати свої маркетингові програми до того попиту, який пред'являє сегмент із низьким доходом. Якщо в країні абсолютна більшість населення – середній клас із відповідним доходом, то логічно, що і бізнес так сегментує ринок, вибудовуючи цінову і продуктову стратегії, відповідно, до вимог цього ринку. Проте, маємо факт, шоста частина ринку, – це люди з найнижчим доходом, тому, варто розробити і для такого потужного кластеру програми цінової та продуктової адаптивності, підключаючи фінансовий сектор із системою кредитування та державу, яка може субсидувати деякі послуги найменш забезпеченій категорії населення. Все це актуалізує потребу теоретичного аналізу світової практики функціонування моделей соціального забезпечення (табл. 1.). Моделі, які ми охарактеризуємо є класичними і на сьогодні, у чистому вигляді не існують у жодній країні. Постійна адаптація систем соціального захисту до змін факторів макросередовища свідчить про те, що комбіновані моделі поєднують сильні сторони різноманітних світових практик і модифікуються до соціально-економічного контексту держави. Останнім часом важливо, щоб модель соціального захисту була інклюзивною, приймала до уваги форми зайнятості вразливих груп населення. Також, необхідно врахувати, що країни постсоціалістичного рівня розвитку поступово переходять на одну із класичних моделей, які показали ефективність у своїх державах, інтегруючи найкращі практики моделей, враховуючи національні особливості та власні економічні ресурси. В Україні маємо сьогодні доволі низькі стандарти соціального забезпечення. Як бачимо із таблиці 1, вони не лише найнижчі серед країн постсоціалістичної моделі, які ми розглядаємо, але і фіксуються найменші показники соціальної захищеності серед країн із функціонуванням інших ефективних моделей соціального забезпечення. Вважаємо, що для нашої країни важливо орієнтуватися у своєму перехідному періоді, враховуючи історичний контекст та курс на європейську інтеграцію, на змішану модель,

що поєднує консервативну, соціал-демократичну моделі і враховує інклюзивність та адресне забезпечення соціальних гарантій найбільш вразливих верств населення.

Таблиця 1

Класифікація моделей соціального забезпечення та соціальні гарантії у країнах
(розраховано у доларах США)

Модель	Основні характеристики	Країни	Соціальні гарантії	
			Мінімальна соціальна пенсія,\$	Мінімальна заробітна плата,\$
ЛІБЕРАЛЬНА	- держава допомагає лише найбіднішим верствам населення; - соціальні виплати фінансуються з податків і є мінімальними; - обов'язкове соціальне страхування, а з нього вже виплачують пенсії; - широка мережа медичного страхування; - акцентується важливість трудової активності населення.	США	1000	2600
		Канада	1005	1900
		Велика Британія	1230	2550
КОНСЕРВАТИВНА	-соціальне страхування за рахунок внесків роботодавців і застрахованих осіб; - існує соціальна допомога для непрацюючих; -велике фіскальне навантаження на ринок праці.	Німеччина	624	1740
		Франція	1070	1740
СОЦІАЛ-ДЕМОКРАТИЧНА	-високі податки та база оподаткування та забезпечення соціальних гарантій; - орієнтація на вирівнювання можливостей і доходів; -універсальні соціальні послуги незалежно від доходу; -найнижчий рівень бідності серед всіх країн.	Швеція	1080	2700
		Норвегія	1920	3450
		Фінляндія	1180	2500
СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКА	-соціальна політика орієнтується на соціально вразливі верстви населення; - нерівномірний розподіл соціальних виплат, що залежить від професії; -високий рівень тіньової зайнятості.	Іспанія	1200	1290
		Італія	930	1680
ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНА	- все ще є проблеми тінізації доходів; - поступова інтеграція західних моделей у систему соціального забезпечення; - поєднання державного фінансування з розвитком обов'язкових і добровільних страхових механізмів; - посилення адресної соціальної допомоги через механізми верифікації доходів.	Польща	510	1176
		Угорщина	136	560
		Румунія	270	508
		Латвія	200	516
		Естонія	445	608
		Литва	295	660
		Україна	62	229

Примітка: систематизовано авторами на основі джерел [1, 2, 9, 10, 11]

Розуміючи, що бізнесу потрібно враховувати реалії сьогодення, де велика частина економічно активного населення отримує мінімальні доходи, ми провели маркетингове дослідження, метою якого було визначити які товари і послуги можуть придбати пенсіонери та працюючі з мінімальним рівнем пенсії та заробітної плати. Таке дослідження було проведено також в Угорщині для порівняння ефективності моделі соціального забезпечення, визначеної в теорії як постсоціалістична. Цю країну вибрано з огляду на те, що вона є нашим сусідом та показники мінімальної пенсії і заробітної плати ще не є досить високими, як у інших країнах Європейського Союзу, але вищі за цифри, які ми бачимо в українській реальній економіці. Методика нашого дослідження полягала в тому, щоб описати набір продуктового кошика, який може собі дозволити споживач із низьким доходом протягом місяця, ціни брали актуальні у торгівельній мережі двох країн.

Станом на 2025 рік мінімальні грошові надходження в умовах економічної нестабільності та війни майже не змінювалися у динаміці. Тому ми спробуємо оцінити купівельну спроможність громадян через порівняння із реальними витратами на продукти харчування, комунальні послуги та інші базові потреби на основі статистичних джерел, цін у магазинах та інших емпіричних даних.

Станом на 1 січня 2025 року мінімальна заробітна плата брутто в Україні складала 8000 грн [7]. На руки за вирахуванням ПДФО та пенсійного збору людина отримує 6160 грн. (147 \$). Мінімальна пенсія для незахищених категорій населення складає 2361 грн. [6, 11]. Як ми згадували вище, 30% пенсіонерів в Україні отримують менше 3000 грн пенсії, або 62 \$.

На основі вторинної інформації та первинної, отриманої під час проведення маркетингового дослідження нашими студентами, котрі перебували за програми обмінів в Угорщині, маємо реальні цифри

соціального забезпечення населення цієї країни. Мінімальна заробітна плата у цій країні брутто складає 290800 HUF, за вирахуванням податків 193382 HUF (560 \$). Ще в країні є такий показник як гарантована мінімальна заробітна плата для кваліфікованих працівників у розмірі 231 952 HUF (800 \$). Мінімальна пенсія в країні складає 39600 HUF (136 \$). Побудуємо таблицю 2, куди занесемо ціни на основні продукти харчування і вартість послуг, які можуть придбати громадяни країни із мінімальним рівнем соціального забезпечення.

Таблиця 2

Розподіл витрат за мінімального рівня соціального забезпечення в Україні та Угорщині

Продукти і послуги на місяць	Україна, грн.	УГОРЩИНА, HUF
Продукти на 1 особу		
Хліб, 4 буханки	200	1600
Молоко, 2 літри	100	600
Сметана, 1 літр	150	750
Яйця, 20 шт	120	1000
М'ясо, 2 кг	300	3000
Риба 1 кг	200	2300
Картопля, 4 кг	120	1000
Олія, 1 бут	70	800
Масло, 1 пачка	100	1000
Цукор, 500 гр	40	150
Крупи, 2 кг	80	1000
Макарони, 1 кг	50	800
Фрукти, овочі різні 4 кг	500	2500
ВСЬОГО, продукти	2030	16500
Непродуктові товари (мило, шампунь, засоби для прання)	300	2200
Одяг (в еквіваленті 25 \$)	1000	9000
Послуги (комунальні: опалення, вода, електрика; інтернет, телефон, перукарня)	2500	20000
Проїзд для працюючих	700	7000
Медичні витрати (основні ліки)	600	5000
РАЗОМ	7130	59700

Результати проведеного дослідження, відображені в таблиці 2, дозволяють нам стверджувати, що в Україні дуже важко мати прийнятний рівень проживання, отримуючи дохід лише як мінімальну зарплату, чи пенсію – вони не покривають найнеобхідніших витрат, залишок із доходу відсутній, потрібно зменшувати навіть і ці витрати. Виробники в цьому контексті, орієнтуючись на 16,5 % дорослого населення, можуть пропонувати у мережі товари із акціями, а держава пропонує програми субсидування комунальних послуг. Таким чином, мінімального доходу може хватити на забезпечення проживання, якщо не буде великих витрат, а саме – проблеми із здоров'ям, придбання теплої одягу і взуття.

Для Угорщини проведений аналіз дає докази того, що пенсія мінімальна забезпечує потреби людей, які її отримують як базовий дохід. Проте, мінімальна заробітна плата у розмірі 193382 HUF навіть для некваліфікованих працівників покриває базові потреби і ще є залишок у розмірі 133682 HUF. Це означає, що в країні, яка орієнтується на принципи постсоціалістичної моделі соціального забезпечення, працівник із найменшою мінімальною заробітною платою може мати не поганий рівень життя – купувати як базові, так і додаткові продукти, одяг і відкладати кошти.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене нами дослідження дозволяє констатувати зв'язок усталених моделей соціального забезпечення у різних країнах із факторами макросередовища, котрі мають прямий вплив на формування маркетингових стратегій підприємств. Зважаючи на умови ведення бізнесу в Україні, які розглядаються через призму невизначеності і військового стану, рівень мінімальних соціальних гарантій є дуже важливою детермінантою при формуванні купівельної спроможності великої частини споживачів, а саме 16,5% у структурі дорослого населення країни. Цей сегмент формує специфічну структуру споживання, тому підприємствам потрібно переглядати маркетингові програми і будувати стратегію бізнесу з орієнтацією на запити 5,5 мільйонів населення країни. Результати нашого дослідження також дозволяють нам зробити висновки про те, що незважаючи на доволі низький рівень мінімальних соціальних виплат у країні, макросередовище маркетингу дуже чутливо реагує на соціальні фактори і змінюється через збільшення частки товарів першої необхідності за низькими цінами у структурі пропозиції торговельних мереж. А надалі, якщо військовий стан в Україні буде продовжено ще на невизначений період, варто орієнтувати маркетингову як товарну, так і цінову стратегію на умовно «малозабезпечені» категорії споживачів. Позитивний досвід країн із групи постсоціалістичної моделі - Угорщини, Польщі та інших, показує, що ефективна державна політика із підтримки купівельної спроможності малозабезпечених категорій населення дозволяє утримувати прийнятний рівень споживання. Наступні наші наукові розвідки повинні розширити знання у цьому напрямі.

Позаяк розуміння маркетингової поведінки як споживачів, так і суб'єктів бізнесу у кризових умовах сприятиме забезпеченню рентабельності підприємств та підвищення рівня їх соціальної відповідальності.

Література

1. Яремчук, С. С., Гнатчук, О. С., & Шестакова, К. Ю. (2023). Evolution of social protection systems: from concepts to modern practice. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*, (38), , pp. 206-214. Retrieved from URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/892>
2. Кропивницький Микола. Теорії моделювання соціального забезпечення населення. *Knowledge, Education, Law, Management*. № 3 (63). 2024. С. 64-71. URL: <https://doi.org/10.51647/kelm.2024.3.11>
3. Слюсаренко К.В., Садовенко М.М. Соціальна політика ЄС: сучасні виклики та перспективи. *Економічний аналіз*. 2017. Т. 27, № 1. С. 80–90. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2017_27%281%29_12
4. Richard M. Titmuss. *Essays on the Welfare State* (Reissue). Bristol University Press. 2018. 232 p. URL: <https://doi.org/10.2307/j.ctv6zdcdd>
5. Gøsta Esping-Andersen. *Politics against Markets: The Social Democratic Road to Power*. Princeton University Press. 2017. 38 p.
6. Пенсійний фонд України. Офіційний сайт. URL: www.pfu.gov.ua; [Статистика - Пенсійний фонд України](#)
7. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk/>
8. Чисельність населення України. Сайт Macrotrends. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/ukr/ukraine/population?utm>
9. Пенсія та пенсійна система в США. *MIGRANT.BIZ.UA*. URL: <https://migrant.biz.ua/ssha/zhittya-ssha/pensiia-v-ssha.html>
10. Катерина Пулатова. Яка у США мінімальна зарплата у 2025 році: менше заплатити не можуть. Уніан. Інформаційне агентство. 17.05.2025. URL: <https://www.unian.ua/world/minimalnaya-zarplata-v-ssha-2025-skolko-zarabatyvayut-bezhency-i-grazhdane-13010505.html>
11. Катерина Пулатова. Цифри вас здивують: порівняння мінімальних пенсій в Україні та за кордоном. Уніан. Інформаційне агентство. 15.03.2025. URL: https://www.unian.ua/society/minimalnaya-pensiya-v-ukraine-i-v-stranah-evropy-kakaya-raznica-v-vyplatah-12944493.html#goog_rewarded

References

1. Yaremchuk, S. S., Gnatchuk, O. S., & Shestakova, K. Yu. (2023). Evolution of social protection systems: from concepts to modern practice. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*, (38), , pp. 206-214. Retrieved from :<https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/892>
2. Kropyvnytskyj Mykola. (2024) Teoriyi modelyuvannya socialnogo zabezpechennya naselennya. *Knowledge, Education, Law, Management*. # 3 (63). pp. 64-71. <https://doi.org/10.51647/kelm.2024.3.11>
3. Slyusarenko K.V., Sadovenko M.M. (2017) Socialna polityka YeS: suchasni vyklyky ta perspektyvy. *Ekonomichnyj analiz*. T. 27, No 1. pp. 80–90. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2017_27%281%29_12
4. Richard M. Titmuss. (2018.) *Essays on the Welfare State* (Reissue). Bristol University Press. 232 p. <https://doi.org/10.2307/j.ctv6zdcdd>
5. Gøsta Esping-Andersen. (2017) *Politics against Markets: The Social Democratic Road to Power*. Princeton University Press.. 38 p.
6. Pensijnyj fond Ukrayiny. Oficijnyj sajт. www.pfu.gov.ua.
7. Ministerstvo finansiv Ukrayiny. Oficijnyj sajт. <https://www.mof.gov.ua/uk/>
8. Chyselnist naselennya Ukrayiny. Sajт Macrotrends. <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/ukr/ukraine/population?utm>
9. Pensiya ta pensijna systema v SShA. *MIGRANT.BIZ.UA*. <https://migrant.biz.ua/ssha/zhittya-ssha/pensiia-v-ssha.html>
10. Kateryna Pulatova. Yaka u SShA minima'na zarplata u 2025 roci: menshe zaplatyty ne mozhut. Unian. Informacijne agentstvo. 17.05.2025. <https://www.unian.ua/world/minimalnaya-zarplata-v-ssha-2025-skolko-zarabatyvayut-bezhency-i-grazhdane-13010505.html>
11. Kateryna Pulatova. Cyfry vas zdyvuyut: porivnyannya minimalnyx pensij v Ukrayini ta za kordonom. Unian. Informacijne agentstvo. 15.03.2025. https://www.unian.ua/society/minimalnaya-pensiya-v-ukraine-i-v-stranah-evropy-kakaya-raznica-v-vyplatah-12944493.html#goog_rewarded