УДК 658.8 **JEL Classification: M 31**

Завалій Тетяна Олександрівна
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6315-5646
PhD, *старший викладач кафедри менеджменту бізнесу та маркетингових технологій*
Легенчук Сергій Федорович
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3975-1210
д-р екон. наук, професор
завідувач кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку
Державний університет «Житомирська політехніка»
(Житомир, Україна)

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ОНЛАЙН-СЕРВІСУ YOUCONTROL

Стаття присвячена аналізу діяльності маркетингових компаній України із використанням онлайн-сервісу YouControl. *Зокрема для дослідження була використана вибірка, до складу якої увійшли* 435 *компаній сфери реклами і маркетингу, які займають позиції лідерів за показником чистого доходу за 2022 р. за різними регіонами України. Для визначення компаній-лідерів використовувався інструмент YouControl – онлайн-сервіс* YC.Market. *На основі проведеного дослідження були узагальнені найпоширеніші ризик-фактори українських компаній сфери реклами і маркетингу, а саме: недостатній розмір статутного капіталу; широкий перелік зареєстрованих видів діяльності; обмежена компетенція посадових осіб; місцезнаходження в житловому фонді; часті інституційні зміни. Інші, менш поширені, ризик-фактори також варто враховувати як сигнали до більш ретельної та прискіпливої додаткової перевірки контрагентів у контексті можливої співпраці й партнерства.*

Ключові слова: онлайн-сервіс, YouControl, ризик-фактор, аналітика, дані, компанія, маркетинг, реклама

DOI: 10.15276/mdt.8.3.2024.4

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. Підвищення прозорості функціонування бізнесу – першочергове завдання для відновлення економіки України в післявоєнний період, а сфера послуг, зазвичай, створює більше прецедентів для різного роду маніпуляцій, приховувань і корупційних схем, що зменшує загальний рівень довіри до українського бізнесу та, відповідно, не сприяє інвестиційній зацікавленості з-за кордону. Онлайн-сервіси бізнес-аналітики мають сприяти підвищенню прозорості інформаційного забезпечення про стан та результати діяльності українських компаній, що має привертати увагу не тільки інвесторів, але й інших стейкхолдерів. Одним із таких онлайн-сервісів є YouControl, який уможливлює аналіз контрагентів за різними категоріями можливих ризиків. Зокрема, експрес-аналіз онлайн-сервісу YouControl дає змогу користувачам швидко оцінити поточний стан компанії, діяльність якої досліджується, та зрозуміти який рівень прискіпливості та ретельності варто приділити

© 2024 The Authors. This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0)

перевірці певних факторів, які позначаються в системі як «Потрібно звернути увагу» чи «Потрібна особлива увага». Виокремлення характерних ризик-факторів для українських компаній досліджуваного ринку уможливить формування структури слабких місць, які найчастіше є характерними для суб'єктів господарювання сфери реклами і маркетингу. У межах дослідження ці компанії визначалися за основним видом їх діяльності («Рекламні агентства» (73.11), «Дослідження кон'юнктури ринку» (73.20), «Посередництво в розміщенні реклами» (73.12), «Сфера зв'язків із громадськістю» (70.21)). Результати запропонованого дослідження мають визначити низку найпоширеніших ризик-факторів, які були зафіксовані за результатами діяльності українських компаній сфери реклами і маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких покладений початок вирішенню зазначеної проблеми, і, на які спираються автори. У результаті пошуку фінансової інформації за результатами діяльності світових компаній-лідерів пошукова система звично першими видає відповіді із посиланнями на такі онлайн-сервіси як «Bloomberg» [1], «Forbes» [2], «Macrotrends» [3], «MarketWatch» [4], «Nasdaq» [5], «The Wall Street Journal» [8], «Yahoo! Finance» [9], «YCharts» [10]. Подібні можливості для аналізу діяльності українських суб'єктів господарювання є не такими варіативними щодо вибору онлайн-сервісу, але ця ситуація поступово змінюється на краще, що відповідає загальній тенденції до цифрової трансформації української економіки. Одним із таких онлайн-сервісів є YouControl [11], який став інформаційною базою для дослідження, проведеного авторами.

За словами засновника та CEO YouControl, ця аналітична система з'явилася після відкриття даних, доступ до яких раніше мали лише правоохоронці. Відтоді суспільство отримало своєрідну гарантію, що від нього не приховують важливу інформацію, до того ж посилилася відповідальність усіх учасників ринку, адже тепер їхня діяльність уже не була підкилимною [22]. ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» було зареєстровано 22.09.2014 р. в м. Києві, що підтверджується інформацією з досьє компанії на онлайн-сервісі, що використовується для дослідження [26].

Відповідно YouControl стає одним із лідерів у сегменті надання інформації, яка являє собою інтерес у процесі конкурентної розвідки [23]. Система YouControl дозволяє спостерігати за змінами ризикових показників (на момент їх виникнення) не однієї, а сотень і тисяч пов'язаних компаній та фізичних осіб одночасно, невідкладно отримуючи «тривожні» повідомлення моніторингу. Обставини репутаційного значення відображаються в досьє контрагента, першочергово – в експрес-аналізі. Це результат аналізу контрагента за більше ніж 500 важливими факторами, на які варто звертати увагу. Система самостійно аналізує основні дані про компанію та присвоює відповідне індексне маркування (A, B, C, D), що відображає рівень ретельності, з якою рекомендується здійснювати перевірку [13].

YouControl – аналітична система, що з понад 180 джерел формує повне досьє на кожну компанію України на основі відкритих даних, відстежує зміни в держреєстрах та візуалізує зв'язки між афілійованими особами. Унікальна технологія YouControl дозволяє за хвилину отримати актуальну (на час запиту) інформацію про компанію, ФОП або фізичну особу. Функція моніторингу щоденно повідомляє про зміни відповідно до даних з офіційних джерел. Система дозволяє бізнесу перевіряти своїх партнерів. А в межах соціальної місії компанія YouControl надає доступ для журналістів та громадських активістів безкоштовно для проведення розслідувань, аналізу держзакупівель, моніторингу декларацій [20, с. 16].

YouControl також використовується як джерело інформації для перевірки ділової репутації отримувача грантів. Для оцінки репутації сторона, що вирішує, активно

користується базами системи YouControl, де зібрано інформацію про підприємців і компанії, їхні борги, взаємовідносини з контрагентами, про проблеми з держорганами, аж до даних із «чорного списку» Антимонопольного комітету [27]. У наукових статтях сервіс YouControl використовується для аналізу суб'єктів господарювання, діяльність яких розглядається та аналізується [7, 12, 19]. Наприклад, у 2021 р. найпопулярнішими запитами на онлайн-сервісі YouControl на перевірку юридичних осіб стали: мережа гіпермаркетів «Епіцентр К», найбільший банк України «Приватбанк», сам сервіс «YouControl», найбільша мережа продуктових супермаркетів «АТБ-Маркет» і національний залізничний перевізник «Українська залізниця» [14, с. 23-24].

Проєкт Forbes Ukraine «Next 250» (2024 р.) передбачав виокремлення 250 найперспективніших малих і середніх компаній України, інформаційною базою для якого стали дані, які надавали самі компанії, дані YouControl і оцінка Forbes [6].

Тобто, представлені на сервісі YouControl систематизовані дані за окремими суб'єктами господарювання мають високий рівень довіри в дослідників як інструменту отримання прозорої, оперативної та достовірної інформації щодо діяльності українських компаній за різними сферами діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Стаття розкриває результати дослідження, присвяченого визначенню ризик-факторів, які є характерними для українських компаній сфери реклами і маркетингу. Поява деяких ризик-факторів зумовлена воєнними діями в Україні та зв'язками компаній із країною-агресором, що теж актуалізує своєчасність подібних досліджень і необхідність задавати новий правильний вектор розвитку українського бізнесу. Базою для подібного дослідження є дані та відповідний інструментарій експрес-аналізу онлайн-сервісу YouControl, що постійно розвивається, доповнюючи джерела достовірної інформації, що дає можливість оцінити діяльність українського бізнесу дистанційно.

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою статті є ідентифікація та узагальнення найпоширеніших ризик-факторів, які пов'язані з діяльністю українських компаній сфери реклами і маркетингу.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Джерелом емпіричних даних для здійснення дослідження стали інформаційні ресурси онлайн-сервісу YouControl. Для дослідження була виокремлена вибірка з 435 українських компаній, які безпосередньо функціонують у сфері реклами і маркетингу. Такі суб'єкти господарювання визначалася за основним видом їхньої діяльності, зокрема він мав бути одним із таких КВЕД – 73.11 Рекламні агентства, 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку, 73.12 Посередництво в розміщенні реклами, 70.21 Сфера зв'язків із громадськістю.

На основі даних онлайн-сервісу «YC.Market» була сформована табл. 1, у якій відображається кількість компаній в Україні, які функціонують у сфері реклами і маркетингу.

Вибірка компаній із загального пулу (табл. 1) була сформована переважно із лідерів регіонів за розмірами виручки за 2023 р. (за даними сервісу «YC.Market») та була обрана із врахуванням додаткових вимог, а саме:

- досліджувані компанії звітувалися за повний 2022 р., відповідно дата їх заснування – до 01.01.2022 р.;
- розмір чистого доходу від реалізації продукції мав сягнути мінімум 50 тис. грн за 2022 р.;
- на момент дослідження ці компанії не перебували в процесі припинення.

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Таблиця 1 – Українські компанії, які функціонують у сфері реклами і маркетингу

№ з/п	КВЕД	Діючі компанії
1	73.11 Рекламні агентства	9369
2	73.20 Дослідження кон'юнктури ринку	3253
3	73.12 Посередництво в розміщенні реклами	3010
4	70.21Сфера зв'язків із громадськістю	385
Разом		16017

Джерело: систематизовано на основі даних сервісу «YC.Market» на 15.06.2024 р. [25]

Обрана вибірка складалася з компаній різних регіонів України (табл. 2).

Таблиця 2 – Регіональне охоплення українських компаній сфери реклами і маркетингу, діяльність яких досліджувалася

Регіон / місто	К-ть	Регіон / місто	К-ть
Київ	151	Миколаївська обл.	10
Київська обл.	28	Одеська обл.	17
Вінницька обл.	16	Полтавська обл.	18
Волинська обл.	14	Рівненська обл.	10
Дніпропетровська обл.	5	Сумська обл.	10
Житомирська обл.	13	Тернопільська обл.	12
Закарпатська обл.	22	Харківська обл.	14
Запорізька обл.	9	Хмельницька обл.	12
Івано-Франківська обл.	10	Черкаська обл.	15
Кіровоградська обл.	12	Чернівецька обл.	10
Львівська обл.	18	Чернігівська обл.	9
Разом			435

Обрана вибірка компаній була досліджена за допомогою факторів експрес-аналізу сервісу YouControl, що мають слугувати індикаторами уважності до контрагентів, діяльність яких розглядається.

В табл. 3 представлені основні категорії ризик-факторів експрес-аналізу.

Категорія *«Правосуб'єктність»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: відсутність статусу юридичної особи; банкрут; у стані припинення; обмежена компетенція посадових осіб; відсутній керівник; відсутні учасники. Наприклад, на рис. 1 представлені результати пошуку компаній із позначками їхнього статусу правосуб'єктності.

Необхідно звернути увагу на праву сторону рис. 1, де прапорець (галочка) на зеленому тлі сигналізує користувачам про те, що спеціальна увага не потрібна, а знак оклику на червоному тлі закликає до особливої уваги в процесі аналізу контрагента.

Компанії сфери реклами і маркетингу, діяльність яких була у фокусі авторів, на момент проведення дослідження були в статусі «Не перебувають у процесі припинення».

Категорія *«Санкції»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: компанія торгує з країнами під санкціями; санкції, пов'язані із суб'єктом господарювання; засновник / учасник / кінцевий бенефіціар – резидент країни під санкціями; компанія була перереєстрована в окупованому Криму.

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Таблиця 3 – Категорії ризик-факторів експрес-аналізу контрагента на онлайн-сервісі YouControl

Правосуб'єктність	Санкції	«Кваліфікаційні» критерії	Контроль і репутація
Господарська діяльність	Операційні ознаки	Місцезнаходження	Засновники/учасники в іноземних юрисдикціях
Інституційні зміни	Судові рішення	Заборгованість	Власники невідомі
Зв`язки	Кримінальні провадження	Публічні закупівлі	Порушення законодавства у сфері економічної конкуренції

Джерело: [21]

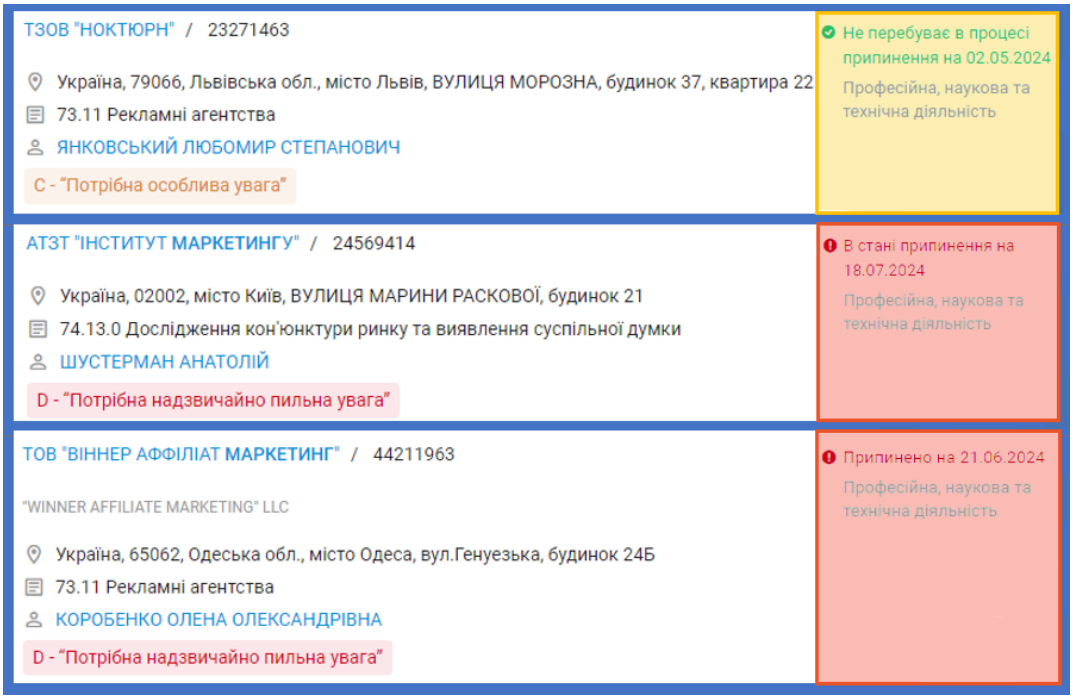

Рисунок 1 – Приклади результатів пошуку контрагентів на сервісі YouControl з різними позначками правосуб'єктності юридичної особи

Наприклад, на рис. 2 представлений приклад досьє компанії, за якою фіксується ризик-фактор «Знайдено збіг за ПІБ у санкційному списку» категорії «Санкції».

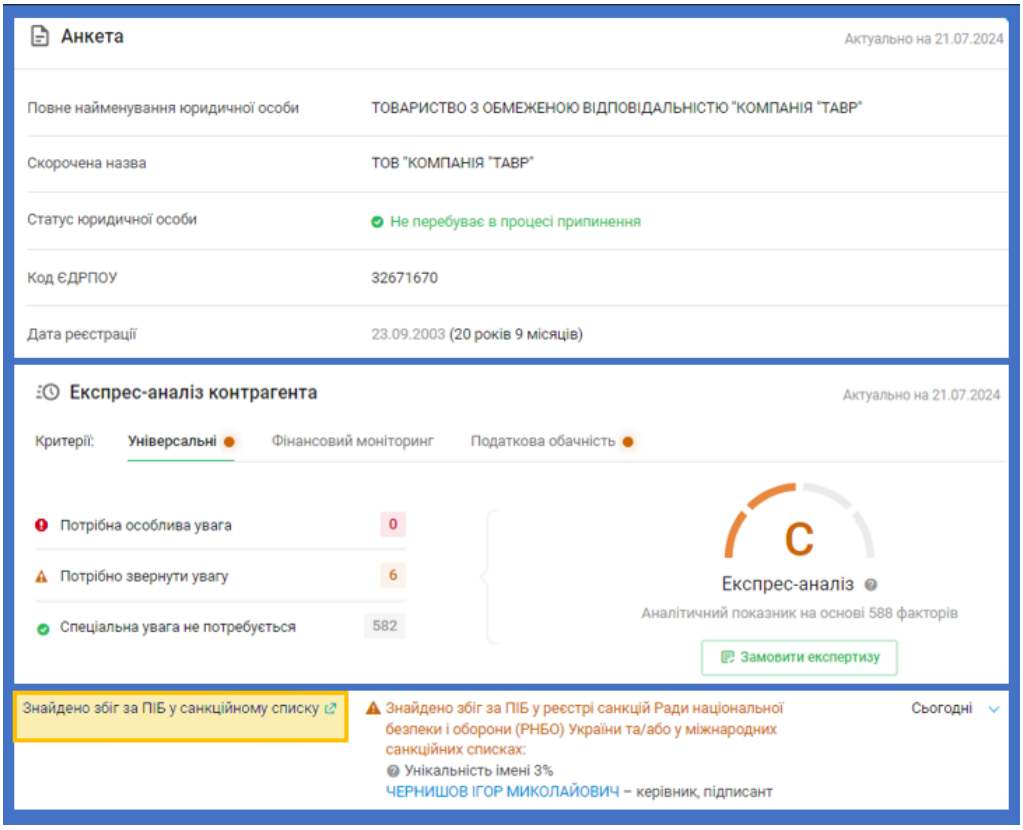

Рисунок 2 – Приклад компанії, за діяльністю якої на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор з категорії «Санкції»

Оскільки співпраця з контрагентом, серед уповноважених осіб або членів органів управління якого є особа, до якої застосовані спеціальні економічні та інші обмежувальні заходи (санкції), може мати негативні репутаційні, операційні та фінансові наслідки, варто переконатися, чи дійсно співробітник контрагента внесений до відповідних санкційних переліків, чи має місце лише збіг за ПІБ. Це, зокрема, можливо здійснити через зіставлення інформації, наявної в таких санкційних переліках із даними відповідної особи [11].

Фіксація такого ризик-фактору за певним контрагентом не є гарантією того, що особа (наприклад, керівник) з досліджуваної компанії перебуває під санкціями, адже її прізвище, ім’я та по батькові можуть збігатися з ПІБ особи під санкціями. Але ці припущення, на які вказують ризик-фактори, мають бути додатково перевірені для їхнього підтвердження чи спростування. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу лише одна компанія мала фіксацію ризик-фактору «Знайдено збіг за ПІБ у санкційному списку», фрагмент досьє якої наводився в приклад на рис. 2.

Категорія *«Кваліфікаційні критерії»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: недостатній строк існування; недостатній розмір статутного капіталу; відсутні КВЕД; відсутність ознаки неприбутковості.

Виокремлення ризик-фактору «Недостатній строк існування» зумовлюється браком досвіду ведення налагодженої господарської діяльності та всіх супровідних процесів. Короткий період існування, який, як правило, не перевищує податкового

звітного періоду (наприклад, року або кварталу) також може вказувати на уникнення перевірок органами контролю [11]. За цим ризик-фактором поміж досліджуваної вибірки фіксації не виявлено, адже за умовами дослідження до уваги бралися компанії, які були зареєстровані до 01.01.2022 р.

Виокремлення ризик-фактору «Недостатній розмір статутного капіталу» зумовлюється тим, що не для всіх суб'єктів господарювання визначений мінімальний поріг статутного капіталу. Наприклад, відповідно до Закону України «Про акціонерні товариства» [16] для акціонерних товариств мінімальний розмір статутного капіталу визначено на рівні 200 розмірів мінімальної заробітної плати (на момент реєстрації АТ). Зі свого боку, відповідно до Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [18] для товариств з обмеженою та додатковою відповідальністю мінімальний розмір статутного капіталу не обмежується. Невідповідність фінансових ресурсів обсягам здійснюваної діяльності, згідно із рекомендаціями Національного банку України може свідчити про фіктивність компанії. Малий статутний капітал не може вважатися гарантією надійності партнера [11]. На момент проведення дослідження на базі онлайн-сервісі YouControl ризик-фактор «Недостатній розмір статутного капіталу» фіксується за компаніями, у яких розмір статутного капіталу є меншим за 10 тис. грн. Саме 156 компаній чи 35,86 % із вибірки, яка налічує 435 компаній, мали фіксацію за ризик-фактором «Недостатній розмір статутного капіталу».

На рис. 3 представлений приклад досьє компанії, за якою фіксується ризик-фактор «Відсутність ознаки неприбутковості» з категорії «Кваліфікаційні критерії».

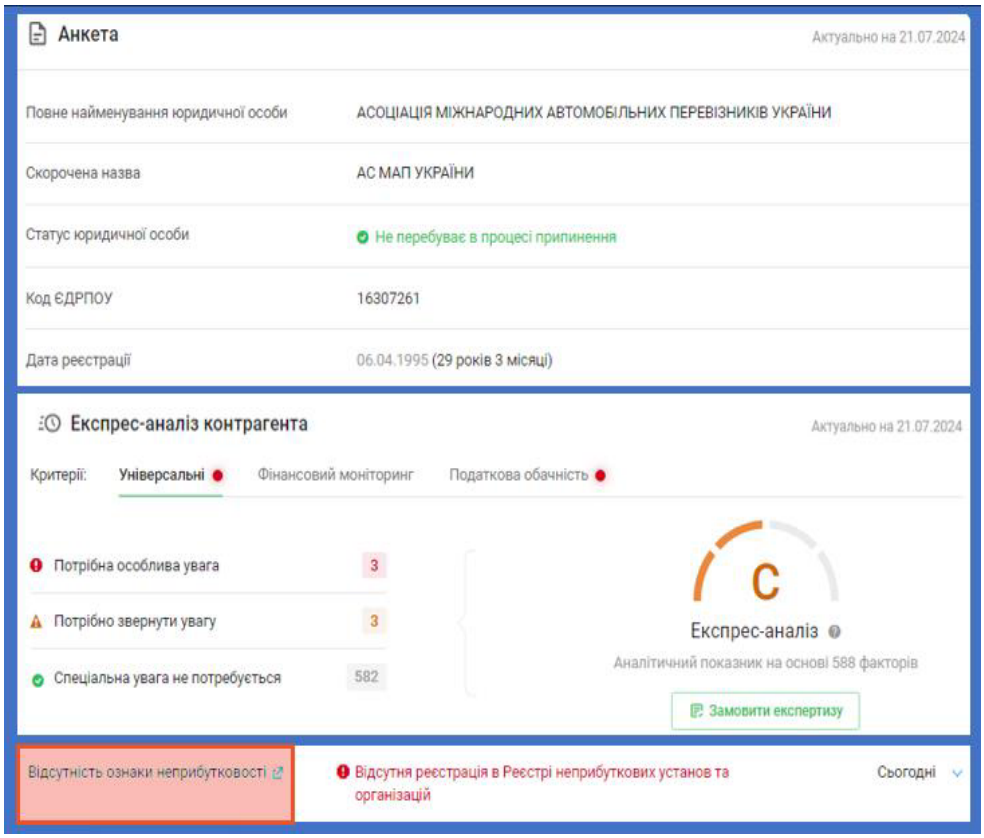

Рисунок 3 – Приклад компанії, за діяльністю якої на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор із категорії «Кваліфікаційні критерії»

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

З огляду на особливості діяльності окремих юридичних осіб (громадські спілки, політичні партії, організації роботодавців тощо), яка не має на меті отримання прибутку, законодавством передбачено звільнення їх від обов'язку щодо сплати податку на прибуток. Зокрема, після внесення до Реєстру неприбуткових установ та організацій відповідно до Податкового кодексу України [24]. Неприбуткова установа або організація, яка відсутня в зазначеному Реєстрі, повинна сплачувати податок на прибуток на загальних підставах. Необхідно звертати увагу на розбіжності між метою діяльності такої юридичної особи (не направленої на отримання прибутку) і фактичним станом речей (коли використання доходів неприбуткової організації здійснюється всупереч реалізації її цілей, завдань та напрямів діяльності, визначених законом і установчими документами) [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу лише одна компанія мала фіксацію ризик-фактору «Відсутність ознаки неприбутковості», яка приводилася в приклад на рис. 3.

Категорія *«Контроль і репутація»* передбачає аналіз контрагента за такими факторами:

- вплив та координація дій третіми особами на прийняття рішень кінцевим бенефіціарним власником (контролером) стосовно господарської діяльності юридичної особи;
- кінцевий бенефіціарний власник (контролер) юридичної особи є керівником або підписантом;
- обмеження повноважень керівника, який є кінцевим бенефіціарним власником (контролером);
- наявна негативна інформація в офіційних та/або публічних джерелах про компанію або її кінцевого бенефіціарного власника (контролера), що свідчить про можливий зв'язок із тероризмом або іншою кримінальною/незаконною діяльністю.

На рис. 4 представлені приклади досьє компаній, за якими фіксується ризик-фактор «Обмежена компетенція посадових осіб».

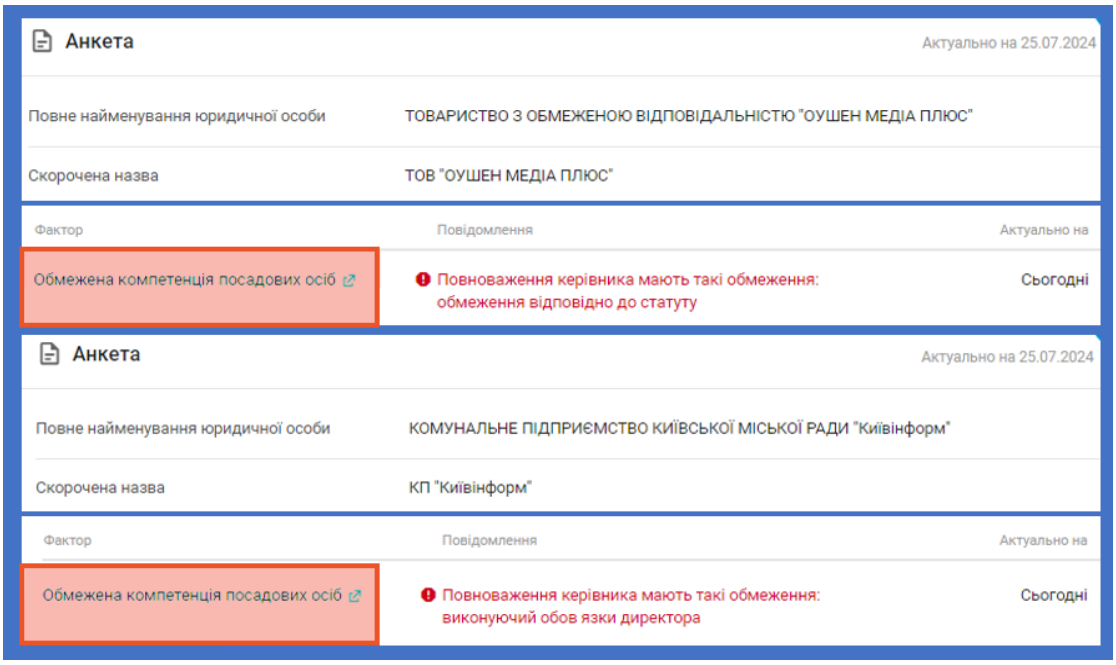

Рисунок 4 – Приклади компаній, за діяльністю яких на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор «Обмежена компетенція посадових осіб» з категорії «Контроль і репутація»

Обмеження повноважень керівників або підписантів юридичної особи є фактором, який потребує особливої уваги, адже відповідно до ст. 241 ЦКУ, правочин, вчинений представником із перевищенням повноважень (наприклад, при укладанні договору на суму вище допустимої, без отримання необхідних внутрішніх погоджень тощо), створює юридичні наслідки для особи, яку він представляє, лише в разі наступного схвалення нею цього правочину. У разі несхвалення, такий правочин може бути визнано недійсним.

На рис. 5 представлені фрагменти досьє компаній, за якими фіксується ризик-фактор «Контрагент фігурує в медіа».

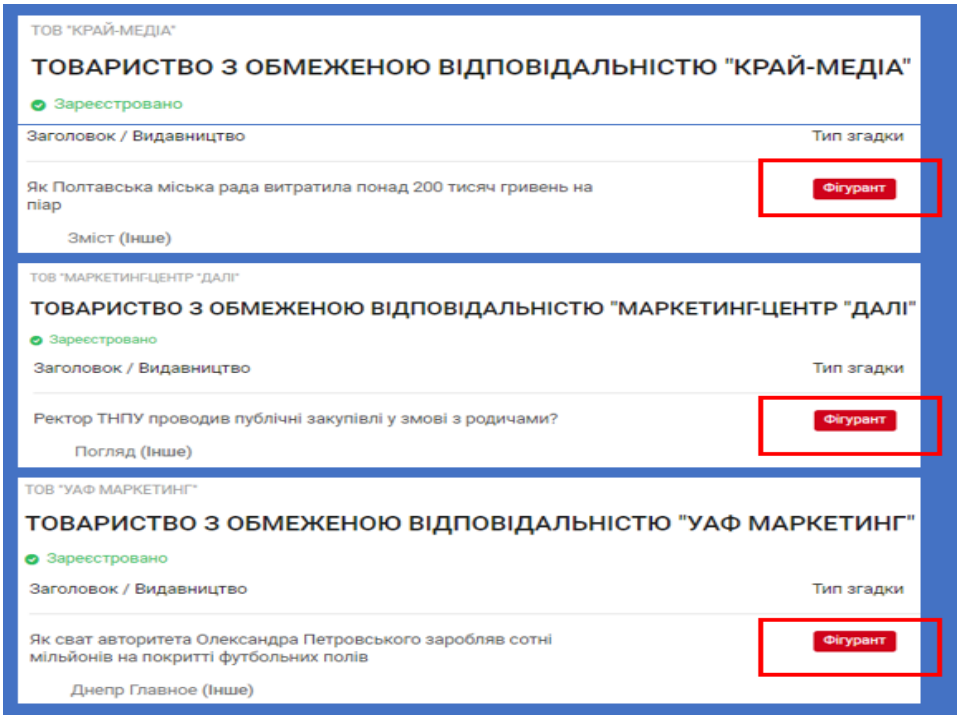

Рисунок 5 – Приклади компаній, за діяльністю яких на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор «Контрагент фігурує в медіа»

Розділ «Репутація в медіа» онлайн-сервісу YouControl акумулює інформацію про контрагента з публічних медіа та систематизує її за трьома позначками – «Згадка в розслідуванні», «Негативна згадка в розслідуванні» та «Фігурант розслідування». Для фіксації ризик-фактору «Контрагент фігурує в медіа» згадки компанії в розслідуванні чи негативної згадки в розслідуванні замало, спрацювати має саме позначка фігуранта. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу 12 компаній стали фігурантами розслідування на основі даних публічних медіа на момент проведення дослідження.

Категорія *«Господарська діяльність»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: основний вид діяльності «загального» характеру; широкий перелік зареєстрованих видів діяльності; здійснення діяльності щодо якої потрібна особлива увага.

Виокремлення ризик-фактору «Основний вид діяльності «загального» характеру» зумовлюється високою ймовірністю того, що «загальний» вид діяльності може свідчити про те, що діяльність контрагента не спрямована на досягнення реальних результатів господарських операцій і має ознаки фіктивності. Непоодинокими

є випадки, коли компанії обирають види діяльності «загального» характеру, для прикриття недобросовісної діяльності. Співробітництво з таким контрагентом може мати негативні фінансові наслідки, тому потребує належної уваги [11]. Такий КВЕД як 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки визначається експрес-аналізом YouControl як такий, що має «загальний» характер і може сигналізувати про високу ймовірність фіктивності діяльності. Відповідно до вибірки, яка налічує 435 компаній, увійшли 55 компаній із КВЕД 73.20, що зумовило й ідентичний показник – 55 компаній – з основним видом діяльності «загального» характеру, що у відносному значенні складає 12,64 % від загалу.

Широкий перелік видів діяльності може свідчити про те, що діяльність контрагента не спрямована на досягнення реальних результатів господарських операцій і має ознаки фіктивності. Непоодинокими є випадки, коли компанії обирають широкий перелік видів діяльності, для прикриття недобросовісної діяльності [11].

Наприклад, на рис. 6 представлені компанії, за якими фіксується ризик-фактор «Широкий перелік зареєстрованих видів діяльності» з категорії «Господарська діяльність».

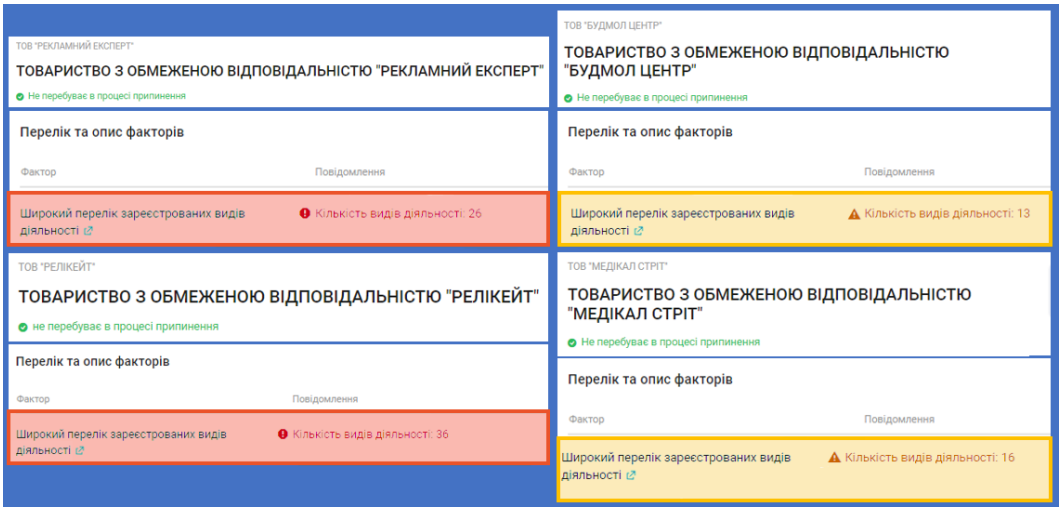

Рисунок 6 – Приклади компаній, за якими на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор «Широкий перелік зареєстрованих видів діяльності» з категорії «Господарська діяльність»

Необхідно звернути увагу на те, що ризик-фактор «Широкий перелік зареєстрованих видів діяльності» фіксується як категорії «Потрібно звернути увагу» (знак оклику на жовтогарячому трикутнику), так й з категорії «Потрібна особлива увага» (знак оклику на червоному колі) з врахуванням того, що за першим випадком кількість видів діяльності має бути в діапазоні – 10-20, за другим – 21 й більше. Наприклад, у ТОВ «ГРАНД ПРИНТ 25» з м. Фастів, Київської області зареєстровано 130 видів діяльності.

З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 145 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Широкий перелік зареєстрованих видів діяльності», що складає 42 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Операційні ознаки»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: відсутність виробничих/офісних приміщень, інших активів, достатніх для ведення юридичною особою відповідного виду господарської діяльності; наявна інформація, що юридична особа не виконує законодавчих вимог щодо подання

звітності до фіскальних органів/органів статистики; статутний капітал не сформовано, або сформовано не в повному обсязі.

Виокремлення ризик-фактору «Наявна інформація, що юридична особа не подала фінансову звітність до фіскальних органів/органів статистики» зумовлюється наявною інформацією про недотримання законодавчих вимог щодо подання звітності до фіскальних органів/органів статистики, що може вказувати на те, що контрагент є компанією-оболонкою. Неподання звітності може бути підставою для проведення посиленої перевірки органів державного нагляду (контролю), та свідчити про наявність мотивів для приховування відомостей про фінансову діяльність підприємства. Партнерство з такими контрагентами може привернути увагу органів державного нагляду (контролю) та спричинити негативні фінансові наслідки, тому потребує особливої обачності [11].

Хоча, відповідно до Закону України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни» від 03.03.2022 р. № 2115-IX [17], частина суб'єктів підприємницької діяльності мають право не подавати фінансову звітність та деякі інші документи протягом дії воєнного стану або стану війни, й мають зробити це впродовж 3 місяців після припинення чи скасування такого стану за весь період неподання звітності чи обов'язку подати документи.

Наприклад, на рис. 7 представлено досьє компанії, за якою фіксується ризик-фактор «Наявна інформація, що юридична особа не подала фінансову звітність до фіскальних органів/органів статистики».

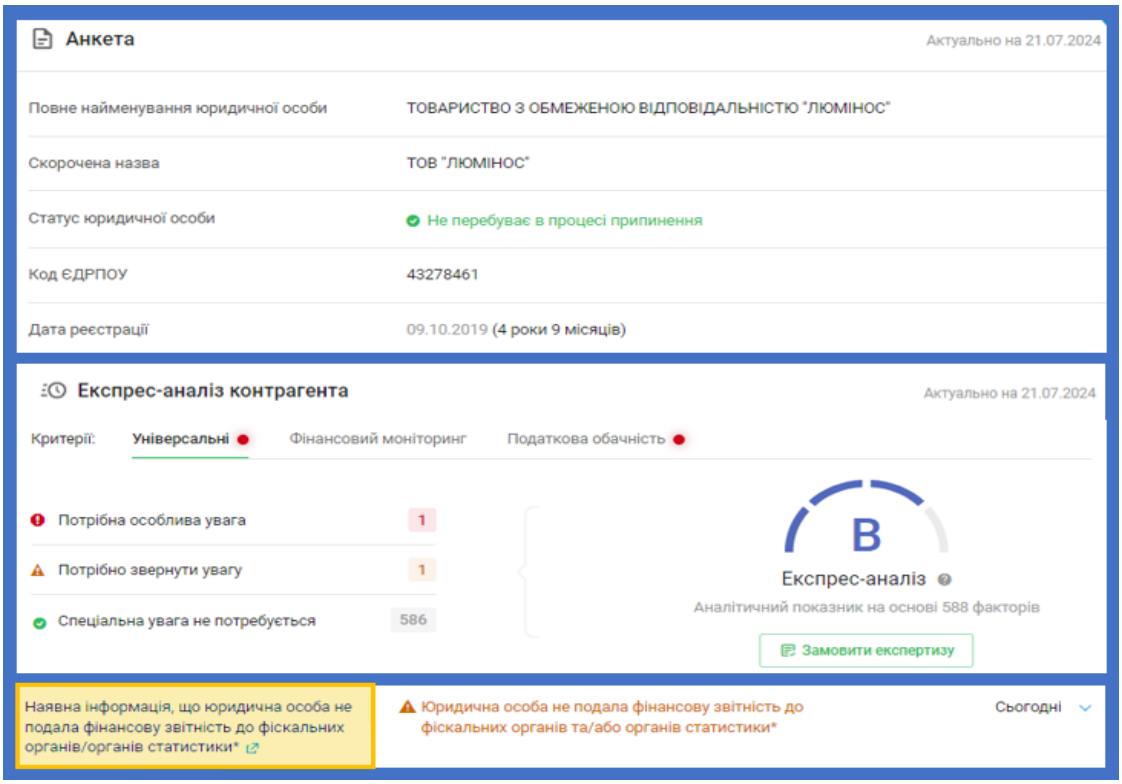

Рисунок 7 – Приклад досьє компанії, за діяльністю якої на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор із категорії «Операційні ознаки»

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 16 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Наявна інформація, що юридична особа не подала фінансову звітність до фіскальних органів/органів статистики», що складає 3,68 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Місцезнаходження»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: місцезнаходження в житловому фонді; місцезнаходження на окупованій території; засновник / кінцевий бенефіціар є особою, яка зареєстрована на тимчасово окупованій території України.

Виокремлення ризик-фактору «Місцезнаходження в житловому фонді» зумовлюється забороною надання приміщень у житлових будинках для потреб промислового характеру [15]. Житлові будинки і житлові приміщення призначаються виключно для проживання громадян. Здійснення промислової діяльності, розміщення найманих працівників в житловому фонді може бути підставою для застосування санкцій за порушення трудового законодавства, а також за порушення ліцензійних умов (якщо ними передбачені відповідні обмеження). Місцезнаходження підприємства в житловому приміщенні (найчастіше це адреса одного із засновників) може свідчити про його недостатню платоспроможність для оренди приміщення відповідного функціонального призначення: офіс, цех, склад тощо. Тому зазначена обставина потребує обачності [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 70 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Місцезнаходження в житловому фонді», що складає 16,09 % у відносному значенні до загалу.

Виокремлення ризик-фактору «Засновник / кінцевий бенефіціар є особою, яка зареєстрована на тимчасово окупованій території України» зумовлюється тим, що контрагенти суб'єкта, розташованого на тимчасово окупованій території, позбавляються можливостей проведення з ним будь-яких транзакцій (в т. ч. розрахунків за укладеними договорами). Це може спричинити фінансові збитки і дестабілізацію бізнесу, а також привернути увагу правоохоронних органів (в залежності від можливої правової кваліфікації такого співробітництва) [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 13 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Засновник / кінцевий бенефіціар є особою, яка зареєстрована на тимчасово окупованій території України», що складає 2,99 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Засновники/учасники в іноземних юрисдикціях»* передбачає аналіз контрагента за такими факторами: засновники/учасники в так званих «офшорах», визнаних в Україні (Постанова Кабінету Міністрів України №1045); засновники/учасники в «Чорному списку» ЄС; засновники/учасники в «Чорному списку» FATF (англ. Financial Action Task Force on Money Laundering, Міжнародна група з протидії відмиванню брудних грошей); засновники/учасники в «Чорному списку» ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку); засновники/учасники в «офшорах», визнаних в Україні (Розпорядження Кабінету Міністрів України №143-р). Наприклад, на рис. 7 представлено досьє компанії, за якою фіксується ризик-фактор «Засновники/учасники в так званих «офшорах», визнаних в Україні (Постанова Кабінету Міністрів України №1045)», який потребує особливої уваги під час аналізу контрагента.

На рис. 8 представлено фрагмент досьє компанії, за якою фіксується ризик-фактор «Засновники/учасники в так званих «офшорах», визнаних в Україні (Постанова Кабінету Міністрів України № 1045)».

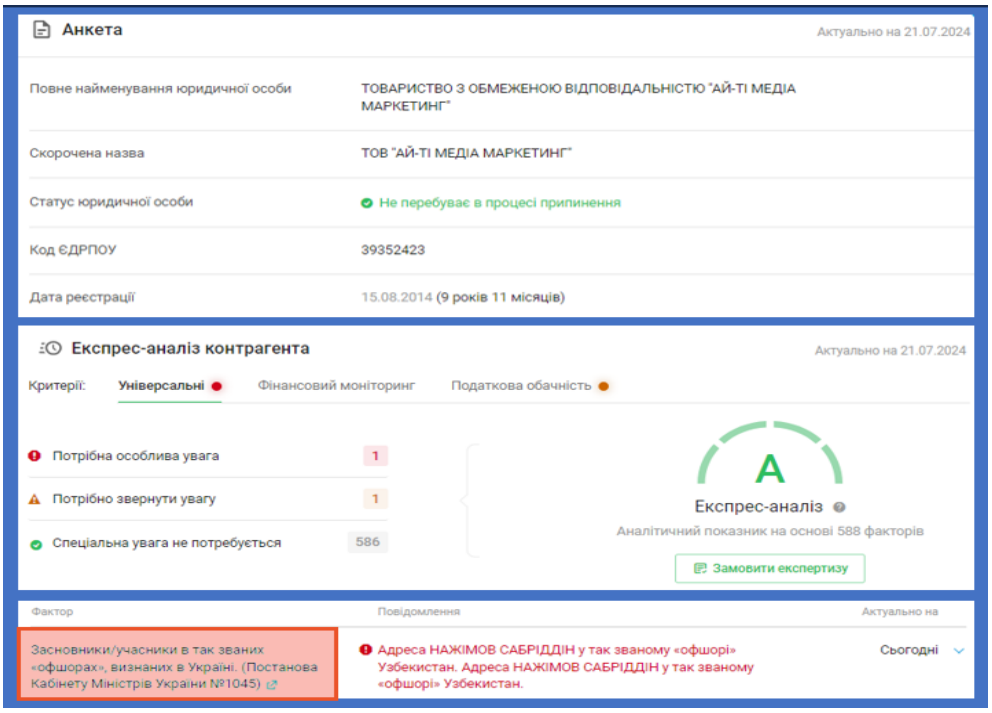

Рисунок 8 – Приклад досьє компанії, за діяльністю якої на сервісі YouControl фіксується ризик-фактор із категорії «Засновники/учасники в іноземних юрисдикціях»

Виокремлення ризик-фактору «Засновники/учасники в іноземних юрисдикціях» зумовлюється тим, що, якщо засновники контрагента є особами з місцем реєстрації у юрисдикції, що має так званий «офшорний» статус, це може свідчити про те, що особи, які є кінцевими бенефіціарними власниками, можуть приховувати свою причетність до цього контрагента, використовуючи послуги, пов'язані з приховуванням причетності до бізнесу (номінального сервісу). Взаємини з таким «непрозорим» контрагентом в силу відсутності інформації про його реальні зв'язки може мати результат негативного фінансового та операційного характеру, тому потребує підвищеної обачності [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 13 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Засновники/учасники в іноземних юрисдикціях», що складає 2,99 % у відносному значенні до загалу. Лише за однією компанією (ТОВ «Т-МАРК») фіксується ризик-фактор «Засновники/учасники в «Чорному списку» ЄС».

Категорія *«Інституційні зміни»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: часті інституційні зміни; зміни в напрямках діяльності; малий строк діяльності керівника.

Виокремлення ризик-фактору «Часті інституційні зміни» зумовлюється тим, що часті зміни в установчих документах (зокрема, пов'язані зі зміною його найменування, місцезнаходження, структури власності, керівників та напрямів діяльності) може вказувати на відсутність такої стабільності. Наприклад, часта зміна місцезнаходження компанії може бути ознакою переховування від контролюючих органів та перевірок, а часта зміна найменування може свідчити на спроби «очищення» репутації. Отже, партнерство з контрагентом із частими інституційними змінами може спричинити негативні наслідки та потребує належної уваги [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 66 суб'єктами господарювання фіксується

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

ризик-фактор «Часті інституційні зміни», що складає 15,17 % у відносному значенні до загалу.

Виокремлення ризик-фактору «Малий строк діяльності керівника» зумовлюється тим, що нетривалий час із дати призначення нового керівника може вказувати на відсутність стабільності, а отже – на несприятливі наслідки ділових відносин, що потребує належної уваги при співпраці з такими контрагентами [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 17 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Малий строк діяльності керівника», що складає 3,91 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Судові рішення»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: судові рішення, пов'язані з контрагентом.

Виокремлення ризик-фактору «Судові рішення, пов'язані з контрагентом» зумовлюється тим, що вивчення судової практики щодо контрагента є дуже важливим, оскільки вона може містити встановлені судом факти, зокрема, щодо: вчинення або причетності до вчинення ним, його посадовими та/або пов'язаними із ним особами правопорушень; наявності процедур припинення або банкрутства; визнання недійсними правочинів (в т. ч. внаслідок фіктивності); наявність боргу (в т. ч. податкового); інших обставин, які вказують на можливі ризики ділових відносин. Згадування юридичної особи в судових рішеннях не означає однозначну наявність у неї статусу учасника відповідної справи/провадження (кримінального, адміністративного, цивільного, господарського тощо). Для отримання більш конкретного уявлення про статус і особливості участі юридичної особи у відповідній судовій справі/провадженні, необхідно звертатися безпосередньо до змісту відповідних судових рішень [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 22 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Судові рішення, пов'язані з контрагентом», що складає 3,91 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Заборгованість»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: відкриті виконавчі провадження; податковий борг.

Виокремлення ризик-фактору «Відкриті виконавчі провадження» зумовлюється тим, що переважна більшість виконавчих проваджень щодо суб'єктів господарювання стосуються стягнення на грошові кошти та /або інше майно. Стягнення в першу чергу звертається на кошти боржника в гривнях та іноземній валюті, інші цінності, в т. ч. кошти на рахунках і вкладах в банках і інших кредитних організаціях, на рахунки в цінних паперах у депозитаріїв цінних паперів. Така ситуація може значно ускладнити/унеможливити ділові відносини з контрагентом, спричинити фінансові збитки і дестабілізацію бізнесу, тому співпраця з таким контрагентом, потребує належної обачності [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 6 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Відкриті виконавчі провадження», що складає 1,38 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Власники невідомі»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: кінцеві бенефіціари не визначені; відсутні учасники.

Виокремлення ризик-фактору «Кінцеві бенефіціари не визначені» зумовлюється тим, що відсутність інформації про кінцевих бенефіціарів не дозволяє адекватно оцінити результати співпраці з контрагентом, а також може свідчити про наявність мотивів щодо приховування структури власності, яка згідно законодавства має бути прозорою і відображеною в ЄДР. Партнерство з таким контрагентом може мати негативні репутаційні та фінансові наслідки, тому потребує належної обачності [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 2 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Відкриті виконавчі провадження», що

складає 0,46 % у відносному значенні до загалу. Ризик-фактор «Відсутні учасники» фіксується лише у однієї компанії з досліджуваної вибірки.

Категорія *«Зв'язки»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: операції з так званими «офшорними» юрисдикціями, визнаними в Україні; операції з юрисдикціями із «Чорного списку» ЄС, FATF, ОЕСР; зв'язок з національним публічним діячем; місцезнаходження учасників / кінцевих бенефіціарних власників (контролерів) в юрисдикціях, зазначених в Глобальному індексі тероризму (Global Terrorism Index); наявні факти зміни кінцевого бенефіціарного власника (контролера) юридичної особи, який належав/належить до публічних осіб; місцезнаходження учасників / кінцевих бенефіціарних власників (контролерів) в юрисдикціях, зазначених в Індексі сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index).

Виокремлення ризик-фактору «Зв'язок з національним публічним діячем» зумовлюється тим, що національні публічні діячі – це особи, що займають особливо відповідальне становище, яке пов'язане із можливістю виникнення конфліктів інтересів та здійснення впливу (в т. ч. незаконного) і у сфері господарської діяльності. Зв'язком керівника/ засновника (учасника)/ кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи із національним публічним діячем, вважається узгоджена господарська діяльність таких осіб, у т. ч. спільний вплив на господарську діяльність суб'єкта господарювання. Пов'язаними особами вважаються також члени сім'ї (особи, які перебувають у шлюбі, а також їхні діти, у т. ч. повнолітні, батьки, особи, які перебувають під опікою і піклуванням, інші особи, які спільно проживають та пов'язані спільним побутом). З огляду на те, що масштаби впливу таких осіб і наслідки конфліктів інтересів є значно більшими порівняно із іншими суб'єктами, господарська діяльність до якої такі особи причетні (зокрема, фінансові операції) мають ретельно перевірятися [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 7 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Відкриті виконавчі провадження», що складає 1,61 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Кримінальні провадження»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: інформація про кримінальні провадження щодо злочинів проти основ національної безпеки України; проти життя та здоров'я особи; проти статевої свободи та статевої недоторканості особи; проти виборчих, трудових та інших особистих прав і свобод людини і громадянина; проти власності; проти довкілля; проти громадської безпеки; проти безпеки виробництва; проти безпеки руху та експлуатації транспорту; проти громадського порядку та моральності тощо. Ця категорія пов'язана з категорією «Судові рішення» і відповідно надає користувачеві детальнішу інформацію в розрізі специфіки злочинів, які ймовірно (бо це тільки кримінальні провадження і ведеться розслідування) мали місце.

У табл. 4 представлено кількість компаній, за якими фіксувалися ризик-фактори з категорії «Кримінальні провадження».

Категорія *«Публічні закупівлі»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: часті дискваліфікації; низький рівень перемог; велика кількість підрозділів CPV.

Виокремлення ризик-фактору «Велика кількість підрозділів CPV» зумовлюється:

1) пропозиціями на цифровому майданчику державних закупівель «Prozorro» товарів/робіт/послуг не менше, ніж по п'яти розділах CPV (Єдиний закупівельний словник ДК 021:2015);

2) визнанням компанії переможцем з боку не більше п'яти замовників.

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Таблиця 4 – Кількість компаній з досліджуваної вибірки (N=435), за якими фіксуються ризик-фактори за категорією «Кримінальні провадження»

Ризик-фактор	К-ть компаній
Інформація про кримінальні провадження щодо злочинів проти основ національної безпеки України	2
Інформація про кримінальні провадження щодо злочинів проти виборчих, трудових та інших особистих прав і свобод людини і громадянина	3
Інформація про кримінальні провадження щодо злочинів проти власності	10
Інформація про кримінальні провадження щодо господарських злочинів	11
Інформація про кримінальні провадження щодо злочинів проти громадської безпеки	1
Кримінальні провадження щодо злочинів проти безпеки руху та експлуатації транспорту	1
Кримінальні провадження щодо злочинів у сфері обігу наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів або прекурсорів та інші злочини проти здоров'я населення	1
Кримінальні провадження щодо злочинів проти авторитету органів державної влади, органів місцевого самоврядування, об'єднань громадян та злочини проти журналістів	4
Кримінальні провадження щодо злочинів у сфері використання електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), систем та комп'ютерних мереж і мереж електрозв'язку	1
Кримінальні провадження щодо злочинів у сфері службової діяльності та професійної діяльності, пов'язаної з наданням публічних послуг	7
Кримінальні провадження щодо злочинів проти правосуддя	2

Велика кількість підрозділів CPV може свідчити про те, що учасник є прикриттям для інших учасників (бере участь для імітації конкуренції, бере участь у закупівлях, за якими не має відповідного досвіду або товарів). Може свідчити про те, що цей учасник був створений особами пов'язаними із замовниками/групою замовників і постачає їм практично всі товари, що вони закуповують. Партнерство з недобросовісним контрагентом може мати негативні фінансові наслідки, тому потребує належної обачності [11].

З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 8 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Велика кількість підрозділів CPV», що складає 1,84 % у відносному значенні до загалу.

Окрім зазначених вище ризик-факторів до категорії «Публічні закупівлі» також можна віднести такі:

- публічні кошти становлять значну частку в структурі доходу контрагента;
- реєстраційні зміни незадовго до участі в публічних закупівлях та отримання публічних коштів;
- у контрагента відсутня фінансова звітність або вона не містить інформації про дохід, однак є відомості про надходження йому публічних коштів;
- у фінансовій звітності контрагента вказаний дохід, який на 25% менше від отриманих публічних коштів.

Наприклад, за умови, якщо публічні кошти становлять значну частку в структурі доходу контрагента у разі затримки або зупинення бюджетного фінансування його клієнтів, такий контрагент може мати проблеми з платоспроможністю, зокрема існують ризики несвоєчасного виконання або невиконання таким контрагентом своїх

фінансових зобов'язань. Отже, партнерство з таким контрагентом потребує додаткової уваги [11].

Зі свого боку, якщо незадовго до участі в публічній закупівлі та отримання публічних коштів, було внесено зміни до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, є ймовірність, що це було здійснено з метою участі в публічних закупівлях та/або з метою приховання зв'язків з іншим учасником публічної закупівлі [11]. З вибірки 435 українських компаній сфери реклами і маркетингу за 6 суб'єктами господарювання фіксується ризик-фактор «Реєстраційні зміни незадовго до участі в публічних закупівлях та отримання публічних коштів», що складає 1,38 % у відносному значенні до загалу.

Категорія *«Порушення законодавства у сфері економічної конкуренції»* передбачає аналіз контрагента за такими ризик-факторами: порушення законодавства про захист економічної конкуренції; порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції. Таких ризик-факторів за діяльністю досліджуваної вибірки компаній не виявлено. За цією категорією не виявлено жодної фіксації.

Підсумовуючи інформацію варто зауважити і про інші ризик-фактори, які ми додали до категорії «Інші»: Номер телефону однаковий; Знайдено збіг за ПІБ у Реєстрі корупціонерів НАЗК; Знайдено збіг за ПІБ у реєстрі «Особи, які переховуються від органів влади»; Зв'язок з ліквідованою юридичною особою; Зв'язок з компанією в стані припинення; Знайдено збіг за ПІБ у базі «Миротворець» Центру дослідження ознак злочинів проти національної безпеки України; Місцезнаходження на території можливих бойових дій; Інформація про адміністративні правопорушення, пов'язані з корупцією (за ст. 172-6 КУпАП); Знайдено збіг за ПІБ із політично значущою особою (PEP); Юридична особа має відношення до корпоративної групи, ключова особа якої є політично значущою особою (PEP); Знайдено збіг за ПІБ у базі «Реєстр Zрадників країни» Руху ЧЕСНО; Українська компанія належить до холдингу (групи), інший учасник якого зареєстрований за законодавством рф; Контрагент має історичний зв'язок із особою, яка пов'язана з рф; Учасником контрагента є рф або кінцевий бенефіціарний власник та/або учасник контрагента є громадянином рф та/або зареєстрований на її території; Ймовірно українська компанія або її учасник (акціонер), або її кінцевий бенефіціарний власник (контролер), або її уповноважена особа є учасником (акціонером) юридичної особи, що зареєстрована за законодавством рф.

Зведену інформацію за всіма категоріями ризик-факторів досліджуваної вибірки українських компаній сфери реклами і маркетингу представлено в табл. 5.

Таблиця 5 – Кількість та частка українських компаній зі сфери реклами і маркетингу, за якими фіксуються ризик-фактори на сервісі YouControl (Вибірка – 435 компаній)

Категорія	Ризик-фактор	К-ть компаній (N=435)	
		Абс.	%
Санкції	Знайдено збіг за ПІБ у санкційному списку	1	0,23
«Кваліфікаційні» критерії	Недостатній розмір статутного капіталу	156	35,86
	Відсутність ознаки неприбутковості	1	0,23
Контроль і репутація	Обмежена компетенція посадових осіб	77	17,70
	Контрагент фігурує в медіа	12	2,76
Господарська діяльність	Основний вид діяльності «загального» характеру	55	12,64
	Широкий перелік зареєстрованих видів діяльності	145	33,33

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Операційні ознаки	Наявна інформація, що юридична особа не подала фінансову звітність до фіскальних органів/органів статистики	16	3,68
Місцезнаходження	Місцезнаходження в житловому фонді	70	16,09
	Засновник / кінцевий бенефіціар є особою, яка зареєстрована на тимчасово окупованій території України	13	2,99
Засновники /учасники в іноземних юрисдикціях	Засновники/учасники в так званих «офшорах», визнаних в Україні (Постанова Кабінету Міністрів України №1045)	18	4,14
	Засновники/учасники в «Чорному списку» ЄС	1	0,23
Інституційні зміни	Часті інституційні зміни	66	15,17
	Малий строк діяльності керівника	17	3,91
Судові рішення	Судові рішення, пов'язані з контрагентом	22	5,06
Заборгованість	Відкриті виконавчі провадження	6	1,38
Власники невідомі	Кінцеві бенефіціари не визначені	2	0,46
	Відсутні учасники	1	0,23
Зв`язки	Зв'язок з національним публічним діячем	7	1,61
Кримінальні провадження	Інформація про кримінальні провадження щодо злочинів проти основ національної безпеки України	2	0,46
	-//- проти виборчих, трудових та інших особистих прав і свобод людини і громадянина	3	0,69
	-//- проти власності	10	2,30
	-//- господарських злочинів	11	2,53
	-//- проти громадської безпеки	1	0,23
	-//- проти безпеки руху та експлуатації транспорту	1	0,23
	-//- у сфері обігу наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів або прекурсорів та інші злочини проти здоров’я населення	1	0,23
	-//- проти авторитету органів державної влади, органів місцевого самоврядування, об’єднань громадян та злочини проти журналістів	4	0,92
	-//- у сфері використання ЕОМ (комп’ютерів), систем та комп’ютер. мереж і мереж електрозв’язку	1	0,23
	-//- у сфері службової діяльності та проф. діяльності, пов’язаної з наданням публічних послуг	7	1,61
	-//- проти правосуддя	2	0,46
Публічні закупівлі	Велика кількість підрозділів CPV	8	1,84
	Публічні кошти становлять значну частку в структурі доходу контрагента	1	0,23
	Реєстраційні зміни незадовго до участі в публічних закупівлях та отримання публічних коштів	6	1,38
	У контрагента відсутня фінансова звітність або вона не містить інформації про дохід, однак є відомості про надходження йому публічних коштів	1	0,23
	У фінансовій звітності контрагента вказаний дохід, який на 25% менше від отриманих публічних коштів	1	0,23
Інші	Номер телефону однаковий	11	2,53
	Знайдено збіг за ПІБ у Реєстрі корупціонерів НАЗК	13	2,99
	Знайдено збіг за ПІБ у реєстрі «Особи, які переховуються від органів влади»	15	3,45
	Зв'язок з ліквідованою юридичною особою	3	0,69
	Зв'язок з компанією в стані припинення	5	1,15
	Знайдено збіг за ПІБ у базі «Миротворець» Центру дослідження ознак злочинів проти національної безпеки України	45	10,34
	Місцезнаходження на території можливих бойових дій	40	9,20
	Інформація про адміністративні правопорушення, пов’язані з корупцією (за ст. 172-6 КУпАП)	1	0,23
	Знайдено збіг за ПІБ із політично значущою особою (PEP)	49	11,26
	Юридична особа має відношення до корпоративної групи, ключова особа якої є політично значущою особою (PEP)	8	1,84

	Знайдено збіг за ПІБ у базі «Реєстр Zрадників країни» Руху ЧЕСНО	1	0,23
	Українська компанія належить до холдингу (групи), інший учасник якого зареєстрований за законодавством рф	9	2,07
	Контрагент має історичний зв'язок із особою, яка пов'язана з рф	7	1,61
	Учасником контрагента є рф або кінцевий бенефіціарний власник та/або учасник контрагента є громадянином рф та/або зареєстрований на її території	1	0,23
	Ймовірно українська компанія або її учасник (акціонер), або її кінцевий бенефіціарний власник (контролер), або її уповноважена особа є учасником (акціонером) юридичної особи, що зареєстрована за законодавством рф	1	0,23

Фокусуючи ретельнішу увагу на деяких ризик-факторах із категорії *«Інші»,* варто зауважити, що ризик-фактор «Номер телефону однаковий» зумовлюється тим, що в декількох суб'єктів господарювання (юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців) фіксується однаковий номер телефону, що можна розглядати як сигнал фіктивності інформації про компанію.

Ризик-фактори «Знайдено збіг за ПІБ у Реєстрі корупціонерів НАЗК», «Знайдено збіг за ПІБ у реєстрі «Особи, які переховуються від органів влади»», «Зв'язок з ліквідованою юридичною особою», «Зв'язок з компанією в стані припинення» зумовлюються тим, що співпраця чи партнерство з контрагентом уповноважена особа якого внесена до Єдиного державного реєстру осіб, які вчинили корупційні або пов'язані з корупцією правопорушення НАЗК; уповноважена особа якого переховується/ переховувалась від правоохоронних органів; який пов'язаний з ліквідованою юридичною особою (мають спільного керівника та/або учасників, що здійснюють вирішальний вплив); який пов'язаний із припиненою юридичною особою (мають спільного керівника та/або учасників, що здійснюють вирішальний вплив) потребує належної уваги та може мати негативні репутаційні, операційні та фінансові наслідки відповідно.

Також співпраця з контрагентом, уповноважена особа якого внесена до бази «Миротворець» Центру дослідження ознак злочинів проти національної безпеки України, миру, безпеки людства та міжнародного правопорядку, може мати негативні репутаційні, операційні та фінансові наслідки, і за певних умов, може привернути увагу правоохоронних органів, що зумовлює виокремлення ризик-фактору «Знайдено збіг за ПІБ у базі «Миротворець» Центру дослідження ознак злочинів проти національної безпеки України».

Виокремлення ризик-фактору «Місцезнаходження на території можливих бойових дій» зумовлено тим, що для цих територій (в цьому дослідженні це було зафіксовано для компаній, які зареєстровані в м. Запоріжжя, Миколаїв, Суми і Харків) є постійний ризик того, що ці території можуть перетворитися на території активних бойових дій і контрагенти суб'єкта, розташованого на таких територіях, з об'єктивних причин позбавляться можливостей проведення з ним будь-яких транзакцій (в т. ч. розрахунків за укладеними договорами). Це може спричинити фінансові збитки і дестабілізацію бізнесу [11].

Ризик-фактор «Знайдено збіг за ПІБ із політично значущою особою (PEP)» зумовлюється тим, що контрагенти суб'єкта, який є або має зв'язок із політично значущою особою (PEP), можуть понести негативні репутаційні та фінансові наслідки [11].

Виокремлення ризик-факторів, які вказують на зв'язок компанії з країною-агресором теж вказують на високий рівень ризиків можливої співпраці або партнерства.

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Наприклад, ризик-фактор «Українська компанія належить до холдингу (групи), інший учасник якого зареєстрований за законодавством рф» зумовлений тим, що співробітництво з контрагентами, що входять до холдингів у складі яких є компанії, які зареєстровані за законодавством рф (країни-агресора), може спричинити негативні репутаційні наслідки. Партнерство з такими контрагентами потребує надзвичайної уваги [11].

Проаналізувавши та систематизувавши низку зафіксованих ризик-факторів компаній сфери реклами і маркетингу на основі даних сервісу YouControl, нами були виокремлені найбільш розповсюджені ризик-фактори, які фіксувалися на основі досліджуваної вибірки (рис. 9).

Рисунок 9 – Найбільш розповсюджені ризик-фактори компаній сфери реклами і маркетингу, які досліджувалися через сервіс YouControl

Джерело: побудовано за допомогою сервісу Flourish

На рис. 9 продемонстровані десять ризик-факторів, які найчастіше фіксувалися за українськими компаніями сфери реклами і маркетингу, аніж інші.

На онлайн-сервісі YouControl передбачений такий аналітичний інструмент як експрес-аналіз, в межах якого на основі зібраних даних та власної методики розрахунку формуються оцінки для кожного контрагенту:

A (особливих сигналів не виявлено, або ж вони нечисленні або несуттєві);

B (варто звернути увагу на кілька виявлених сигналів в діяльності компанії);

C (рекомендується провести ретельну оцінку надійності компанії, з огляду на сигнальні фактори);

D (рекомендується посилена перевірка надійності перед співпрацею).

Таке оцінювання слугує індикатором розуміння того, чи є в досліджуваного суб’єкта господарювання проблемні точки для додаткового дослідження і перевірки сигналів. Ці оцінки надаються на основі фіксації ризик-факторів, які умовно поділяються на категорії, що і було розглянуто в цьому дослідженні на основі вибірка в 435 компаній сфери реклами і маркетингу. На основі проведеного дослідження були виявлені найбільш розповсюджені ризик-фактори, які є характерними для українських компаній сфери реклами і маркетингу. Звісно, вибірка у 435 компаній не дає точної

картини для припущень щодо цілої сфери, яка налічує близько 16 тис. компаній, але у пул дослідження були здебільшого взяті лідери за регіонами та додатково висунуті вимоги, щоб забезпечити більш репрезентативну вибірку. У результаті найпоширенішими ризик-факторами визначено: 1) Недостатній розмір статутного капіталу (35,86 %); 2) Широкий перелік зареєстрованих видів діяльності (33,33 %); 3) Обмежена компетенція посадових осіб (17,7 %); 4) Місцезнаходження в житловому фонді (16,09 %); 5) Часті інституційні зміни (15,17 %).

Висновки дослідження і перспективи подальших розробок за цим напрямом. Насьогодні **у**країнський бізнес зіштовхується з новими реаліями необхідності відповідати високим вимогам прозорості. Процесу «зняття масок» сприяють українські онлайн-сервіси бізнес-аналітики, які на основі систематизації даних з багатьох різних інформаційних джерел оцінюють діяльність українських компаній, та надають оціночні відповіді щодо цих компаній і їхньої діяльності у відповідь на запити користувачів. Коло цих заінтересованих осіб може охоплювати різні групи користувачів – від дослідників (науковців, журналістів) до іноземних інвесторів, від конкурентів до постачальників, від постійних клієнтів до тих, хто тільки починає планувати партнерство, навіть представники самих компаній теж будуть відстежувати оцінки власної діяльності незалежними онлайн-сервісами бізнес-аналітики для розуміння які ризик-фактори фіксуються за ними.

Дослідження присвячено аналізу діяльності маркетингових компаній України із використанням онлайн-сервісу YouControl. Використана вибірка, яка нараховувала 435 компаній сфери реклами і маркетингу, які займають позиції лідерів за різними регіонами України, визначених за показником чистого доходу від реалізації продукції за 2022 рік. Для визначення компаній-лідерів використовувався інструмент YouControl – онлайн-сервіс YC.Market. Узагальнені найпоширеніші ризик-фактори, які фіксуються за українськими компаніями сфери реклами і маркетингу, а саме: недостатній розмір статутного капіталу (35,86 %); широкий перелік зареєстрованих видів діяльності (33,33 %); обмежена компетенція посадових осіб (17,7 %); місцезнаходження в житловому фонді (16,09 %); часті інституційні зміни (15,17 %). Інші, менш поширені ризик-фактори також варто враховувати як сигнали до більш ретельної та прискіпливої додаткової перевірки контрагентів у контексті можливої співпраці й партнерства.

У подальшому важливо досліджувати українські компанії, які функціонують у сфері реклами і маркетингу, у контексті причинно-наслідкових зв’язків між ризик-факторами та результатами діяльності компанії.

1. Bloomberg. URL: https://www.bloomberg.com/ (дата звернення 15.07.2024).
2. Forbes. URL: https://www.forbes.com/ (дата звернення 15.07.2024).
3. Macrotrends. URL: https://www.macrotrends.net/ (дата звернення 15.07.2024).
4. MarketWatch. URL: https://www.marketwatch.com/ (дата звернення 15.07.2024).
5. Nasdaq. URL: https://www.nasdaq.com/(дата звернення 15.07.2024).
6. Next 250: нова хвиля. Forbes Ukraine. 2024. Червень-липень. С. 72-92.
7. Sokolovska Z.M., Yatsenko N.V., Fedorova M.M. E-marketing tools in shaping operation strategy for trade enterprises. Economic journal Odessa polytechnic university. 2018. № 4(6). P. 70-79.
8. The Wall Street Journal. URL: https://www.wsj.com/ (дата звернення 15.07.2024).
9. Yahoo! Finance. URL: https://finance.yahoo.com/ (дата звернення 15.07.2024).
10. YCharts. URL: https://ycharts.com/ (дата звернення 15.07.2024).
11. YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ (дата звернення 12.07.2024).

12. Zhygalkevych Z., Saloid S., Labzina A. Analysis of logistics support for construction processes at LLC «BMU-2019». *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 60-65.
13. Глоба Д. Специфіка комплаєнсу для ФПГ. *Юридична газета*. 09 травня 2023 року. № 3-6. С. 26.
14. Епіцентр і Приватбанк, Порошенко і Ахметов: кого і що найчастіше перевіряли в YouControl. *Маркетинг в Україні.* 2021. № 4. С. 23-26.
15. Житловий кодекс України в редакції Закону № 2215-IX від 21.04.2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5464-10#Text (дата звернення 21.07.2024).
16. Конституція України: Закон України «Про акціонерні товариства» із змінами, внесеними згідно із Законами № 3587-IX від 22.02.2024 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#n1985 (дата звернення 22.07.2024).
17. Конституція України: Закон України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни» від 03.03.2022 р. № 2115-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2115-20#Text (дата звернення 15.07.2024).
18. Конституція України: Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» із змінами, внесеними згідно із Законами № 3587-IX від 22.02.2024 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text (дата звернення 18.07.2024).
19. Кобеля-Звір М.Я. Грантові інструменти для розвитку жіночого підприємництва. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2023. Вип. 48. С. 41-45.
20. Корнилюк Р. «Американські гірки» української економіки. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 3. С. 8-16.
21. Методика ExpressAnalysis від YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/contractor/express-analisis/method/ (дата звернення 09.07.2024).
22. Мільман С. Життя у світі відкритих даних – прямий прояв демократії. *Репутаційні активісти*. 2024. № 4. С. 20-23.
23. Онопрієнко А., Яворський П., Дейсан І. Економічний ефект відкритих даних в Україні. *Аналітичний звіт Міністерства цифрової трансформації України.* URL: https://tapas.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/Economic-impact_report.pdf (дата звернення 10.07.2024).
24. Податковий кодекс України. Із змінами, внесеними згідно із Законами № 3853-IX від 16.07.2024 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text (дата звернення 19.07.2024).
25. Реклама і маркетинг України. YC.Market Catalog. URL: https://catalog.youcontrol.market/reklama-i-marketynh (дата звернення 12.07.2024).
26. Товариство з обмеженою відповідальністю «Ю-КОНТРОЛ». Досьє. URL: https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=13614151#express-universal-file (дата звернення 29.07.2024).
27. Харламов П. Доступні гроші не для всіх: в Україні відкрито багато програм грантової підтримки бізнесу. Розбираємо, як отримати фінансування на розвиток бізнесу. MIND. 21 жовтня 2022 р. URL: https://cutt.ly/Fel8Ws01 (дата звернення 09.07.2024).

1. Bloomberg. Available at: https://www.bloomberg.com/ (accessed 15.07.2024).
2. Forbes. Available at: https://www.forbes.com/ (accessed 15.07.2024).
3. Macrotrends. Available at: https://www.macrotrends.net/ (accessed 15.07.2024).
4. MarketWatch. Available at: https://www.marketwatch.com/ (accessed 15.07.2024).
5. Nasdaq. Available at: https://www.nasdaq.com/ (accessed 15.07.2024).
6. Next 250: new wave (2024). Forbes Ukraine, pp. 72-92 (in Ukrainian).
7. Sokolovska, Z.M., Yatsenko, N.V., & Fedorova, M.M. (2018). E-marketing tools in shaping operation strategy for trade enterprises. Economic journal Odessa polytechnic university, vol. 4(6), pp. 70-79.
8. The Wall Street Journal. Available at: https://www.wsj.com/ (accessed 15.07.2024).
9. Yahoo! Finance. Available at: https://finance.yahoo.com/ (accessed 15.07.2024).
10. YCharts. Available at: https://ycharts.com/ (accessed 15.07.2024).
11. YouControl. Available at: https://youcontrol.com.ua/ (accessed 12.07.2024).

12. Zhygalkevych, Z., Saloid, S., & Labzina, A. (2021). Analysis of logistics support for construction processes at LLC «BMU-2019». Investytsii: praktyka ta dosvid, vol. 21, pp. 60-65.
13. Hloba, D. (2023). Spetsifyka kompliansu dlia FPG [Specifics of compliance for financial and production groups]. Yurydychna hazeta, vol. 3-6, p. 26 (in Ukrainian).
14. Epitsentr i Pryvatbank, Poroshenko i Akhmetov: koho i shcho naichastishe perevirialy v YouControl (20221). [Epicenter and PrivatBank, Poroshenko and Akhmetov: Who and what were most frequently checked in YouControl]. Marketing in Ukraine, Vol. 4, pp. 23-26. (in Ukrainian).
15. Housing Code of Ukraine as amended by Law (2022). No. 2215-IX. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5464-10#Text (in Ukrainian).
16. Constitution of Ukraine: Law of Ukraine "On Joint Stock Companies" as amended by Laws No. 3587-IX of February 22, 2024. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#n1985. (accessed 22.07.2024). (in Ukrainian).
17. Constitution of Ukraine: Law of Ukraine "On the Protection of the Interests of Reporting Entities and Other Document Submissions During Martial Law or State of War" dated March 3, 2022, No. 2115-IX. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2115-20#Text (accessed 15.07.2024). (in Ukrainian).
18. Constitution of Ukraine: Law of Ukraine "On Limited and Additional Liability Companies" with amendments made in accordance with Law No. 3587-IX dated February 22, 2024. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text (accessed 15.07.2024). (in Ukrainian).
19. Kobelia-Zvir, M.Ia. (2023). Hrantovi instrumenty dlia rozvytku zhinochoho pidpryiemnytstva. [Grant instruments for the development of women's entrepreneurship]. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University, vol. 48, pp. 41-45. (in Ukrainian).
20. Kornyliuk, R. (2021). «Amerykanski hirky» ukrainskoi ekonomiky. ["Roller Coaster" of the Ukrainian Economy]. Marketing in Ukraine, vol. 3, pp. 8-16 (in Ukrainian).
21. ExpressAnalysis Method by YouControl. Available at: https://youcontrol.com.ua/contractor/express-analisis/method/ (accessed 15.07.2024). (in Ukrainian).
22. Milman, S. (2024). Zhyttia u sviti vidkrytykh danykh – priamyi proiav demokratii. [Life in the world of open data is a direct manifestation of democracy]. Reputation activists , vol. 4, pp. 20-23. (in Ukrainian).
23. Onopriienko, A., Yavorskyi, P., Deisan, I. (2022). Ekonomichnyi efekt vidkrytykh danykh v Ukraini. [Economic Impact of Open Data in Ukraine]. Analitychnyi zvit Ministerstva tsyfrovoi transformatsii Ukrainy. Available at: https://tapas.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/Economic-impact_report.pdf (accessed 10.07.2024). (in Ukrainian).
24. Tax Code of Ukraine. With amendments made in accordance with Law No. 3853-IX dated July 16, 2024. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text (accessed 19.07.2024). (in Ukrainian).
25. Advertising and Marketing in Ukraine. YC.Market Catalog. Available at: https://catalog.youcontrol.market/reklama-i-marketynh (accessed 12.07.2024). (in Ukrainian).
26. Limited Liability Company "U-CONTROL". Dossier. Available at: https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=13614151#express-universal-file (accessed 29.07.2024). (in Ukrainian).
27. Kharlamov, P. (2022). Dostupni hroshi ne dlia vsikh: v Ukraini vidkryto bahato prohram hrantovoi pidtrymky biznesu. Rozbyraiemo, iak otrymaty finansuvannia na rozvytok biznesu [Available funds not for everyone: many grant support programs for businesses have been launched in Ukraine. We examine how to obtain funding for business development.]. MIND. Available at: https://cutt.ly/Fel8Ws01 (accessed 09.07.2024). (in Ukrainian).

Zavalii Tetiana, PhD in Economics, Senior Lecturer of the Department of Management, Business and Marketing Technologies, Zhytomyr Polytechnic State University (Zhytomyr, Ukraine).

Lehenchuk Serhii, Doctor of economics, Professor, Head of the department of information systems in management and accounting, Zhytomyr Polytechnic State University (Zhytomyr, Ukraine).

ISSN 2522-9087 (Print)
ISSN 2523-434X (Online)

Express analysis of Ukrainian companies on the YouControl online service: advertising and marketing market of Ukraine.

The aim of the article is to identify the most common risk factors that have been identified based on the performance of Ukrainian advertising and marketing companies.

Analyses results. Ukrainian business is currently facing new realities of having to meet high transparency requirements. The process of "removing the masks" is facilitated by Ukrainian online business intelligence services that, based on the systematization of data from many different information sources, evaluate the activities of Ukrainian companies and provide evaluative answers about these companies and their activities in response to user requests. This study analyzes the activities of Ukrainian marketing companies using the YouControl online service. In particular, the study used a sample of 435 advertising and marketing companies that occupy leading positions in different regions of Ukraine, determined by the net revenue from sales of products for 2022. To determine the leading companies, the YouControl tool was used - the online service YC.Market. The study summarized the most common risk factors associated with Ukrainian advertising and marketing companies, namely: Insufficient funding according to the reported founding capital (35.86%); Wide range of registered types of economic activities (33.33%); Limited competency of employees (17.7%); Registered at an address that belongs to public housing (16.09%); Frequent institutional changes (15.17%). Other, less common risk factors should also be taken into account as signals for more thorough and meticulous additional due diligence of counterparties in the context of possible cooperation and partnership.

Conclusions and directions for further research. It is important to research Ukrainian companies operating in the field of advertising and marketing in the context of the causal relationships between specific risk factors and the company's performance, in particular, such indicators as net income, net profit/loss, ROA, etc.

Keywords: online service, YouControl, risk factor, analytics, data, company, marketing, advertising

Надійшло до редакції 20 квітня 2024