

Ольга Гирка

*к. т. н., доцент, доцент кафедри товарознавства,
митної справи та управління якістю,
Львівський торговельно-економічний університет, Україна
olga.gyrka8@gmail.com*

Іванна Омельчук

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма “Товарознавство та
експертиза в митній справі”
Львівський торговельно-економічний університет, Україна
ivanna.sergiivna8@gmail.com*

НАЦІОНАЛЬНИЙ КЕШБЕК У СИСТЕМІ СТИМУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ПОПИТУ В УМОВАХ ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

NATIONAL CASHBACK IN THE SYSTEM OF DOMESTIC DEMAND STIMULATION UNDER UKRAINE'S WARTIME ECONOMY

Анотація. У представленій роботі аналізується ініціатива Уряду України щодо запровадження експериментального проєкту “Національний кешбек” як інструменту стимулювання внутрішнього попиту в умовах воєнного стану. Досліджуються економічні передумови впровадження програми, її механізм та ключові параметри, а також оцінюються потенційні та фактичні наслідки для економіки.

Abstract. This study analyzes the Ukrainian Government's initiative to launch the experimental “National Cashback” project as an instrument for stimulating domestic demand amidst martial law. It examines the economic rationale behind the program's introduction, its mechanism, and key parameters, while also evaluating its potential and realized economic impacts.

Ключові слова: Національний кешбек, внутрішній попит, економіка України, воєнний стан, державна політика, стимулювання споживання.

Key words: National cashback, domestic demand, Ukrainian economy, martial law, government policy, consumption stimulation.

Повномасштабна війна в Україні зумовила глибоку трансформацію економічних процесів, що призвело до макроекономічної дестабілізації, руйнування логістичних ланцюгів та зміни структури споживчого попиту. У таких умовах традиційні механізми стимулювання економіки виявилися недостатніми, що актуалізувало потребу в інноваційних державних інструментах підтримки внутрішнього ринку. Запровадження програми “Національний кешбек” стало реакцією уряду на уповільнення економічного зростання та скорочення доходів населення, водночас запропоноване рішення спроможне активізувати внутрішнє споживання, підтримати національного виробника й забезпечити стійкість економіки в умовах воєнного стану.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні потенціалу національного кешбеку у активації внутрішнього попиту в умовах воєнного стану та оцінці його впливу на поведінку споживачів. Особлива увага приділяється аналізу практичних аспектів впровадження програми та визначенню умов її ефективного застосування в сучасних економічних реаліях України.

Програма “Національний кешбек” є експериментальним проєктом, запровадженим постановою Кабінету Міністрів України з метою підтримки національного виробника через часткове повернення споживачам коштів, витрачених на товари українського виробництва. Вона діятиме до кінця 2025 року, а участь у ній є добровільною як для громадян, так і для виробників та продавців. Особливістю програми є її технологічна реалізація через застосунок “Дія” та механізм використання нарахованих коштів, що передбачає заборону на зняття

готівки та чіткий перелік дозволених витрат, серед яких комунальні послуги, медичні послуги та підтримка Збройних Сил України. Такий підхід формує своєрідну “закриту” фінансову систему, спрямовану не лише на збільшення грошової маси, а й на цілеспрямовану підтримку критично важливих секторів та державних потреб, що є ефективнішим і більш прозорим інструментом, ніж прямі фіскальні трансфери.

У межах державної програми “Національний кешбек” механізм підтримки внутрішнього попиту функціонує за чітко визначеними правилами: споживач здійснює безготівкову оплату українських товарів картою через банк-учасник, після чого система автоматично фіксує транзакцію й нараховує 10 % компенсації від вартості покупки, за винятком підакцизних товарів (рис. 1). Нарахування відбувається щомісяця, а виплата здійснюється до 20 числа наступного місяця, з обмеженням у 3 000 грн кешбеку на місяць. Обмеження можливості конвертації нарахованих коштів у готівку забезпечує виключно цільове спрямування, що посилює соціально-економічну результативність зазначеної програми.



Рис. 1 – Механізм роботи національного кешбеку

За даними дослідження Асоціації ритейлерів України за перші два місяці дії програми продажі продовольчих товарів українського виробництва зросли на 9,5 % та на 4 % у гривневому вираженні порівняно з аналогічним періодом минулого року. Програма охопила понад 20 млн користувачів “Дії” та залучила до 2025 року понад 10 млн транзакцій. Участь у програмі підтвердили найбільші роздрібні мережі України, зокрема АТБ, Сільпо, Varus, Novus, Auchan, Comfy, Епіцентр та інші. Вона також сприяла формалізації торгівлі, оскільки кешбек нараховувався лише за покупки, здійснені електронними платіжними засобами з фіскальними чеками. Це стимулювало підприємців до дотримання податкового законодавства та підвищення прозорості фінансових операцій.

Оцінка фактичного економічного ефекту програми “Національний кешбек” наразі викликає дискусії в науковому та експертному середовищі. Результати окремих досліджень 2024 року свідчать про мінімальний вплив програми на економіку. Незважаючи на позитивні очікування, фактичний економічний ефект від програми виявився обмеженим. За 11 місяців 2024 року з бюджету було виділено 400 мільйонів гривень на реалізацію програми, що призвело до зростання ВВП лише на 0,001 % [1, с.138 – 140].

Відсутність помітного зростання продажів українських товарів та недостатня прозорість методології розрахунків посилюють сумніви щодо ефективності ініціативи. Крім того, програма піддавалася критиці за створення дискримінаційних умов для малого бізнесу, зокрема через неможливість участі підприємств на спрощеній системі оподаткування. Це викликає занепокоєння щодо потенційного посилення монополізації ринку, зниження конкурентоспроможності малого бізнесу та зменшення адаптивності економіки в умовах кризи, що може мати довгострокові негативні наслідки.

Впровадження програми “Національний кешбек” створило передумови для

стимулювання внутрішнього попиту та підтримки вітчизняного виробника. За даними Gradus Research, попит на продукцію українських брендів зріс на 5 % упродовж 2024 року – з 69 % у грудні 2022 року до 74 % у березні 2024 року. Згадане зростання обумовлене, зокрема, тим, що споживачі отримували 10 % компенсації при купівлі товарів українського виробництва, що стало вагомим стимулом робити вибір на користь вітчизняної продукції. Крім того, зросла свідомість покупців : 56 % респондентів зазначили, що під час війни почали свідомо обирати нові українські бренди, щоб підтримати економіку країни. Це, в свою чергу, створює мультиплікативний ефект – зростання продажів стимулює виробництво, підвищує зайнятість та доходи підприємств. Підвищення попиту також дає можливість українським виробникам інвестувати у розвиток продукції та модернізацію виробничих процесів, що зміцнює конкурентоспроможність країни [2, с. 312].

Після детального розгляду механізму та цілей Національного кешбеку важливо оцінити його ефективність у контексті світової практики (табл. 1). Порівняння з міжнародними прикладами політики активізації внутрішнього попиту дозволяє виявити сильні та слабкі сторони української програми.

Таблиця 1. - Аналіз міжнародного досвіду економічного стимулювання

Країна / Програма	Сума компенсації	Основні переваги та ризики
Україна (Національний кешбек)	10 % від вартості товару	Забезпечує стимулювання внутрішнього попиту та підтримку національного виробництва, сприяє розвитку безготівкових розрахунків, водночас має обмежений вибір товарів
Франція (експеримент з дебетовими картками)	€ 300 на особу	Спрямований на оцінку ефективності прямих трансферів для підвищення споживання, але супроводжується значними адміністративними витратами та складністю реалізації.
Нова Зеландія (повернення податкових збитків)	NZ \$ 3.1 млрд	Забезпечує підтримку бізнесу та збереження робочих місць, але має ризик обмеженої ефективності в короткостроковій перспективі
Тайвань (видача ваучерів громадянам)	NT \$ 3,000	Підвищує попит на товари місцевого виробництва та підтримує малий бізнес, але має обмеження щодо умов використання та потенційно високі адміністративні витрати

Дані табл. 1 відображають як різні країни адаптують механізми фіскального стимулювання до власних економічних умов та стратегічних цілей. У кожному випадку програми відрізняються за формою, масштабом та умовами участі, але мають спільну мету – підтримку споживчого попиту та економічного зростання. Порівняння показує, що Національний кешбек України вирізняється чіткою фокусованістю на підтримці внутрішнього виробника та активізації безготівкових розрахунків. Водночас, міжнародні приклади свідчать про важливість комплексного підходу, що включає прозорість умов, доступність для широких верств населення та економічну обґрунтованість витрат. Це дає підстави вважати, що адаптація кращих практик світового досвіду може значно підвищити ефективність української програми. Таким чином, аналіз міжнародного досвіду створює фундамент для подальшої оптимізації механізму Національного кешбеку та його інтеграції у стратегію сталого економічного розвитку країни.

Узагальнюючи результати дослідження, встановлено, що програма “Національний кешбек” виконує функцію стимулювання внутрішнього попиту та підтримки українських виробників в умовах воєнної економіки. Визначено, що вона має позитивний соціально-економічний ефект, однак потребує подальшого удосконалення механізмів реалізації, а її перспективним напрямом є розширення доступності програми для малого бізнесу та інтеграція у комплексну стратегію післявоєнного відновлення економіки України.

Література

1. Державна служба статистики України. Аналітичний звіт “Внутрішнє споживання в Україні в умовах воєнного стану”. Київ, 2024.
2. Лібанова Е. М. Соціальна політика та економічний розвиток: українські реалії воєнного часу. Київ: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, 2023. 312 с.