

## **FINANCIAL INCLUSIVITY: FEATURES AND CLASSIFICATION**

I. M. KRYVTSUN, PhD in Economics, Docent,  
Associate Professor of the Department of Economics of Enterprise and Investment  
*National University «Lviv Polytechnic», Lviv*

Through modern communication devices and social networks, banks and other financial institutions are included in our daily lives.

In era of Big Data, it seems like financial services companies know everything there is to know about our lives as consumers – where we live, what we do for a living, how much we make, how much we have saved, what we buy and what we might want to purchase in the future [1].

In recent researches [2–3], financial inclusion or financial inclusivity is considered by authors as population financial service coverage level. The study [2] author gives also the definition financial exclusion that is associated with the saturation and deprivation processes.

Exploring financial inclusivity, most authors consider the banks as main financial service institutions. However, research author [2] identifies among financial service providers alongside the banks both official and unofficial financial intermediaries.

The study [4] authors understand financial inclusivity as a complete and evolving banking and financial ecosystem based on Blockchain and «Mobile Financial Solutions» and other technologies; as alternative to the traditional banking and financial system that foresees banking as a right for everyone, everywhere.

The expectations of bank customers are shifting as a result of their digital experiences with online retailers, tech companies, and other entities, and this is changing their interactions with banks in fundamental ways [5].

More and more studies are emerging, exploring financial inclusivity without the need for banks or intermediaries. Absolute freedom provided as long as the inclusive businesses philosophy is respected and the rights of the most vulnerable are safeguarded [4].

The technological revolution and its achievements using in the financial area promoted to interpreting financial inclusion beyond banking.

In particularly, the study [6] offered the term digital financial inclusion as the possibility of access to formal financial services for the general public based on the implementation of basic principles of digital interaction between financial intermediaries and consumers, the use of innovative financial products, services, digital channels, as well as customer service and fundraising systems.

A comprehensive study of the financial inclusion phenomenon requires its systematization by such features as the type of financial institution, the financial service area, ways and instruments that ensure inclusion, etc. Presented in the table

classification makes enable the development of appropriate effective measures that will ensure higher financial inclusivity accordingly the financial service type.

Table 1 – Financial inclusivity classification

Classification sign	Kind of financial inclusivity
Financial service provider	Financial inclusivity accessed through Banks Insurance companies Investment funds or companies Other financial institutions Fintech companies Mobile financial services and applications Comprehensive services
Financial inclusivity causes	Voluntary financial inclusivity Forced financial inclusivity*
Financial inclusivity area	Financial inclusivity in Lending Savings Investing or buying securities Insurance Making payments and other non-cash transactions Cash transactions Controlling or financial assets management Consulting
Way or tools that make financial services available	Financial inclusivity accessed through Financial institution physical presence in region** Modern financial technologies Information support

Source: composed by author.

\*Forced financial inclusivity can be related to obligatory insurance that isn't always effective or credit insurance that isn't compulsory but makes it impossible to loan obtain. That is, we are talking about a negative component of financial inclusion.

\*\*Financial institution physical presence assumes availability of bank departments/ATM/payment terminals in region.

#### Literature:

1. How Fintech Can Make Banking More Inclusive and Empowering. URL: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/fintech-can-make-banking-inclusive-empowering-consumers/> (accessed 30 January 2020).

2. Науменкова С. Фінансова інклюзивність та проблеми забезпечення доступу населення до базових фінансових послуг в Україні / С. Науменкова // *Вісник Національного банку України*. 2014. № 11. С. 31–37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu\\_2014\\_11\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2014_11_15)

3. Дудинець Л. А. Фінансова інклюзивність та її детермінанти / Л. А. Дудинець, О. Є. Верней // *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*, 2018. – Випуск 2

(130). – С. 8–13. URL: <http://dspace.ubs.edu.ua/jspui/handle/123456789/1760> (accessed 30 January 2020).

4. Inclusive Banking & Financial Ecosystem. URL: <https://inclusivity.network/en/> (accessed 30 January 2020).

5. The Future of Risk Management in the Digital Era. Website. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/the-future-of-risk-management-in-the-digital-era> (accessed 1 January 2020).

6. Naumenkova S. Digital Financial Inclusion: Evidence from Ukraine / S. Naumenkova, S. Mishchenko, D. Doroveiev // *Investment Management and Financial Innovations*, 2019. – Vol. 16. – Iss. 3. – P. 193–205. URL: [https://businessperspectives.org/journals?task=callelement&format=raw&item\\_id=12480&element=e46cdb75-ca7e-4c69-97ee-741acaab6046&method=download&args\[0\]=0](https://businessperspectives.org/journals?task=callelement&format=raw&item_id=12480&element=e46cdb75-ca7e-4c69-97ee-741acaab6046&method=download&args[0]=0)

## **ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ВАРТІСНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

В. О. КОСТЮК, канд. екон. наук, доц.,

доц. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування

Д. О. РАЇНА, студ.

І. М. ЩЕРБИНА, студ.

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

Обсяг виробництва і реалізації продукції є кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства і вихідним чинником подальшого стратегування діяльності та інклюзивного розвитку підприємництва. На основі цього показника формується виробнича програма підприємства, визначаються його ресурси (матеріальні, трудові, фінансові), розраховується цілий ряд економіко-статистичних показників (собівартість продукції, дохід, прибуток, продуктивність праці, капіталовіддача основних засобів, рівень рентабельності виробництва тощо). У процесі статистичного обліку обсягу продукції використовують натуральний, умовно-натуральний і вартісний методи його вимірювання. Основним методом обліку різних видів продукції є вартісний метод, який дає можливість привести різні види продукції до порівняльного виду і тим самим підсумувати їхню загальну величину.

У практиці обліку та статистики, залежно від завдань аналітичного дослідження, визначають різні вартісні показники продукції, які становлять систему взаємопов'язаних характеристик:

– валовий оборот підприємства – грошове вираження всього обсягу сукупної продукції, виробленої всіма його підрозділами, незалежно від того, чи буде ця продукція реалізована на сторону, чи буде використана в інших його підрозділах;

– внутрішньогосподарський оборот – вартість продукції, яка вироблена окремими підрозділами підприємства і може бути використана для подальшого перероблення на цьому підприємстві;