

ВІСНИК

Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий журнал

Виходить шість разів на рік

Уперше вийшов друком у лютому 1998 р.

№ 2⁽¹³⁰⁾2020

До жовтня 2000 р. виходив під назвою

"Вісник Київського державного торговельно-економічного університету"

Журнал визнано ДАК МОН України як фахове видання з економічних наук категорії "Б"

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

МАЗАРАКІ А.А., головний редактор;

ПРИТУЛЬСЬКА Н.В., заступник головного редактора;

МЕЛЬНИЧЕНКО С.В., відповідальний секретар

БАЙ С. І., д. е. н., професор, КНТЕУ;

БЕРІДЗЕ Р., д. е. н., професор, Батумський державний університет ім. Шота Руставелі (*Грузія*);

БЛАКИТА Г. В., д. е. н., професор, КНТЕУ;

БЛАНК І. О., д. е. н., професор, КНТЕУ;

БОЙКО М. Г., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ВЕДМІДЬ Н. І., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ВОЛОСОВИЧ С. В., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ГЕРАСИМЕНКО А. Г., д. е. н., доцент, КНТЕУ;

ДЖОУБ М., д., професор, Університет Маямі (*США*);

ДУБОВИК Т. В., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ІЛЛЯШ О. І., доктор хабілітований, професор,

Університет Миколая Коперника в Торуні (*Польща*);

ІЛЬЧЕНКО Н. Б., д. е. н., доцент, КНТЕУ;

ЛАБУРЦЕВА О. І., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ЛАГУТІН В. Д., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ЛАНГ Ф. П., доктор хабілітований,

Брауншвейзький технічний університет (*Німеччина*);

ЛАЦЕ Н., д. е. н., професор, Ризький технічний університет (*Латвія*);

НАЗАРОВА К. О., д. е. н., доцент, КНТЕУ;

НОВІКОВА Н. Л., д. е. н., доцент, КНТЕУ;

ПАВЛІК А., д. е. н., професор, Університет ім. Яна Кохановського (*Польща*);

ПІРОЖКОВ С. І., д. е. н., професор, КНТЕУ;

РОМАТ С. В., д. держ. упр., професор, КНТЕУ;

СУВАН-АЧАРІЯ Ч., д. е. н., доцент, професор,

Таксін університет (*Тайланд*);

ТАКАХАШИ Т., д. н., професор, Університет Такушюку (*Японія*);

ТКАЧЕНКО Т. І., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ФІЛІС К., керівник Центру вивчення Росії, Євразії та Південно-Східної Європи, політолог (*Греція*), с. н. с., Коледж святого Антонія (*Велика Британія*);

ФОМІНА О. В., д. е. н., доцент, КНТЕУ;

ЧУГУНОВ І. Я., д. е. н., професор, КНТЕУ;

ШУЛЬГА Н. П., д. е. н., професор, КНТЕУ;

БОЙЧЕНКО М. І., д. філос. н., професор,

КНУ ім. Тараса Шевченка;

ЗАМКОВА Н. Л., д. філос. н., професор, ВТЕІ КНТЕУ;

КІВЛЮК О. П., д. філос. н., професор,

НПУ ім. М. П. Драгоманова;

КОНВЕРСЬКИЙ А. С., д. філос. н., професор,

КНУ ім. Тараса Шевченка;

КРАВЧЕНКО А. А., д. філос. н., професор, КНТЕУ;

ЛАТИГІНА Н. А., д. політ. н., професор, КНТЕУ;

МОРОЗОВ А. Ю., д. філос. н., професор, КНТЕУ;

ОПАРА С., професор гуманітарних наук, філософ (*Польща*);

ОСТАЩУК І. Б., д. філос. н., професор, КНТЕУ;

ФРАНЦУЗ Г., д. філос. н., професор, Інститут філософії Опольського університету (*Польща*)

ЦЗООУ Ч., д. філос., Гуандунський університет нафтохімічних технологій (*Китай*)

Засновник, редакція, видавець і виготовлювач Київський національний торговельно-економічний університет.

Заступник директора з наукової періодики ЦПНМВ – завідувач редакції С. Л. ОЛЮНІНА

Редактори: Е. Ю. КИРИЧЕНКО, І. Й. РАССКАЗОВА
Художньо-технічний редактор С. В. АНДРУШКО

Свідцтво про державну реєстрацію
серія КВ № 13100-1984ПР від 23.08.2007.

Індекс журналу
в Каталозі видань України на 2020 рік – 21910.

Підписано до друку 15.04.2020.

Ум. друк. арк. 9.2. Тираж 250 пр. Зам. 178.

Адреса редакції, видавця, виготовлювача:
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156.

Телефон редакції 529-50-24, факс: 513-85-36,
e-mail: visnik@knteu.kiev.ua.

Надруковано на обладнанні КНТЕУ.

Свідцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 4620 від 03.10.2013.

Видається за рекомендацією Вченої ради КНТЕУ
(протокол засідання № 6 від 27.02.2020).

Статті проходять рецензування. Передрук і переклади матеріалів, опублікованих у журналі, дозволяються лише зі згоди автора та редакції
Журнал представлено в міжнародних і національних наукометричних базах: Індекс Копернікус (*Index Copernicus*);
реферативній базі даних "Україніка наукова", а також у пошуковій системі Академії Google (*Google Scholar*).

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2020

Київ · КНТЕУ · 2020

З М І С Т

ВИЩА ОСВІТА

МАЗАРАКІ А., НОВІКОВА Н., СОНЬКО Ю.	Цифрові детермінанти трендів підготовки фахівців	5
--	---	---

МАКРОЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

ЛАГУТІН В.	Онтологічні та гносеологічні засади економічної науки XXI століття	21
-------------------	---	----

РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

МИХАЙЛЧЕНКО Г., КРАВЦОВ С., ЗАБАЛДІНА Ю.	Планування івентивного портфеля туристичної дестинації у посткарантинний період	36
---	---	----

ПІДПРИЄМНИЦТВО

ХАРСУН Л., ПАТКОВСЬКИЙ С.	Холодові ланцюги постачання продовольства: детермінанти управління та розвитку	48
МОСКВІН Б.	Банкрутство як механізм антикризового управління підприємством	58
ГРИНЮК Н.	Кооперативна споживча мережа Європи	69
ФІДЛЕР М., КІСЛІНГ М.	Фейкові відгуки в маркетингу в електронній торгівлі	77

ФІНАНСИ

ЧУГУНОВ І., КАЧУЛА С.	Державна фінансова політика забезпечення соціального розвитку суспільства	87
----------------------------------	---	----

СОДЕРЖАНИЕ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

МАЗАРАКИ А., НОВИКОВА Н., СОНЬКО Ю.	Цифровые детерминанты трендов подготовки специалистов	5
--	--	---

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ЛАГУТИН В.	Онтологические и гносеологические основы экономической науки XXI века	21
-------------------	--	----

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

МИХАЙЛИЧЕНКО А., КРАВЦОВ С., ЗАБАЛДИНА Ю.	Планирование ивентивного портфеля туристической дестинации в посткарантинный период	36
--	---	----

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ХАРСУН Л., ПАТКОВСКИЙ С.	Холодовые цепи поставок продовольствия: детерминанты управления и развития	48
МОСКВИН Б.	Банкротство как механизм антикризисного управления предприятием	58
ГРИНЮК Н.	Кооперативная потребительская сеть Европы	69
ФИДЛЕР М., КИСЛИНГ М.	Фейковые отзывы в маркетинге в электронной торговле	77

ФИНАНСЫ

ЧУГУНОВ И., КАЧУЛА С.	Государственная финансовая политика обеспечения социального развития общества	87
----------------------------------	---	----

C O N T E N T

HIGHER EDUCATION

MAZARAKI A., NOVIKOVA N., SONKO Yu.	Digital determinants of training specialists' trends	5
--	---	---

MACROECONOMIC THEORY

LAGUTIN V.	Ontological and epistemological foundations of economic science of the XXI century	21
-------------------	--	----

REGIONAL DEVELOPMENT

MYKHAILICHENKO H., KRAVTSOV S., ZABALDINA Yu.	Planning of event portfolio for tourism destination in post-quarantine period	36
--	--	----

ENTERPRISE

KHARSUN L., PATKOVSKIY S.	The cold supply chains of food: determinants of management and development	48
MOSKVIN B.	Bankruptcy as an enterprise anti-crisis management mechanism	58
HRYNYUK N.	Cooperative consumer network of Europe	69
FIEDLER M., KISSLING M.	Fake reviews in e-commerce marketing	77

FINANCE

CHUGUNOV I., KACHULA S.	State financial policy of ensuring social development of society	87
------------------------------------	---	----

МАЗАРАКІ Анатолій,
д. е. н., професор, ректор
Київського національного торговельно-економічного університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: mazaraki_aa@knute.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5283-8444>

НОВІКОВА Наталя,
д. е. н., доцент, завідувач кафедри
публічного управління та адміністрування
Київського національного
торговельно-економічного університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: n.l.novikova@knute.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5219-9494>

СОНЬКО Юлія,
к. е. н., доцент, доцент кафедри
публічного управління та адміністрування
Київського національного
торговельно-економічного університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: y.sonko@knute.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2557-9069>

ЦИФРОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТРЕНДІВ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Розглянуто основні тенденції цифровізації суспільства та перспективи його подальшого розвитку. Обґрунтовано необхідність формування цифрових компетентностей (Digital skills) майбутніх фахівців різних сфер економіки України, органів влади та громадськості у контексті розвитку глобального тренду цифрової трансформації суспільства. Розроблено методологічні алгоритми побудови курсу "Цифрова економіка України" відповідно до сучасних трендів підвищення якості освіти.

Ключові слова: цифрова економіка, цифрові компетентності, цифрові тренди, освітній процес, якість освіти, цифровізація.

Мазаракі А., Новікова Н., Сонько Ю. Цифровые детерминанты трендов подготовки специалистов. Рассмотрены основные тенденции цифровизации общества и перспективы его дальнейшего развития. Обоснована необходимость формирования цифровых компетентностей (Digital skills) будущих специалистов различных сфер экономики Украины, органов власти и общественности в контексте развития глобального тренда цифровой трансформации общества. Разработаны методологические алгоритмы построения курса "Цифровая экономика Украины" в соответствии с современными трендами повышения качества образования.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые компетентности, цифровые тренды, образовательный процесс, качество образования, цифровизация.

Постановка проблеми. Нова епоха цифровізації, в яку стрімко увійшов світ, результати четвертої промислової революції ("Індустрія 4.0") вносять радикальні корективи в традиційний уклад життя, кардинально трансформуючи суспільство. Переміщення аналогових операцій в інтернет-простір, розвиток цифрового середовища, заміна класичних моделей управління та бізнес-процесів цифровими продукують якісно новий формат промислового виробництва, розкриваючи нові можливості персоналізації пропозицій для кожного клієнта. Процеси цифровізації

та роботизації, зумовлюючи появу унікальних систем і процесів, є імперативом сучасного глобалізованого світу. Цифрові технології змінюють практично всі сфери життя, складають їх нову ціннісну сутність, сприяють зростанню ефективності й продуктивності праці, паралельно зменшуючи попит на людський ресурс.

Відповідно до звіту про охоплення цифровізації (*Digital Spillover*) до 2022 р. буде оцифровано понад 60 % світового ВВП. Орієнтовні 70 % нової вартості, створеної в економіці протягом наступного десятиліття, базуватимуться на платформах з цифровою підтримкою. Глобальний центр інфраструктури оцінює глобальний дефіцит фінансування майже в 1 трлн дол. США на інфраструктуру інформаційних та комунікаційних технологій до 2040 р. [1].

Прискорюючи процеси передання знань, інтеграції інновацій у бізнес, формуючи конкурентні переваги розвитку економічних систем різних рівнів, глобальна цифрова економіка стрімко зростає й розвивається. За прогнозами Бостонської консалтингової групи (*The Boston Consulting Group*), вона зростала в 2.5 рази швидше, ніж глобальний ВВП за останні 15 років і майже вдвічі з 2000 р. Обсяг світової цифрової економіки може досягнути рівня 16 трлн дол. США до 2035 р. [2].

Експерти Всесвітнього економічного форуму в Давосі у своєму звіті "Готовність до майбутнього виробництва" (*Digital Transformation Initiative*) зазначають, що для України зосередитися на цифровізації – правильний і єдиний спосіб скоротити настільки відчутний розрив у міжнародних показниках порівняно з іншими країнами світу [3].

Означене актуалізує необхідність впровадження в освітній процес курсу "Цифрова економіка України". Його вивчення має на меті надання здобувачам вищої освіти різних спеціальностей ґрунтовних теоретичних знань і набуття практичних навичок застосування цифрових технологій у різних секторах економіки, бізнесу, публічного управління для підвищення їх ефективності, конкурентоспроможності, забезпечення сталого національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та добробуту населення України. В процесі навчання здобувачі вищої освіти зможуть усвідомити сутність цифровізації суспільства, ознайомитися з сучасними цифровими трендами, вивчити особливості концепцій та сценаріїв цифровізації у різних країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напрями цифровізації суспільства досліджували такі провідні науковці, як: О. Аполов [4], Р. Бухт [5], О. Джусов [6], О. Гудзь [7], Г. Карчева [8], С. Коляденко [9], Т. Писаренко [10], О. Піжук [11] та ін. Питання розвитку цифрової економіки у центрі уваги науковців Державної установи "Інститут економіки та прогнозування НАН України" (В. Ліпов [12], І. Оdotюк [13]), а також науковців Інституту економіки промисловості НАН України (В. Ляшенко та О. Вишневський [14]).

Однак поза увагою залишаються питання безперервної адаптації сучасних компетентностей майбутніх фахівців відповідно до цифрової трансформації суспільства.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності формування цифрових компетентностей (*Digital skills*) майбутніх фахівців різних сфер економіки України, органів влади та громадськості у контексті розвитку глобального тренду цифрової трансформації суспільства та розробка методологічних алгоритмів побудови курсу "Цифрова економіка України" для здобувачів вищої освіти України.

Матеріали та методи. Матеріалами досліджень слугували кількісні показники розвитку процесу цифровізації суспільства, дані міжнародних рейтингів України в частині складових, пов'язаних з цифровізацією, публікації науковців, які вивчали питання цифрових трансформацій в Україні та світі, офіційні звіти міжнародних організацій, нормативно-правові акти та ін. Використано широкий спектр загальнонаукових та спеціальних методів економічних досліджень, зокрема аналізу та синтезу, наукового абстрагування, узагальнення, статистичного аналізу, порівняння, систематизації.

Результати дослідження. Цифровізація економіки України – це ключовий драйвер підвищення конкурентоспроможності її секторів та галузей, добробуту громадян, розвитку ринку праці, появи нових індустрій, створення нових продуктів, властивостей та цінностей. Це єдино правильний шлях до економічного зростання України, формування конкурентних переваг та розвитку інноваційного підприємництва у глобальному цифровому середовищі.

Особливого значення при цьому набуває система вищої освіти. Для адаптації до цифрового середовища, крім "гнучких" (*Soft skills*), "професійних" (*Hard skills*) навичок, необхідні ще різні типи цифрових знань, які формують цифрові компетентності. Забезпечення освітнього процесу відповідним навчально-методичним інструментарієм сприяє формуванню у здобувачів сучасних цифрових компетентностей (*Digital skills*) (далі – *DS*). За експертними оцінками, до 2030 р. від 75 до 375 млн працівників, які становлять від 3 до 14 % світової робочої сили, будуть змушені змінити свою професію [15]. Стає актуальним міркувати не стільки з точки зору кількості робочих місць, скільки з точки зору формування необхідних компетентностей та навичок і пристосовування їх до потреб ринку праці. Формування *DS* є однією з найважливіших умов для розвитку цифрового ринку будь-якої країни, оскільки воно прямо або опосередковано пов'язане з усіма сферами функціонування суспільства. Цифрові компетентності вважаються вихідною рамковою умовою для розвитку всіх інших пріоритетів у сфері гармонізації цифрових ринків країн ЄС та Східного Партнерства, визначених під час засідання на тему "Цифрова спільнота" (2016 р., Брюссель) на рівні міністрів [16].

Європейською спільнотою здійснено значну роботу щодо рамок цифрової компетентності для: громадян (*DigComp*), педагогів (*DigCompEdu*), освітніх організацій (*DigCompOrg*) та споживачів (*DigCompConsumers*). У 2016 р. опубліковано систему підходів до відкритих закладів вищої освіти (*OpenEdu*), а також рамка підприємницької компетентності (*EntreComp*), в галузі обчислювального мислення (*CompuThink*) [17].

У динамічному цифровому світі технології розвиваються з безпрецедентною швидкістю, тому освітні програми потребують постійного оновлення для задоволення потреб ринку праці. Якість вищої освіти насамперед визначається відповідністю змісту навчання до потреб майбутньої професії, тому наразі питання її підвищення стає як ніколи актуальним.

Відповідно до нових викликів мають змінюватись й тренди підготовки фахівців. Отже, врахування цифрових детермінант у трендах підготовки фахівців є пріоритетним завданням для КНТЕУ. Для його реалізації розроблено курс "Цифрова економіка України", метою вивчення якого є надання фундаментальних теоретичних знань і набуття практичних навичок та умінь вирішення професійних завдань, що виникають у різних сферах цифрової економіки.

Завдання вивчення курсу "Цифрова економіка України" – надання здобувачам вищої освіти різних спеціальностей ґрунтовних знань, необхідних для управління економічними об'єктами в процесі їх цифровізації, впровадження цифрових технологій у секторах промисловості, бізнесі та державному управлінні для підвищення їх ефективності, конкурентоспроможності, забезпечення сталого національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення України. Предметом вивчення курсу є основні положення та стратегії політики цифровізації соціально-економічного розвитку України.

Стосовно змісту курсу, то цифрові тренди як напрями розвитку цифрових технологій пропонується розглядати в темі "Концептуальні засади цифрової трансформації суспільства". Адже для більшості сфер та галузей економіки України використання цифрових трендів є вкрай актуальним. Вони фактично є готовими стратегіями відповідних рішень, ініціатив та дій. Використання цифрових трендів, вивчення національних, регіональних, місцевих ініціатив з цифрової трансформації України, аналіз сценаріїв цифрового розвитку може бути критичним для подолання великої кількості економічних та соціальних викликів країни. Цифрові тренди здатні трансформувати систему, сферу, галузь у нову якість, зробити це швидше та дешевше, ніж традиційні аналогові підходи. Кінцевим результатом є ефективність, конкурентоспроможність та створення нових цінностей.

Поява в структурі економіки України значної частки цифрової економіки (до 65 % ВВП), національна ініціатива цифровізації українського суспільства на принципах цифрового пріоритету та на засадах державно-приватного партнерства, фокус на розвитку внутрішнього ринку,

формування у ключових стейкхолдерів (держава, бізнес, громадяни) мотивацій, потреб та попиту у цифрових технологіях здатне стрімко підвищувати продуктивність економіки.

Аналізуючи останні дослідження і публікації, можна виокремити п'ять основних умов успішної цифровізації в Україні: доступність та сприйняття, забезпечення конкурентних переваг, загальна відповідальність, відповідність та цілеспрямованість, безпечність та захищеність, що ілюструє *рис. 1*.



Рис. 1. Умови цифровізації в Україні

Джерело: авторська розробка.

Доступність та сприйняття: кожен громадянин, незалежно від місця проживання, статі, доходу, має доступ до мережі Інтернет та вмінню користуватися. Достатній рівень цифрової грамотності населення.

Забезпечення конкурентних переваг: підвищення конкурентоспроможності бізнесу в умовах глобальної конкуренції. Технічне переоснащення вітчизняних підприємств усіх форм власності, ефективне залучення досягнень цифровізації у процесі діяльності.

Загальна відповідальність: підприємства, держава, громадські організації взаємодіють злагоджено в процесі реалізації концепції цифровізації. Ефективне публічно-приватне партнерство, в основі якого застосування досягнень цифрової економіки. Суттєвий рівень довіри до бізнесу та до влади. Соціальна спрямованість не лише державної політики, а й бізнесової діяльності.

Відповідність та цілеспрямованість: слідування основним принципам, визначеним на рівні держави. Чіткий, сформований курс реформ щодо формування цілісного механізму цифровізації економіки. Неперервність та невідворотність запущених механізмів цифровізації в Україні. Впровадження новітніх технологій на всіх рівнях від "цифрового робочого місця" до реалізації концепції "розумні міста".

Безпечність та захищеність: розвинена система захисту баз даних. Створення безпечного кіберпростору. Нівелювання впливу інформаційної асиметрії. Своєчасне висвітлення офіційної інформації. Держава має взяти на себе роль лідера й експериментатора; регулятора й захисника; популяризатора цифрових трансформацій в Україні.

Основними принципами впровадження цих умов є надійність, практичність та всеосяжність. *Надійність* передбачає стійкість у прийнятті рішень щодо проведення реформ у межах впровадження цифровізації, неухильне слідування визначеним цілям. *Практичність* визначає використання досягнень цифровізації з метою отримання переваг. Тобто зміни мають з самого початку бути ефективними і рентабельними. Щодо *всеосяжності*, то цей принцип має на меті одночасне впровадження технологій на всій території держави, а не тільки в столиці чи великих містах.

Впровадження цифровізації надасть можливість Україні посісти гідне місце серед європейських країн у галузі інновацій. Для цього необхідним є більше 60 % цифрового ВВП, 100 % охоплення мережі Інтернет, у тому числі покриття 4G–5G, доступність мобільного Інтернету на транспортному сполученні, активне використання цифрової ідентифікації громадян тощо.

Оскільки цифрова економіка за своїми характеристиками є глобальною, цифрові тренди також мають глобальний характер та вплив. Тому актуальною є тема курсу "Загальносвітові тенденції цифровізації", де, крім типів цифрових економік та особливостей концепцій та сценаріїв цифровізації у різних країнах світу, пропонується розглянути ініціативи ЄС щодо розвитку цифрової економіки: "Індустріальна політика для ери глобалізації" (*Industrial Policy for Globalisation Era*); "Цифровий порядок денний Європи" (*Europe Digital Agenda*); Стратегія "Підприємницька діяльність – 2020" (*The Entrepreneurship, 2020*). Важливим завданням є гармонізація України в цифровий єдиний ринок (*Digital Single Market*) – платформа ЄС щодо розвитку транскордонної економічної взаємодії та комерції.

У світі не існує єдиного концептуального підходу до оцінки обсягів цифрової економіки, впливу цифровізації на зростання ВВП. Ці важливі питання ми пропонуємо розглянути в темі "Оцінка макроефектів від цифровізації для ключових стейкхолдерів", де наведено *ефекти* від цифровізації для *бюджету держави*: інвестиції у цифровізацію виробництва, бізнесу, промисловості; додаткові надходження

до бюджету; інвестиції у цифрову інфраструктуру; приріст продуктивності праці; додатково створений ВВП завдяки цифровізації; кількість створених робочих місць. Ефекти від цифровізації для бізнесу: зростання промислового виробництва, високотехнологічних сегментів, пропускну здатності виробництв, кількості замовлень, виконаних вчасно, ефективності встановленого обладнання; скорочення запасів, простоїв обладнання; економія витрат на закупівлю; додаткове залучення до країни інвестицій у розвиток Індустрії 4.0 – як у виробництва, так і в центри *R&D*, інкубатори та технологічні компанії.

Ефекти від цифровізації для *громадян*: можливість капіталізації себе, своїх знань, вмінь та навичок завдяки використанню цифрових технологій; використання онлайн-сервісів та платформ для розвитку своїх бізнесів через власні боти та цифрові особисті "копії", без посередників і роботодавців; зростання доходів, тривалості та якості життя (доступ до якісної медицини, освіти; гарантована безпека кожної людини; взаємодія громадян з державою через електронний кабінет – економія часу, грошей, комфорт). Це лише деякі варіанти розвитку подій. Враховуючи експоненціальний характер змін завдяки цифровим детермінантам, реальна картина може бути непередбачуваною.

Головним макроефектом цифровізації є *зміна ланцюжків створення доданої вартості*. Вплив цифровізації визначається доданою вартістю, яку вона створює для кожної сфери економіки, кардинально змінюючи її структуру. За результатами досліджень *Digital Spillover* у майбутньому більше 70 % зайнятості буде реалізовано у видах діяльності, які сьогодні ще не існують. Одночасно відбувається стрімке зростання окупності інвестицій. Кожен долар США, інвестований у цифрові технології, зумовлює зростання ВВП на 20 дол. США [1].

Таким чином, розвиток цифрової економіки в Україні на першому етапі супроводжуватиметься негативними процесами, тенденціями втрати роботи громадянами, проте саме цифровізація і стане платформою для появи нових робочих місць та суттєвої трансформації наявних.

Цифрові трансформації у *промисловості* відбуваються згідно з концепцією "Індустрія 4.0", тенденції яких ми також пропонуємо розглянути в ході вивчення курсу. За даними дослідження "Цикл зрілості IT-трансформації" (*ESG IT Transformation Maturity Curve*), проведеного компанією *Enterprise Strategy Group (ESG)*, 96 % компаній, які пройшли цифрову трансформацію, майже вдвічі перевиконали свої плани по доходах у минулому році; 71 % компаній згодні, що втрачають конкурентоспроможність без цифрової трансформації; 95 % респондентів визнали, що програють конкурентам, які вже пройшли етап цифрової трансформації. Серед успішно трансформованих компаній 85 % вважають, що їх організації в найближчі кілька років зможуть успішно конкурувати і процвітати на своїх ринках, обійшовши компанії, які знаходяться на більш ранніх стадіях цифрової трансформації [18].

Ефекти від розвитку Індустрії 4.0, консолідація головних її стейкхолдерів та урядових структур навколо цілей та програм розвитку Індустрії 4.0, залучення ІТ-сектора до проблем розвитку внутрішнього ринку – розгляд цих актуальних питань включено до змісту курсу "Цифрова економіка України", як і аналіз кращих практик економії бюджетних коштів на утримання апарату влади завдяки цифровізації. Так, у Нідерландах лише 400 співробітників об'єднаних центрів обслуговування обслуговують 150 000 державних службовців, які працюють у різних органах влади. Сумарна економія від такої структурної оптимізації становить близько 250 млн євро. Таким чином, цифровізація бізнесу, промисловості, публічного сектора стає головним чинником модернізації економіки.

У темах курсу особливу увагу приділено *цифровій трансформації аграрної сфери України* як новому етапу її розвитку. Здорове суспільство, збільшення тривалості життя, зниження рівня захворюваності населення – все це результати ефективної реалізації стратегії цифрового (точного) землеробства, яка базується на застосуванні цифрових технологій, використанні геоінформаційних систем, бортових комп'ютерів, інших цифрових механізмів, здатних якісно контролювати норми внесення добрив, способи обробітку та засоби захисту рослин з урахуванням просторової неоднорідності поля. Впровадження точних цифрових технологій в аграрній сфері сприятиме підвищенню ефективності використання земельного банку країни, зростанню врожайності та ефективності охорони довкілля. Заслужує уваги й соціальний ефект цифровізації аграрної сфери – використання цифрових технологій сприятиме збільшенню доходів сільського населення, рівня їх економічної культури й екологічної свідомості. Підвищення привабливості праці на селі дасть змогу знизити рівень безробіття та міграції сільської молоді. Цифровізація аграрного сектора, в свою чергу, сприятиме цифровізації села, максимальному наближенню якості життя на селі до рівня міст та відродженню сільських територій.

Окремою темою курсу є питання цифрової трансформації *у сфері охорони здоров'я України*. Затвердження національних стандартів цифрової медицини України, перехід медичного документообігу у цифровий формат – оцифрування даних медичних карт, запровадження архівно-резервних функцій (*Computerized Medical Record*), оцифрування архівних медичних карт (*Electronic Medical Record*), уніфікація *Electronic Medical Record* із різних медичних закладів та об'єднання в одній базі (*Electronic Patient Record*), ідентифікація користувачів системи *eHealth (Electronic Identifiers)*, виписка (*smart open service for European patients*), система допомоги у прийнятті рішень для клініцистів (*CDSS clinical decision support system*), електронний рецепт (*ePrescription*), формування електронного рецепту лікарем медичного закладу (*eCapture*); конфіденційне передання електронного рецепту до

аптеки (*eTransfer*), передання даних з аптеки назад до медичного закладу, підтвердження (*eDispensation*), цифрові технології для надання дистанційних медичних послуг та підтримки роботи лікарів (*TeleHealth*), пакет електронних документів, що надаються органам соціального страхування або медичним закладам для отримання компенсації (*eMedical Claim Forms*) – весь цей динамічний набір систематизованих даних про стан здоров'я пацієнта забезпечується використанням цифрових технологій у формуванні інформаційного обміну між учасниками процесів відтворення у сфері охорони здоров'я. Також здобувачам вищої освіти пропонується ознайомитись із національними та європейськими програмами та стратегіями в сфері охорони здоров'я – програма Європейського Союзу "Європейська стратегія здоров'я 2030"; національна стратегія "Здоров'я нації 2030"; цифрові платформи електронної охорони здоров'я *eHealth*, *Digital Health*, національна система *Electronic Health Record (EHR)*.

З огляду на специфіку КНТЕУ, здобувачам вищої освіти цікаво буде ознайомитись з тенденціями *цифрової трансформації торгівлі*. Пропонуються на розгляд актуальні питання розвитку е-торгівлі (*e-commers*): зростання кількості мобільних трансакцій, розвиток омніканалів, перехід *BtoB* продаж в онлайн, розвиток сервісів доповненої реальності, розширення використання голосу і зображень для взаємодії онлайн. Здобувачам вищої освіти корисно буде проаналізувати бар'єри у сфері розвитку е-торгівлі: недостатня безпека даних (кіберзлочини та шахрайство) та недостатній розвиток інтернет-комунікацій (максимальне покриття, пропускна спроможність каналів та швидкість передання даних).

До розгляду пропонується питання визначення залежності між розвитком "цифрової" інфраструктури країни та розвитком ринку електронної комерції. Вивчення мобільного сегмента *e-commers*, верифікації платежів та цифрові технології в *e-commers*: розширення способів здійснення оплати; використання "електронних" грошей; онлайн-кредитування; "смарт-логістика" та супутні послуги; покращання "цифрових" навичок громадян; розвиток транскордонної електронної торгівлі; програми ЄС *Digital Single Market*; фулфілмент-послуги міжнародних торгових площадок.

Цифрові технології мають величезний потенціал реалізації у *сфері екології та природних ресурсів України*. Ці актуальні питання широко висвітлені в курсі "Цифрова економіка України". Складові опрацювання теми "Цифровізація сфери екології та природних ресурсів України" охоплюють вивчення інтегрованої електронної системи екологічної інформації; спільної системи екологічної інформації ЄС (*Shared Environmental Information System, SEIS*) та інтеграції до неї України; системи екологічного моніторингу; електронного інтегрованого дозволу у сфері екології та природних ресурсів; *Smartusage* (розумне та відповідальне користування та забезпечення доступності ресурсів, санітарії та гігієни);

Smartenergy (розумне споживання енергії, підвищення ефективності виробництва та постачання енергії); *Smartcitymanagement* (розумне ефективне й цілісне планування та управління містами); *Cleanair* (забезпечення чистоти повітря, атмосфери); *Smartecosystems* (розумне використання наземних та водних екосистем і запобігання втраті біорізноманіття).

Одночасно важливо звернути увагу здобувачів вищої освіти на негативні наслідки цифровізації сфери екології. Йдеться про те, що збільшення споживання енергії, у свою чергу, призводить до посилення впливу на навколишнє середовище. Тому важливо акцентувати увагу здобувачів вищої освіти на вивченні питань реалізації публічної політики в сфері екології та природних ресурсів України, створення національної системи незалежного екологічного моніторингу та оцінки водних екосистем та водопостачання, стимулювання створення бізнесом та громадськістю мобільних додатків "екологічного патрулювання" з метою мінімізації негативних наслідків, стану атмосферного повітря, екосистем суші.

Для формування фахових компетентностей здобувачів вищої освіти [19] галузей знань 051 – Економіка, 28 – Публічне управління та адміністрування, 07 – Управління та адміністрування особливий інтерес становлять теми курсу, які досліджують питання цифрової трансформації у сферах фінансової та бюджетної політики, публічної безпеки, електронної демократії та електронної держави, електронних послуг, створення цифрової інфраструктури, цифровізації сфери ідентифікації громадян. Попри багатогранну специфіку кожної з них, яка ґрунтовно аналізується при вивченні курсу, хотілося б звернути увагу на роль держави – такого собі "цифрового революціонера-фарватера", лідера процесів тотальної цифровізації України за принципом "цифра всюди, постійно, наскрізь". Держава розглядається як *інтелектуальний хаб для розвитку людського потенціалу*, який використовує для реалізації публічної політики "смарт-активізму" сучасний інструментарій регулювання – формування мотивацій у споживачів технологій (ініціативи щодо забезпечення фінансової доступності "цифрових" технологій для споживачів, доступності фінансових ресурсів для закупівлі або кредитування проектів цифровізації бізнесу, промисловості); формування потреб у споживачів (ініціація національних проектів цифровізації та пошук релевантних моделей державно-приватного партнерства для їх реалізації). Економічний інтерес від цифровізації мають усі стейкхолдери – держава, бізнес, громадяни. Для всіх без винятку це нові можливості для реалізації, розвитку інноваційних та креативних індустрій.

Не менш важливою та цікавою для здобувачів вищої освіти є тема, присвячена *оцінці розвитку процесів цифровізації*. Серед усієї множини індексів, що дають змогу оцінити рівень розвитку цифровізації для тієї чи іншої країни, найбільшої уваги заслуговують такі: індекс мережевої готовності, глобальний індекс інновацій, індекс розвитку інформаційно-

комунікаційних технологій (ІКТ), глобальний індекс конкурентоспроможності. На *рис. 2* проілюстровано місце України в міжнародних рейтингах оцінки розвитку процесів цифровізації.



Рис. 2. Україна у світових рейтингах оцінки розвитку процесів цифровізації

Джерело: складено авторами за [20–24].

Networked Readiness Index (NRI) [24] – індекс мережевої готовності Всесвітнього економічного форуму (*WEF*), який публікується у рамках щорічного звіту про глобальні інформаційні технології. Індекс передбачає оцінку наявності умов для розвитку ІКТ, врахування того, наскільки активно ІКТ використовують уряд, бізнес та суспільство, а також визначення значимості ІКТ для економічного зростання. Востаннє зазначений індекс розраховувався 2016 р., тоді Україна посіла 64 рейтингову позицію серед 139 країн світу, покращивши результати на 7 пунктів, порівняно з попереднім періодом. У "Концепції розвитку цифрової економіки України" вказане 30 місце в рейтингу *Networked Readiness Index (NRI)* як потенційно бажане для досягнення у 2020 р.

Global Innovation Index (GII) [22] – глобальний індекс інновацій, що розраховується Європейським інститутом ділового адміністрування (*INSEAD*), одним з найбільш прогресивних європейських бізнес-шкіл з кампусами в Європі, Азії і на Близькому Сході, спільно з Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (*WIPO*). За цим рейтингом, Україна віднесена до європейських країн з доходом вище середнього. У 2019 р. Україна дещо погіршила свої позиції, опинившись на 47 сходинці та втративши чотири позиції. У 2020 р. очікуваним місцем за цим індексом для України є 40.

ICT Development Index (IDI) [20] – індекс розвитку ІКТ, запропонований ООН, який розраховується спеціальним підрозділом ООН – Міжнародним союзом електрозв'язку (*ITU*) – це організація, що визначає стандарти в галузі телекомунікацій та радіо. Індекс характеризує рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Публікується щорічно з 2009 р., є агрегованим показником, який поєднує 11 індикаторів. Він використовується для моніторингу та порівняння розвитку

інформаційних та комунікаційних технологій. Індекс дає змогу оцінити рівень і еволюцію розвитку ІКТ; прогрес у розвитку ІКТ як у розвинутих, так і в країнах, що розвиваються; цифровий розрив, тобто відмінності між країнами з погляду рівня розвитку ІКТ; а також потенціал розвитку ІКТ та те, наскільки країни можуть використовувати технології для сприяння економічному зростанню в контексті наявних можливостей та навичок. Індекс є глобальним і відображає зміни, що відбуваються в країнах з різними рівнями розвитку ІКТ. Як впливає з *рис. 2*, офіційна публікація індексу за 2018 та 2019 рр. відсутня. У 2018 р. індекс не публікувався, оскільки декілька країн висловили занепокоєння щодо достовірності показника. Після перевірки даних, отриманих від країн у 2019 р., проведено два семінари щодо надання країнами конкретної інформації. Офіційно прийнято рішення, що з 2019 р. індекс розраховуватиметься на основі переглянутого набору показників. Той факт, що існує ряд країн, які висловили занепокоєння щодо публікації індексу через його недостовірність, вимагає проведення консультацій з усіма державами-членами. Після їх завершення, що планується навесні 2020 р., індекс буде офіційно опубліковано. Рейтинг України за цим показником у 2020 р. заплановано на рівні 50 місця.

Global Competitiveness Index (GCI) [23] – глобальний індекс конкурентоспроможності, що розраховується за методологією Всесвітнього економічного форуму (*WEF*). Показник визначається на основі оцінки діяльності установ, ефективності інфраструктури, рівня сприйняття ІКТ, макроекономічної стабільності, інноваційності бізнесу тощо. Україна прагне досягти у 2020 р. 60 позиції у рейтингу *Global Competitiveness Index (GCI)*.

Таким чином, вивчення особливостей оцінки розвитку цифровізації, розуміння місця України у світових рейтингах надає можливість шукати шляхи ефективного підвищення її позицій, а також умови для розвитку цифрової економічної інфраструктури, побудови дієвої та сучасної цифрової економіки.

Системний підхід, багатогранність та комплексність тем курсу "Цифрова економіка України" роблять його прикладним, універсальним, актуальним та цікавим для вивчення. Ще з часів Конфуція та Сократа наставники завжди усвідомлювали дуальність мети освіти: досягнути минуле й одночасно підготувати молодь до викликів майбутнього. Ця аксіома як ніколи актуальна й тепер – у часи безпрецедентно швидких змін: від професій, яких ще не існує, до рішення проблем, яких зараз не можна уявити, і до використання технологій, яких ще не винайшли.

Висновки. Формуючи соціальні, фахові та цифрові компетентності, когнітивні й емоційні навички, саме освіта спроможна надати і бізнесу, і громадянам гнучкість, інтелект, креативність, закласти основу для реалізації. Використання цифрових платформ надає можливість для кожного українця стати генератором власного ВВП як частини ВВП України, досягнути успіху в часи соціальних і економічних змін.

У ході дослідження обґрунтовано необхідність формування цифрових компетентностей (*Digital skills*) майбутніх фахівців різних сфер економіки України, органів влади та громадськості у контексті розвитку глобального тренду цифрової трансформації суспільства. Розроблено методологічний алгоритм побудови курсу "Цифрова економіка України" для здобувачів вищої освіти України.

Результати досліджень, представлені у статті, будуть корисними науковцям, науково-педагогічним працівникам, здобувачам вищої освіти та практикам, які займаються проблематикою цифровізації суспільства, формуванням цифрових компетентностей, і у подальшому можуть бути використані при розробленні курсів, присвячених аспектам цифрових трансформацій, застосуванню сучасних цифрових технологій в управлінні економічними системами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звіт про охоплення цифровізації. Digital Spillover Measuring the true impact of the digital economy. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/digital-spillover> (дата звернення: 07.04.2020).
2. Digital BCG. The Digital FutureIsNow. URL: <https://www.bcg.com/digital-bcg/overview.aspx> (дата звернення: 07.04.2020).
3. Digital Transformation Initiative. URL: <http://reports.weforum.org/digital-transformation> (дата звернення: 07.04.2020).
4. Аполов О. Г., Зыков О. А., Аполова О. О. От "цифровизации" к "цифровой экономике". *Экономика и предпринимательство*. 2018. № 4. С. 73-77.
5. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики. *Вестник международных организаций*. 2018. Т. 13. № 2. С. 143-172.
6. Джусов О. А., Альпаков С. С. Цифрова економіка: структурні зрушення на міжнародному ринку капіталу. *Міжнародні відносини*. 2016. № 9. Серія "Економічні науки".
7. Гудзь О. Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2 (24).
8. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенько В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3. Т. 27. С.13-21.
9. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105-112.
10. Писаренко Т. В., Кваша Т. К. та ін. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році: аналітична довідка. Київ: УкрІНТЕІ, 2018. 98 с.
11. Піжук О. І. Сучасні методологічні підходи до оцінювання рівня цифрової трансформації економіки. *БізнесІнформ*. 2019. № 7. С. 39-47. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-7-39-47>.
12. Липов В. Непреднамеренные последствия, гармония, комплементарность и экономические системы: "визуализация" "невидимой руки". *Економіка розвитку*. 2010. № 1. С. 80-83.

-
13. Одотюк І. В. Національна інноваційна система України: структура, недоліки інноваційної спеціалізації і шляхи їх усунення. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7375> (дата звернення: 07.04.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.3.
 14. Ляшенко В. І., Вишневецький О. С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку. монографія; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 252 с.
 15. Future Work Skills 2020. URL: https://uqpn.uq.edu.au/files/203/LIBBY%20MARSHALL%20future_work_skills_2020_full_research_report_final_1.pdf.
 16. Східне Партнерство – Концентруючись на ключових пріоритетах та конкретних досягненнях. URL: http://eap-csf.org.ua/wpcontent/uploads/2017/02/PDF1_Ukr.pdf.
 17. Europass – інструмент для оцінювання цифрової компетентності. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework>.
 18. 95% крупних компаній не відповідають вимогам нового цифрового бізнесу: дослідження ESG по заказу Dell EMC. URL: <https://www.dell.com/learn/ua/ru/uacorp1/press-releases/2017-04-25-esg-study-it-transformation-maturity-curve>.
 19. Новікова Н. Л., Науменко Р. А., Ільїна А. О. Маркери професійної компетентності державних службовців в контексті нової моделі публічного управління. *Економіка України*. 2018. № 9 (682). С. 85-98.
 20. International Telecommunications Union ICT Development Index 2016-2017. URL: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html>.
 21. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 342, 1995.
 22. The Global Innovation Index 2018. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report>.
 23. The Global Competitiveness Report 2017-2018. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017-2018.pdf>.
 24. The Networked Readiness Index. URL: http://reports.weforum.org/globalinformation-technology-report-2016/networked-readiness-index/?doing_wp_cron=1558349353.7612900733947753906250.

Стаття надійшла до редакції 08.04.2020.

Mazaraki A., Novikova N., Sonko Yu. Digital determinants of training specialists' trends.

Background. The new era of digitalization, which has rapidly entered the world, results of the fourth industrial revolution (Industry 4.0) make radical adjustments to the traditional way of life, dramatically transforming society. Relocation of analog operations to the Internet, development of digital environment, replacement of classic management models and business processes with digital, produce a new format of industrial production, open up new opportunities for personalization of offers for each client.

The **aim** of the research is the substantiation of necessity of digital skills formation of future specialists in different spheres of Ukraine's economy, authorities and public in the context of development of the global trend of digital transformation of society and development of methodological algorithms for the organization of the course "Digital Economy of Ukraine" for the students of Ukraine.

Materials and methods. The materials of the researches were quantitative indicators of development of the process of society digitalization, data of international ratings of Ukraine, publications of scientists, official reports of international organizations, normative legal acts and so forth.

Results. The objective of the course "Digital Economy of Ukraine" is to provide the university graduates of various specialties the basic knowledge necessary for managing economic objects. Analyzing recent researches and publications, five key conditions can be

identified for successful digitization in Ukraine: accessibility and perception, competitive advantage, overall responsibility, relevance and commitment, and also security.

The basic principles of implementation of these conditions are reliability, practicality and comprehensiveness. Special attention is paid to the digital transformation of the agrarian sphere of Ukraine as a new stage of its development in this course. The issues of digital transformation in the health care of Ukraine is a separate theme of the course. It will be interesting for the students to become familiar with the trends of digital trade transformation, taking into account the specificity of KNUTE. The theme of assessment of digitization processes development is equally important and interesting for the students.

Conclusion. The necessity of digital competencies formation (Digital skills) of the global trend development of the society digital transformation is substantiated in the research. A methodological algorithm for the course organization "Digital Economy of Ukraine" for the students of Ukraine has been developed. According to the developers of the course "Digital Economy of Ukraine", the systematic approach, versatility and complexity of the topics make it applicable, versatile, relevant and interesting to study.

Keywords: digital economy, digital skills, digital trends, educational process, quality of education, digitization.

REFERENCES

1. Digital Spillover Measuring the true impact of the digital economy. *www.oxfordeconomics.com*. Retrieved from <https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/digital-spillover> [in English].
2. Digital BCG. The Digital Future Is Now. *www.bcg.com*. Retrieved from: <https://www.bcg.com/digital-bcg/overview.aspx> (referred dat: 07.04.2020) [in English].
3. Digital Transformation Initiative. Retrieved from <http://reports.weforum.org/digital-transformation> (referred dat: 07.04.2020) [in English].
4. Apolov, O. H., Zykov, O. A., & Apolova, O. O. (2018). Ot "tsyfrovyzatsyy" k "tsyfrovoiekomyke" [From digitalisation to digitaleconomy]. *Ekonomyka y predprynymatelstvo – Economics and entrepreneurship*, 4, 73-77 [in Russian].
5. Bukh, R., & Heeks, R. (2018). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *Вестник международных организаций – International Organizations Research Journal*. (Vol. 13), 2, 143-172 [in Russian].
6. Dzhusov, O. A., & Alpakov, S. S. (2016). Tsyfrova ekonomika: strukturni zrushennia na mizhnarodnomu rynku kapitalu [The digital economy: structural shifts in the international capital market]. *Mizhnarodni vidnosyny – International Relations*, 9 [in Ukrainian].
7. Hudz, O. (2018). Tsyfrova ekonomika: zmina tsinnostei ta orientyryv upravlinnia pidpriemstvom [The Digital Economy: Changing the Values and Landmarks of Enterprise Management]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economy. Management. Business*, 2 (24) [in Ukrainian].
8. Karcheva, H. T. (2017). Tsyfrova ekonomika ta yii vplyv na rozvytok natsionalnoi ta mizhnarodnoi ekonomiky [The digital economy and its impact on the development of national and international economies]. *Finansovyi prostir – Financial space*, 3, 13-21 [in Ukrainian].
9. Koliadenko, S. V. (2016). Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti [The Digital Economy: Prerequisites and Stages of Formation in Ukraine and in the World]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky – Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*, 6, 105-112 [in Ukrainian].
10. Pysarenko, T. V., & Kvasha, T. K. (2018). Stan innovatsiinoi diialnosti ta diialnosti u sferi transferu tekhnolohii v Ukraini u 2017 rotsi: analitychna dovidka [State of Innovation and Technology Transfer Activity in Ukraine in 2017: Analytical Reference]. Kyiv: UkrINTEI [in Ukrainian].

11. Pizhuk O. I. (2019). Suchasni metodolohichni mpidkhody do otsiniuvannia rivnia tsyfrovoy transformatsii ekonomiky [Modern methodological approaches to assessing the level of digital transformation of the economy]. *BiznesInform*, 7, 39-47. Retrieved from <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-7-39-47> [in Ukrainian].
12. Lipov, V. (2010). Neprednamerennyye posledstviya, garmoniya, komplementarnosti ekonomicheskije sistemy: "vizualizatsiya" "nevidimoyruki" [Unpremeditated Consequences, Harmony, Complementarity and Economic Systems: "Visualization" of "Invisible Hand"]. *Ekonomika rozvytku – Economics of development*, 1, 80-83 [in Russian].
13. Odotyuk, I. (2019). Natsionalna innovatsiina systema Ukrainy: struktura, nedoliky innovatsiinoi spetsializatsiii shliakhy ykhusunennia [National innovation system of Ukraine: structure, deficiencies of innovatives pecialization and ways of their elimination]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 11. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7375> (referred dat: 07.04.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.3 [in Ukrainian].
14. Liashenko, V. I., & Vyshnevskiy, O. S. (2018). Tsyfrova modernizatsiia ekonomiky Ukrainy yak mozhlyvist proryvnoho rozvytku [Digital Modernization of the Ukrainian Economy as a Breakthrough Opportunity]; NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. Kyiv [in Ukrainian].
15. Future Work Skills (2020). Retrieved from https://uqpn.uq.edu.au/files/203/LIBBY%20MARSHALL%20future_work_skills_2020_full_research_report_final_1.pdf [in English].
16. Skhidne Partnerstvo – Kotsentruichys na kliuchovykh priorytetakh ta konkretnykh dosiahnenniakh [Eastern Partnership – Focusing on key priorities and concrete achievements]. Retrieved from http://eapcsf.org.ua/wpcontent/uploads/2017/02/PDF1_Ukr.pdf [in Ukrainian].
17. Europass – instrument dlia otsiniuvanni atsyfrovoik ompetentnosti [Europass is a tool for assessing digital competence]. Retrieved from <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework> [in Ukrainian].
18. 95% krupnykh kompaniy ne otvechaiut trebovanyam novoho tsyfrovoho byznesa – yssledovanye ESG pozakazu Dell EMC [95% of large companies do not meet the requirements of a new digital business. – ESG research commissioned by Dell EMC]. Retrieved from <https://www.dell.com/learn/ua/ru/uacorp1/press-releases/2017-04-25-esg-study-it-transformation-maturity-curve> [in Russian].
19. Novikova, N. L., Naumenko, R. A., & Il'ina, A. O. (2018). Markery profesiinoi kompetentnosti derzhavnykh sluzhbovtiv v konteksti novoi modeli publichnohou pravlinnia [Markers of professional competence of civil servants in the context of the new model of public administration]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 9 (682), 85-98 [in Ukrainian].
20. International Telecommunications Union ICT Development Index 2016-2017. Retrieved from <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html> [in English].
21. Tapscott, D. (1995). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill, 342 [in English].
22. The Global Innovation Index (2018). Retrieved from <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report> [in English].
23. The Global Competitiveness Report 2017–2018. *www3.weforum.org*. Retrieved from <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017–2018.pdf> [in English].
24. The Networked Readiness Index. *reports.weforum.org*. Retrieved from http://reports.weforum.org/globalinformation-technology-report-2016/networked-readiness-index/?doing_wp_cron=1558349353.76129007339477539062509 [in English].

ЛАГУТІН Василь,

д. е .н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та конкурентної політики
Київського національного торговельно-економічного університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: v.lagutin@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6626-4381>

ОНТОЛОГІЧНІ ТА ГНОСЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ ХХІ СТОЛІТТЯ*

Проаналізовано роль економічної онтології і економічної гносеології як теоретичної бази методології економічної науки. Розглянуто проблему забезпечення адекватності відображення наукою об'єктивної економічної реальності, яка кардинально змінюється у ХХІ ст. через розвиток інформаційно-мережесих технологій. Обґрунтовано сучасне розуміння категорій "вартість" і "капітал" як об'єктивно детермінованих економічних субстанцій. Визначено головні тренди парадигмальних новацій в економічній науці. Розглянуто основні методологічні принципи економічних досліджень з точки зору реалізації епістемологічних підходів. Сформульовано методологічні та інституційно-організаційні передумови затребуваності економічної науки у суспільстві ХХІ ст.

Ключові слова: економічна онтологія, економічна гносеологія, методологія, парадигма, мова науки, економічна інформація, вартість, капітал.

Лагутин В. Онтологические и гносеологические основы экономической науки ХХІ века. Проанализирована роль экономической онтологии и экономической гносеологии в качестве теоретической базы методологии экономической науки. Рассмотрена проблема обеспечения адекватности отражения наукой объективной реальности, кардинально меняющейся в ХХІ в. из-за развития информационно-сетевых технологий. Обосновано современное понимание категорий "стоимость" и "капитал" как объективно детерминированных экономических субстанций. Определены главные тренды парадигмальных новаций в экономической науке. Рассмотрены основные методологические принципы экономических исследований с точки зрения реализации эпистемологических подходов. Сформулированы методологические и институционно-организационные предпосылки востребованности экономической науки в обществе ХХІ в.

Ключевые слова: экономическая онтология, экономическая гносеология, методология, парадигма, язык науки, экономическая информация, стоимость, капитал.

*Стаття підготовлена у межах виконання науково-дослідної роботи "Парадигмальні та концептуальні зрушення в економічній теорії ХХІ століття" (номер державної реєстрації 0118U000126).

Постановка проблеми. Пошук у ХХІ ст. нових теоретико-методологічних підходів є необхідною умовою розвитку економічної науки. Сама економічна реальність – нова, проблемна, суперечлива, створює імпульс до зародження нового типу концептуальних і парадигмальних побудов. Потреба в новій методології на початку ХХІ ст. усвідомлюється все більш гостро.

Однобічні традиційні уявлення й установки не дають економістам можливості проводити належне наукове дослідження нагальних проблем, оцінити логіку розгортання нових процесів, зрозуміти їх глибинну сутність. Тому в пошуку нових і ефективних дослідницьких парадигм слід звертатися до нових напрямів онтології і гносеології (епістемології) економічної науки.

Постає питання: наскільки адекватно в реаліях сьогодення економічна наука відображає економічну дійсність? Проблема істинності та адекватності не лише в стані самої науки, а в масштабній трансформації економіки ХХІ ст. Економічна наука знаходиться в процесі розвитку: з'являються нові наукові теорії і школи, освоюються нові методи дослідження. Поки важливо зафіксувати концептуальні зміни, тренди парадигмальних зрушень, бачити новації, які відбуваються, насамперед, у методологічному базисі нашої науки.

Економічна наука в своєму русі достовірного обґрунтування результатів і висновків дослідження предмета реалізує себе як через логіку розвитку аксіоматичних тверджень і припущень (первинних абстракцій), так і на основі послідовного "занурення" у глибину економічних процесів і явищ, відштовхуючись від їх емпіричного (наочного, повсякденного, конкретного) розуміння. Нагальною проблемою у цих умовах стає формування сучасних онтологічних і гносеологічних засад наукової економічної системи, забезпечення реальних знань про свій предмет, що є достовірними, тобто обґрунтованими у розгорненій логічній теоретичній формі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Філософсько-методологічним питанням економічної науки присвячено праці таких зарубіжних науковців, як: В. Автономов, Дж. Акерлоф, Д. Макклоскі, Д. Мунда, В. Папава, П. Пілкінгтон, Д. Родрік, Л. Сілл, Е. Фулбрук, Д. Хаусман [1–10] та ін. Серед вітчизняних економістів, які досліджують теоретико-методологічні проблеми розвитку економічної науки, слід виділити В. Гейця, А. Гриценка, П. Єщенка, М. Звєрякова, В. Тарасевича, Ю. Уманціва, А. Філіпенка [11–17]. Проведені наукові дослідження різних аспектів цієї тематики (природа економіки як науки, онтологічні передумови і філософські питання економічної науки, методологічні підходи до дослідження в сфері економіки, предмет економічної гносеології та епістемології, зміст наукових парадигм, способи обґрунтування результатів економічних рефлексій, ідеологічний контекст економічних теорій та ін.) спонукають до нових дискусій в економічній

науці щодо переосмислення системи онтологічних та гносеологічних поглядів на її розвиток у XXI ст. Подальшого дослідження потребують такі питання: системне розуміння науково-технологічних і соціально-економічних викликів XXI ст., механізмів впливу новітніх технологічних способів виробництва на стан і перспективи розвитку економічної науки; перспективні напрями еволюції методологічних принципів економічних досліджень; природа виникнення парадигмальних новацій в економічній науці, передумови відродження значущості метафізичного дискурсу; причини і наслідки розвитку мови (риторики) економічної науки; напрямки трансформації інформаційної складової сучасних методологічних рефлексій.

Метою статті є дослідження онтологічних і гносеологічних засад розвитку економічної науки у XXI ст. (дослідження проведено з використанням двох найбільш загальних трансцендентних економічних категорій – вартості та капіталу). Оскільки в межах однієї статті немає можливості розглянути весь спектр питань економічної онтології та гносеології, зупинимося лише на головних пунктах цієї проблематики.

Матеріали та методи. У ході дослідження застосовані загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, а також методологічний інструментарій сучасної економічної теорії. Використано системний метод, логічний та історичний підходи, метод наукового абстрагування, аналіз і синтез, якісний структурний підхід, метод міждисциплінарного аналізу.

Результати дослідження. Онтологічні засади економічної науки пов'язані з об'єктивним буттям економіки (її місце в суспільстві, зв'язки з технологічними процесами, специфічні властивості, системні, структурні, причинно-наслідкові, функціональні та інші характеристики). Гносеологічні засади економічної науки пов'язані з методологією досліджень. *Економічна онтологія* має справу з відповіддю на питання: "Що таке ...?" (наприклад, "Що таке вартість або капітал?"), а економічна гносеологія: "Як пізнати...?" (наприклад, "Як пізнати сутність вартості або капіталу?"). *Економічна епістемологія* ставить більш складне питання: "Як дослідити економічну категорію...?" (наприклад, "Як дослідити економічну категорію вартість або капітал?").

Зміст онтологічних і гносеологічних засад економічної науки не може не змінюватися у відповідь на нові виклики часу, які диктуються процесами глибинної трансформації економічних відносин, які відбуватимуться у XXI ст. Йдеться про докорінну зміну життя суспільства, його економічних, соціально-політичних та духовних цінностей. Економічний світ XXI ст. не є і не буде таким, як у XIX–XX ст. Нині наша наука стикається із значними труднощами при прогнозуванні майбутнього, виявленні закономірностей й трендів розвитку, баченні цілісної перспективної картини економічної дійсності. Нові ідеї економічної науки є на часі.

Сучасна економічна наука, за великим рахунком, залишається продуктом розвитку передової західної цивілізації (починаючи з ідей А. Сміта), результатом осмислення еволюції ринкової системи. Безумовно, ця парадигма (неокласична та ліберальна) є універсальною і реально корисною при дослідженні економічних систем усіх країн світу. Однак реалії ХХІ ст. вимагають від економічної науки нових парадигмальних і концептуальних підходів, теоретичних розробок і обґрунтованих практичних пропозицій.

Історично першою формою дійсно наукового-теоретичного знання про економіку була економічна наука мануфактурного виробництва з технологіями поділу ручної праці. Економічна наука фабричного виробництва з технологіями парових машин і конфліктним протистоянням капіталу і найманої праці стала новою формою політико-економічних знань. У ХХ ст. на перше місце вийшла економічна наука корпорацій і фінансового капіталу з виробничими технологіями двигунів внутрішнього згорання, ракетної техніки, засиллям телебачення та маніпулюванням суспільною думкою. Якою ж буде економічна наука періоду продукування вартості та капіталу на основі інформаційно-мережевих і біотехнологій із використанням штучного інтелекту?

Онтологічні засади економічної науки оновлюються у відповідь на кардинальні науково-технологічні й соціально-економічні зрушення розвитку суспільства. Вже сьогодні, а тим більш у майбутньому, процес виробництва у провідних країнах світу неможливо буде уявити без інформаційних, цифрових технологій і комп'ютерного проектування, технологій блокчейн, телекомунікацій, автоматизації, роботизації і використання штучного інтелекту; 3D-друку, біотехнологій та високотехнологічної медицини, матеріалознавства і нанотехнологій, нових технологій в управлінні рухом (автомобільній, авіаційній, аерокосмічній промисловості); електроніки, альтернативної енергетики та ін. Різномісний зміст переходу до майбутніх технологій розкриває К. Шваб у книзі "Четверта промислова революція", що підготовлена за підсумками дискусій в рамках Давоського всесвітнього економічного форуму [18].

Нові технології (насамперед, інформаційно-мережеві) формують нові ланцюги виробництва вартості, більш глибокі та повномасштабні, ніж раніше. Трансформації процесу продукування доданої вартості у цих умовах стають постійними і важливо максимально повно використовувати їх переваги. Принципово нові можливості відкриває злиття фізичних, цифрових та біологічних технологій. Йдеться про поєднання (взаємозв'язок) таких новітніх розробок, як штучний інтелект, робототехніка, матеріалознавство, безпілотні засоби пересування, Інтернет речей, квантові комп'ютери, нові методи накопичення і зберігання енергії тощо.

Штучний інтелект вже перевершує живу працю як головного продуцента доданої вартості у тих сферах, де, здавалось б, переваги людини непорушні – в інтелектуальних системах, викладанні та консультуванні, фінансовому плануванні та управлінні портфелем активів, аналізі складних баз даних, визначенні діагнозу і стратегії лікування у медицині,

створенні оригінальних текстів іноземними мовами з масивів даних, розпізнаванні обличчя, керуванні автомобілем та ін. [19, с. 395–396]. Роль індивіда в економіці радикально зміниться, коли технології (інформаційні та біологічні) стануть "продовженням" тіла людини. Принципово новою матеріальною формою капіталу стає блокчейн – захищена криптографічними засобами децентралізована технологія розподіленої однорангової мережі загального користування, яка функціонує без центрального серверу, а роль менеджера виконують децентралізовані алгоритми.

Поява в економічній науці нових підходів до онтологічного змісту економіки XXI ст. чітко корелює зі становленням концепції постіндустріального суспільства. В умовах постіндустріалізації формуються нові образи економічної реальності (в основу яких покладено об'єктивні й процесні метафори індивідуальності й мобільності), які є дійсно релевантними порівняно з індустріальними образами масовості та уніфікації.

XXI ст. залишатиме в минулому проблеми індустріального розвитку, зокрема, альтернативи: капіталізм і соціалізм (комунізм), капітал і наймана праця, держава і громадяни, еліти і народні маси, представницька і пряма демократія та ін. Хочеться вірити, що час різноманітних "ізмів" в економічній науці в цілому завершився.

Економічна онтологія включає розуміння змісту і наслідків формування глобального інформаційного капіталу. Характерним явищем стає наростання невизначеності в розвитку економіки, яка не долається на основі постекономічних (постматеріальних) цінностей у відриві від вартості, протиставлення людини і економіки (духовного і економічного, етичного і раціонально-економічного).

У руслі пошуків "нової нормальності" (*new normalcy*) розвиватиметься зміст економіки XXI ст., адекватної процесам поширення інформаційних технологій, зростання кількості мережевих спільнот й посилення інтенсивності глобального руху матеріального, фінансового, інформаційного і людського капіталів. Нова нормальність передбачає прийняття наукою нової реальності, яка формується після певних радикальних кризових змін (у цьому випадку наслідків глобальної фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр.) [20]. У XXI ст. частіше і повніше виявлятиметься ефект так званих "чорних лебедів" – подій, настання яких передбачити неможливо [21]. Ці події виникатимуть все більш несподівано, їх руйнівні наслідки виявлятимуться, по суті, одночасно з проявом проблеми. Це створюватиме серйозні ризики для глобального капіталу, якому досить важко швидко реагувати на неочікувані події.

Усе більш гострою стає дисгармонія інформаційно-економічних (розвиток яких підтримується балансом між ресурсами, знаннями та інформацією) і природних систем (розвиток яких підтримується балансом між речовиною та енергією). Тут доречно вказати на такий контроверсійний аспект цифрової економіки, як неекологічність створення інформаційних і цифрових технологій, що несе загрозу здоров'ю і життю індивідів на територіях, де розміщені відповідні виробництва. Щодо цифрових прав людини, які передбачають тотожність прав-офлайн

правам-онлайн. Ці права сьогодні недотримуються однаковою мірою. Реальна ситуація така, що питання захисту прав людини у віртуальному середовищі стикається із значними проблемами. Держава дедалі більше прагне забезпечувати контроль над інтернет-контентом.

Онтологія завжди представляється у формі певного (наукового) знання. Тому економічної онтології не може бути поза ґрунтового гносеологічного (епістемологічного) дослідження, тобто *методології*.

За допомогою методології наука обґрунтовує ті методи дослідження, які дають змогу вирішувати проблеми, які на цей момент ще не вирішені, або проблеми, які вимагають переосмислення. За М. Блаугом, методологія економічної науки фактично означає те, "як економісти пояснюють" [22, с. 4–5]. Поза методологією на перше місце виходить суб'єктивізм дослідників, що створює труднощі отримання реально нових наукових результатів досліджень. Низький рівень методології перетворює економічну науку з активного пізнавального засобу, який постійно вдосконалюється, в конгломерат "незаперечних" істин (за відомою метафорою Р. Коуза, знань на "класній дошці"), ранг яких не піднімається вище пропедевтики.

Методологія науки ґрунтується на філософському базисі. Йдеться про принципи системності, синергетики та детермінації, пояснювальні статуси (індивідуалізм, холізм, постпозитивізм, герменевтика), інтенціональність і раціональність дослідження, нормативність економічного буття, значення й інтерпретацію, свободу думки самого дослідника тощо. Як підсумок, на основі методології підвищується рівень рефлексії науковців-економістів. Формування методологічної "самості" та справжньої індивідуальності вченого-дослідника триває роками і десятиліттями. Для вченого дуже важливим є цілісне відчуття самого себе, самоусвідомлення своїх можливостей в науковому пошуку. У цьому плані саме поєднання методології, критики й аналітики забезпечує творчість і свободу наукового пошуку.

Будь-яке економічне дослідження ґрунтується на певних методологічних підходах, серед яких найважливішими є: здійснення об'єктивного аналізу об'єктивної дійсності; зв'язок фундаментальності дослідження із прикладним функціональним аналізом; розгляд глибинних соціально-економічних процесів на основі виділення причинно-наслідкових зв'язків; розуміння сутності, змісту та форми економічних процесів та явищ; виділення вартості та капіталу як основоположних категорій дослідження; обов'язковість "виходу" в прикладній сфері на управлінські проблеми формування і реалізації стратегії і тактики діяльності економічних суб'єктів; можливість застосування отриманих наукових висновків та результатів у наступних дослідженнях.

Для того, щоб зрозуміти закономірності трансформації економічної методології, необхідно розглянути цей процес в історичному контексті, протягом, насамперед, ХХ ст., коли відбулося кілька кардинальних змін методології економічної теорії. На початку століття на

перший план вийшла маржиналістська методологія, основою якої стала теорія корисності К. Менгера і модель загальної рівноваги Л. Вальраса. У маржиналізмі, на відміну від класичної політичної економії, соціальна (а тим більше – класова) типологія економічних суб'єктів вже не відігравала суттєвої ролі. На перший план вийшов їх функціональний поділ. Маржиналізм радикально змінив категоріальний апарат економічної науки. Значущими стали такі поняття: очікувана дохідність, оцінка капіталізації майбутніх доходів, узгодженість передбачуваних рішень економічних суб'єктів, ймовірні сценарії прийняття економічних рішень та ін. Маржиналісти як базову категорію почали розглядати категорію суб'єктивної "корисності". Саме на основі маржиналізму сформувалась неокласична концепція.

Неокласика залишається основою методології сучасної економічної науки й на початку ХХІ ст. Методологія інституціоналізму і поведінкової економіки корінним чином не змінила ситуацію. Методологія неокласики і неолібералізму (першість принципу "*laissezfair*") сьогодні є пріоритетною. І це навіть за умови, що методологічні припущення неокласичної теорії досить спрощені, а отже, вони висловлюють радше суб'єктивні побажання неокласиків, ніж об'єктивну реальність.

Велика депресія 1929–1933 рр. стала поштовхом до розроблення Дж. М. Кейнсом методології макроекономічного аналізу, затребуваність якої практикою державного антициклічного регулювання була в той час дуже високою. У 1940–1970-х рр. уряди провідних країн світу активно використовували в своїй політиці неокейнсіанську макроекономіку.

Майже для всього ХХ ст. притаманне широке поширення (а в СРСР абсолютне домінування як єдино можливої ідеології) марксистсько-ленінської методології (у формі діалектичного та історичного матеріалізму). Проте з розпадом СРСР марксистська ціннісно-ідеологічна методологія економічної науки втратила свою значущість. У кінці ХХ ст. все змінилося з перемогою неолібералізму (так званий кінець історії за Ф. Фукуямою).

Глобальна фінансово-економічна криза 2008–2009 рр. не стала стимулом до розробки принципово нової методології економічної науки. Методологічного ренесансу ідей Дж. М. Кейнса (або навіть К. Маркса) не відбулося, хоча багато неокейнсіанських ідей реалізовано урядами провідних західних країн на практиці.

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. став часом кінцевого формування економічної методології як самостійної субдисципліни економічної науки. В основі цього процесу – активне переосмислення логіки еволюції економічної науки крізь призму постпозитивістських концепцій Т. Куна (парадигми) і І. Лакатоса (дослідницькі програми).

Найбільш перспективною в сучасних умовах для економічної науки є *синергетична методологія* з її ефективними методами дослідження емерджентних систем. Синергетична методологія, що є більш високою формою наукового пізнання порівняно, наприклад, із діалек-

тикою, не відкидає її методи і прийоми як застарілі. Синергетика включає діалектику у свій зміст у переробленому ("знятому") вигляді як необхідний момент теоретичного освоєння предмета, даючи їй у XXI ст. сучасну наукову інтерпретацію. Проте, якщо діалектична культура рефлексії у вітчизняній економічній науці нині фактично відсутня, то нова синергетична методологія опановується українськими економістами дуже складно і повільно.

Гострою сьогодні є проблема *парадигмальних новацій* в економічній науці. Під парадигмою економічної науки будемо розуміти систему ідей та цінностей, визнаних і підтримуваних більшою частиною представників нашої науки. Поняття парадигми тісно корелює з поняттям мейнстріму науки (на початку XXI ст. це неокласичний мейнстрім). Підходи до змісту і самої доречності парадигми економічної науки варіюються в широкому діапазоні, проте дискусія, на наш погляд, базується на трьох взаємозумовлених підходах. Це онтологічні парадигми (наприклад, постіндустріалізму, посткапіталізму, інформаційно-мережевої економіки), епістемологічні парадигми (наприклад, неокласики, інституціоналізму, поведінкової економіки), аксіологічні або ціннісно-ідеологічні парадигми (наприклад, неолібералізму, неоконсерватизму, націоналізму, постмарксизму). У межах кожної наукової парадигми формується своє теоретичне розуміння предмета і методології дослідження.

Найгірший варіант розвитку наукової парадигми, коли парадигмальне об'єднання ідей і теоретичних цінностей науки відбувається на ситуативній основі, тобто якщо це є вигідним, а не необхідним. Намагання підняти таку ситуативність до рівня парадигмальних побудов може мати значення лише у короткостроковому сенсі. Тяжіння сучасної економічної науки до імперативної орієнтації на прикладну значущість, короткострокову актуальність та уніфіковану доцільність і корисність наукових розробок-практик редукує суспільну незацікавленість економічною наукою. Звідси лише один крок до "відірваності" нашої науки від життя та її незатребуваності в сучасному суспільстві.

Наукове осмислення сутності економіки XXI ст. вимагає застосування в дослідженнях *оновленої парадигми*. З приводу еволюції парадигм Т. Кун зазначав, що вони можуть і повинні конкретизуватись в умовах, що змінюються. Успіх нової парадигми полягає у перспективах науки щодо вирішення нових проблем, а також розширенні знань про факти об'єктивної дійсності [23, с. 121–143]. У процесі своєї еволюції попередня парадигма науки не відкидається, а заперечується при збереженні її перспективних напрацювань. В організаційно-інституційному плані нові парадигмальні можливості економічної науки невіддільні від ефективного діалогу науки, держави, бізнесу та громадянського суспільства. Оновлення парадигми означає, що в науці сформувалися інші (порівняно з тими, що існували до цього) методологічні засади дослідження економіки.

Можливий шлях вирішення проблеми парадигмальних змін в економічній науці XXI ст. – не заміна однієї парадигми на іншу, а досягнення міжпарадигмального компромісу. При цьому виникає потреба у виході за межі дискурсу між різними парадигмами економічної науки (тобто за межі так званого парадигмального "глухого кута"). Приклад – концепція неокласичного синтезу 1960–1970 рр. (зокрема ідеї П. Самуельсона).

Таким чином, сучасна економічна наука перебуває в стані пошуку нової парадигми. Глобальна криза 2008–2009 рр. наочно продемонструвала суперечливість і неефективність нормативних наслідків ортодоксальної неокласичної парадигми з її численними методологічними припущеннями. Розбудова нової парадигми економічної науки вбачається на шляху відходу від неокласичних моделей і забезпечення активного пошуку гетеродоксальних концептуальних схем за межами сучасного мейнстріму. Змістовні моменти нової наукової парадигми складаються вже сьогодні, і їх можна осмислювати і використовувати у наукових дослідженнях.

Важливим способом мислення економіста у XXI ст. можна вважати *метафізику*. Оновлене мислення науковців має слідувати за метафізичною традицією, яка бере свій початок ще із трактату "Метафізика" Аристотеля. Як відомо, позитивістський підхід характеризується антиметафізичною спрямованістю. Проте заперечення метафізичного дискурсу не захищає науку від використання неефективних методологічних побудов.

Метафізика традиційно розглядається як теорія і методологія категорій. Безумовно, загальна картина об'єкта економічного дослідження формується на основі системи базових категорій, навколо яких складаються понятійні структури, встановлюються межі предмета дослідження, що покликані відображати властивості та закономірності процесів і явищ економіки. Теоретичне освоєння предмета науки передбачає виділення певних основоположних категорій – початки своєрідної категоріальної матриці. Для економічної науки це, насамперед, такі узагальнюючі категорії, як "вартість" і "капітал". Саме ці категорії відображають зміст базової об'єктивно-детермінованої економічної субстанції.

Ринок і ринково-вартісні відносини принаймні в усій доступній для огляду перспективі будуть визначати сутність системи економічних відносин майбутнього. Сучасна і майбутня економіка неможлива без ринкових відносин, а отже, без *вартості*. Інша справа, що конкретний механізм функціонування ринку буде змінюватися, вдосконалюватися, а вартість набуватиме нових більш складних конкретних форм, наприклад: чиста приведена вартість (*NPV*), скоригована приведена вартість (*APV*), економічна додана вартість (*EVA*), ринкова додана вартість (*MVA*). Всі ці поняття є сучасними формами прояву економічної категорії "вартість".

У методологічному плані можна говорити про те, що вартість є вихідним економічним відношенням, яке характеризує корінні риси економіки. Вартість як вихідне економічне відношення (у парадигмі ринку і ринкового механізму) становить ту економічну форму, поза якої не може функціонувати жодне інше (похідне) економічне відношення.

Базовий рівень розуміння вартості є досить складним. Вартість товару існує не як "річ у собі", а як "неявно визначена" реальність, зміст якої безпосередньо залежить від соціально-економічного середовища. Вартість – це імплікативна, а не експлікативна економічна категорія. Ціна, навпаки, є експлікативною категорією. Вартість у реальності охоплює все "можливе" в умовах ринку і містить зародки всього, що виявляється в економіці і сприймається економічними суб'єктами. Інформаційно-мережева економіка корінним чином трансформує вартість як економічну категорію, але не заперечує її. Перетворення інформації та знань в основну форму багатства не відміняє необхідності процесу формування їх вартості, без чого домінантність інформації та знань не буде мати реального підґрунтя.

Надмірна увага вітчизняних економістів до протиставлення категорій "вартість" і "цінність", їх фактичної підміни є прикладом того, як другорядна проблема перекладу наукових текстів (праць К. Маркса, передусім, "Капіталу") може бути доведена до свого логічного завершення (в цьому випадку – до абсурду). Вартість як найважливіша для економіки категорія є набагато складнішою для спостереження, пояснення та ідентифікації, ніж поняття цінності.

Немає сенсу розглядати вартість і капітал окремо. *Капітал* як економічна категорія виникає на основі руху вартості, її динаміки і здатності до зростання. У ХХІ ст. в умовах розвитку фінансового ринку з'являються ширші можливості по залученню капіталу у сферу економічної діяльності. Капітал більш повно виявляє свою сутність як уособлення зростання вартості в результаті прийняття тих чи інших управлінських рішень.

Сутнісні характеристики капіталу отримують нове теоретичне вираження на основі різноманіття його сучасних форм (інформаційний, цифровий, інтелектуальний, людський, соціальний та інші капітал), кожна з яких фактично формує для відповідних суб'єктів свою логіку економічної поведінки і управлінської діяльності.

У *гносеологічному* плані проблема категорій *вартості* та *капіталу* полягає в тому, що ці абстрактні трансцендентні поняття повинні були б передбачати однорідність відповідних явищ, а насправді таке припущення виявляється некоректним. Ці категорії відображають економічні відносини, які є неоднорідними і багатоплановими за своєю структурою (неоднорідність виявляється, наприклад, у принципово різному вираженні вартості інформаційних благ і традиційних матеріальних продуктів). Так, зокрема, інформаційний капітал (багатство)

фактично відокремився від свого фізичного власника. Власник інформаційного капіталу, інвестуючи його у розвиток мережі, поступається своєю домінуючою роллю на користь усіх учасників мережевої структури.

Формування, трансляція і розвиток наукового знання про економіку закономірно формує певну мову економічної науки, яка забезпечує необхідний рівень викладення матеріалів і результатів дослідження. Мова – це не просто набір букв, символів і слів. Слова, з одного боку, характеризують певні процеси і явища, але, з іншого, вони передають метафізичне значення їх сенсів. Кожна наукова концепція має свої термінологію та мову. Через наукову мову підтверджується ідентичність теорій. Науковий підхід пов'язаний з вимогою рефлексійного контролю над використанням певних слів і термінів. Наукова діяльність при цьому виявляється у розробці більш точних смислів щодо термінів, які використовуються. Як підсумок виникають специфічні конструкції мови тієї чи іншої науки. Будь-який мовний знак відображає певні асоціації, стаючи носієм індивідуальних звичок автора наукового тексту. З іншого боку, мова стає середовищем, в якому здійснюється наукове дослідження.

Проблема поєднання змісту теоретичних досліджень з мовними конструкціями є реальною. При цьому виникає проблема герменевтики, коли в центр уваги ставляться питання інтерпретації, розуміння і тлумачення результатів дослідження. Герменевтичні взаємовідносини мають місце між дослідником – автором наукового матеріалу, самим матеріалом і читачем (споживачем) цього матеріалу. При цьому метод дослідження корелюється з методом викладення матеріалу. Це означає, що методологічні рефлексії передбачають й тлумачення матеріалів дослідження.

Наукове знання змістовно об'єктивується (апробується) в письмових текстах (статтях, монографіях). Через письмовий текст відбувається апробація результатів наукових досліджень. Саме у цій формі (інша форма – виступи, доповіді на наукових заходах-конференціях) наукове знання найчастіше "розпредмечується", тобто знаходить своїх споживачів і послідовників. Знання перебуває в стані фактичного анабіозу, якщо воно не затребуване, а відповідні тексти нікого не цікавлять.

Мова науки змінюється разом з розвитком самої науки. Не завжди ці зміни є позитивними. Так, оновлення мови вітчизняної економічної науки все частіше почало відбуватися за рахунок "однозначного" перекладу англійських термінів. Такий підхід, насправді, не призводить до появи нових понять, які мають дійсний науковий сенс.

Тепер щодо *гносеологічного змісту економічної інформації*. Сьогодні професійне товариство економістів все менш відчуває дефіцит інформації для досліджень. Проте на перший план виходить інше питання – проблема сенсу цієї інформації, її реальної значущості для пізнання економічного об'єкта. Найважливіше тут питання – роль медійної інформації.

У медійно насиченому світі складається враження, що суспільство знає "все", даючи відповіді на усі питання сьогодення. В реаліях "пост-правди" фактично втрачає сенс пошук істини. Економіка дедалі повніше виявляється в дуалістичному світлі, де розмежовуються буття та видимість, реальність і концепт. Суспільство, за Ж. Бодріаром, лише споживає та відтворює медійні ідеї, символи, сенси та зображення. Йдеться про перехід дослідження від благ як речей до благ як *знаків*. На цій основі стандарти споживання постійно розширюються, формуючи все більш ефективні системи маніпулювання інформацією як знаком. На перший план виходить засилля гіперреального, тотальна симуляція і "самодовольство" знака [24]. Як підсумок, втрачається принцип первинності споживної вартості товару, фундаментальне значення набуває знак, а споживна вартість стає простим додатком до знаку [25].

З проблемою інформації безпосередньо пов'язана проблема методологічної значущості математичних моделей. Як відомо, по-новому переосмислено роль математики в економічній науці представниками маржиналістської парадигми. Якісна відмінність між фактичними і очікуваними величинами, ризиковістю і капіталізацією, запасами і потоками тощо позначається й на їх кількісних характеристиках. У цьому плані варто особливо відзначити важливість розмежування величин "*ex ante*" та "*ex post*", без чого неможлива побудова динамічних економічних моделей.

Використання математичних методів дослідження передбачає виконання вимоги "за інших рівних умов", що в принципі не може не "звужувати" поле дослідження. Незважаючи на певну неоднозначність математичних моделей щодо адекватності й точності відображення економічної реальності, їх роль в економічній науці ХХІ ст. буде лише зростати.

Висновки. За своєю будовою наука є системою знань, яка характеризує гармонізацію онтологічних та гносеологічних тверджень (вихідних засад), з яких виводиться власне зміст науки. Логіка пізнання сутності економічних процесів і явищ міститься у виявленні їх суттєвих (найважливіших) властивостей, які не є очевидними (експлікативними).

Науковий матеріал ХХІ ст. модифікує традиційні онтологічні (що і як існує) та гносеологічні (як обґрунтовується знання про те, що існує) уявлення про економіку. У майбутнє краще рухатись у методологічно окресленому напрямі, ніж спиратися на метод спроб і помилок. В умовах методологічного "вакууму" в економічній науці висновки як результат дослідження не можуть бути достовірними, в кращому разі вони лише формально відповідатимуть певним загальним вимогам. Прикладні рекомендації та пропозиції при цьому стають малообґрунтованими і відображають викривлений погляд на економічну дійсність.

Ефективна в онтологічному і гносеологічному сенсі економічна наука відкриває нові перспективи, які наділяють дійсно оновленим змістом систему економічних категорій. Йдеться про перехід до нової економіки, принципово нових можливостей економічної дійсності. Такий підхід буде реально виводити вітчизняну економічну науку в майбутнє.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Avtonomov V. Avtonomov Y. Four Methodenstreits between Behavioral and mainstream economics. *The Journal of Economic Methodology*. 2019. Vol. 26. № 3. P. 179-194.
2. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Фішинг. Хто і як маніпулює вашим вибором. Київ: Наш формат. 2017. 272 с.
3. McCloskey D. *Bourgeois Equality: How Ideas, Not Capital or Institutions, Enriched the World*. University of Chicago Press. 2016. 134 p.
4. Munda G. Beyond Welfare economics: some methodological issues. *The Journal of Economic Methodology*. 2016. Vol. 23. № 2. P. 185-202.
5. Папава В. Про кризу в економічній науці та шляхи виходу з неї. *Економіка України*. 2018. № 10. С. 32-52.
6. Pilkington P. *The Reformation in Economics: A Deconstruction and Reconstruction of Economic Theory*. London: The Palgrave Macmillan. 2016. 384 p.
7. Родрик Д. Экономика решает: сила и слабость "мрачной науки". М.: Изд-во Института Гайдара. 2017. 256 с.
8. Syll L. P. *On the Use and Misuse of Theories and Models in Mainstream Economics*. London: College Publications. 2016. 184 p.
9. Fullbrook E. *Narrative Fixation in Economics*. London: College Publications. 2016. 166 p.
10. Hausman D., M. S. McPherson, D. Satz. *Economic Analysis, Moral Philosophy and Public Policy*. Cambridge. 2017. 418 p.
11. Геєць В. Економічну практику – на наукове підґрунтя. *Економіка України*. 2018. № 10. С. 3-9.
12. Гриценко А. Цифровий розвиток: структура, капіталізація та соціалізація. *Економічна теорія*. 2018. № 4. С. 5-20.
13. Єщенко П. С., Арсенко А. Г. Нова парадигма розвитку економіки – настійливе веління нашого часу. *Економіка і прогнозування*. 2011. № 1. С. 28-47.
14. Зверяков М. Теоретична парадигма сталого розвитку та українські реалії. *Економіка України*. 2018. № 10. С. 10-31.
15. Тарасевич В. Проблематика істини у світовій економічній науці. *Економіка України*. 2018. № 10. С. 88-100.
16. Уманців Ю. Економічна теорія у новітньому методологічному дискурсі. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 2. С. 51-63. DOI: 10.31617/visnik.knute.2019(124)03.
17. Філіпенко А. Економічний світ: методологія. *Економічна теорія*. 2017. № 3. С. 5-22.
18. Schwab K. *Shaping The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum, 2018. 274 p.
19. Харарі Ю. Н. 21 урок для 21 століття. Київ: Форс Україна. 2018. 416 с.
20. El-Erian M. *Navigating on the New Normal in Industrial Countries*. Per Jacobsson Foundation Lecture. 2010. URL: www.imf.org.
21. Taleb N. N. (2007). *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*. London: Penguin. 401 p.
22. Blaug M. *Methodology of Economics, or Now Economists explain*. Cambridge: Cambridge University Press. 1980. 235 p.
23. Kuhn T. *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press. 1970. 264 p.

24. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation*, trans. Sheila Faria Glaser, Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. 1995. 85p.
 25. Baudrillard J. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. 1972. 214 p.

Стаття надійшла до редакції 22.01.2020.

Lagutin V. Ontological and epistemological foundations of economic science of the XXI century.

Background. *The search of new theoretical and methodological approaches in the XXI century is a prerequisite for the development of economic science. The economic reality itself is new, problematic, contradictory and creates the impuls for the emergence of a new type of conceptual and paradigmatic constructions. An urgent problem in these conditions is the formation of modern ontological and epistemological foundations of the scientific economic system, the provision of real knowledge of its subject, which is reliable, that is, substantiated in the detailed logical theoretical form.*

The aim of the article is to study the ontological and epistemological foundations of the development of economic science in the XXI century (the study was conducted using two most common transcendental economic categories - value and capital).

Materials and methods. *General scientific and special methods of scientific knowledge, methodological tools of modern economic theory, system method, logical and historical approaches, method of scientific abstraction, analysis and synthesis, qualitative structural approach, method of interdisciplinary analysis have been used.*

Results. *Ontological principles of economic science are connected with the objective existence of economy (its place in society, connections with technological processes, specific properties, systemic, structural, cause and effect, functional and other characteristics) and epistemological principles of economic science are connected with research methodology.*

The emergence of new approaches in economic science to the ontological content of the economy of the XXI century clearly correlates with the emergence of the concept of post-industrial society.

An economic ontology cannot be outside a thorough epistemological study, that is a methodology. The methodology of science is based on a philosophical basis. The most promising in modern conditions for economic science is a synergistic methodology with its effective methods of study of emergent systems.

The problem of paradigmatic innovations in economic science is acute today.

The theoretical development of the subject of science involves the selection of certain fundamental categories - the beginnings of a peculiar categorical matrix. These are, first and foremost, such generalizable categories as "value" and "capital" for economic science. These categories reflect the content of the base objectively determined economic substance.

Conclusion. *The scientific material of the XXI century modifies traditional ontological (what and how it exists) and epistemological (as knowledge is justified of what exists) conceptions of the economy. Effective in the ontological and epistemological sense, economic science opens new perspectives that give the system of economic categories a truly updated content. Such approach will actually bring domestic economic science into the future of the XXI century.*

Keywords: economic ontology, economic epistemology, methodology, paradigm, language of science, economic information, value, capital.

REFERENCES

1. Avtonomov, V., & Avtonomov, Y. (2019). Four Methodenstreits between Behavioral and mainstream economics. *The Journal of Economic Methodology*. (Vol. 26), 3, 179-194 [in English].
2. Akerlof, Dzh., & Shyller, R. (2017). *Fishyng. Hto i jak manipuljuje vashym vyborom [Phishing. Who and how manipulates your choice]*. Kyiv: Nash format [in Ukrainian].
3. McCloskey, D. (2016). *Bourgeois Equality: How Ideas, Not Capital or Institutions, Enriched the World*. University of Chicago Press [in English].

4. Munda, G. (2016). Beyond Welfare economics: some methodological issues. *The Journal of Economic Methodology*. (Vol. 23), 2, 185-202 [in English].
5. Papava, V. (2018). Pro kryzu v ekonomichnij nauci ta shljahy vyhodu z nei' [On the Crisis in Economic Science and the Ways to Overcome It]. *Ekonomika Ukraïny – Economy of Ukraine*, 10, 32-52 [in Ukrainian].
6. Pilkington, P. (2016). *The Reformation in Economics: A Deconstruction and Reconstruction of Economic Theory*. London: The Palgrave Macmillan [in English].
7. Rodrik, D. (2017). *Jekonomika reshaet: sila i slabost' "mrachnoj nauki"* [The Economy Decides: Strength and Weakness of "Dark Science"]. Moscow: Izd-vo Instituta Gajdara [in Russian].
8. Syll, L. P. (2016). *On the Use and Misuse of Theories and Models in Mainstream Economics*. London: College Publications [in English].
9. Fullbrook, E. (2016). *Narrative Fixation in Economics*. London: College Publications [in English].
10. Hausman, D., McPherson, M. S., & Satz, D. (2017). *Economic Analysis, Moral Philosophy and Public Policy*. Cambridge [in English].
11. Gejec', V. (2018). Ekonomichnu praktyku – na naukove pidg'runtja [Economic practice – on a scientific basis]. *Ekonomika Ukraïny – Economy of Ukraine*, 10, 3-9 [in Ukrainian].
12. Grycenko, A. (2018). Cyfrovij rozvytok: struktura, kapitalizacija ta socializacija [Digital development: structure, capitalization and socialization]. *Ekonomichna teorija – Economic Theory*, 4, 5-20 [in Ukrainian].
13. Jeshhenko, P. S., & Arsejenko, A. G. (2011). Nova paradygma rozvytku ekonomiky – nastijlyve velinnja nashogo chasu [The new paradigm of economic development is the imperatives of our era]. *Ekonomika i prognozuvannja – Economy and Forecasting*, 1, 28-47 [in Ukrainian].
14. Zvjerjakov, M. (2018). Teoretychna paradygma stalogo rozvytku ta ukrai'ns'ki realii' [Theoretical Paradigm for Sustainable Development and Ukrainian Realities]. *Ekonomika Ukraïny – Economy of Ukraine*, 10, 10-31 [in Ukrainian].
15. Tarasevych, V. (2018). Problematyka istyny u svitovij ekonomichnij nauci [The Problems of Truth in World Economic Science]. *Ekonomika Ukraïny – Economy of Ukraine*, 10, 88-100 [in Ukrainian].
16. Umanciv, Ju. (2019). Ekonomichna teorija u novitn'omu metodologichnomu dyskursi [Economic Theory in the Latest Methodological Discourse]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*, 2, 51-63. DOI: 10.31617/visnik.knute.2019(124)03 [in Ukrainian].
17. Filipenko, A. (2017). Ekonomichnyj svit: metodologija [Economic World: Methodology]. *Ekonomichna teorija – Economic Theory*, 3, 5-22 [in Ukrainian].
18. Schwab, K. (2018). *Shaping The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum [in English].
19. Harari, Ju. N. (2018). *21 urok dlja 21 stolittja [21 Lessons for the 21st Century]*. Kyiv: Fors Ukraïna [in Ukrainian].
20. El-Erian, M. (2010). *Navigats on the New Normal in Industrial Countries*. Per Jacobsson Foudation Lecture. Retrieved from www.imf.org [in English].
21. Taleb, N. N. (2007). *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*. London: Penguin [in English].
22. Blaug, M. (1980). *Methodology of Economics, or Now Economists explain*. Cambridge: Cambridge University Press [in English].
23. Kuhn, T. (1970). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
24. Baudrillard, J. (1995). *Simulacra and Simulation*, trans. Sheila Faria Glaser, Ann Arbor, MJ: University of Michigan Press [in English].
25. Baudrillard, J. (1972). *For a Critique of the Political Economy of the Sign* [in English].

МЯХАЙЛИЧЕНКО Hanna,
DSc (Economics), Docent, Professor
of Tourism and Recreation Department,
Kyiv National University of Trade and Economics
Kioto str.,19, Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: g.mykhajlichenko@knute.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7066-6527>

KRAVTSOV Sergiy,
PhD (State Administration), Docent of
Tourism and Recreation Department,
Kyiv National University of Trade and Economics
Kioto str.,19, Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: s.kravtsov@knute.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2016-1974>

ZABALDINA Yuliia,
PhD (Economics), Docent, Docent of Tourism and Recreation Department,
Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Kioto str.,19, Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: y.zabaldina@knute.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2741-5604>

PLANNING OF EVENT PORTFOLIO FOR TOURISM DESTINATION IN POST-QUARANTINE PERIOD

The article deals with the sense and structure of a tourism destination event portfolio. The theoretical foundation of the planning process for Ukrainian destinations event portfolio destinations as a component of their tourism product has been carried out. The goals of forming a destination's event portfolio within the framework of the tourism product strategy and marketing strategy are determined. The factors of decision making about the structure of an event portfolio, dynamics of measures are highlighted. Proportionality of Ukrainian's destinations event portfolio is analyzed.

Keywords: destination, events, event tourism, event portfolio, tourist product, hallmark, tourist flow, tourist arrivals.

Михайличенко А., Кравцов С., Забалдина Ю. Планирование ивентивного портфеля туристической дестинации в посткарантинный период. Рассмотрены сущность и составляющие ивентивного портфеля туристической дестинации (ИПД). Осуществлено теоретическое обоснование процесса планирования ИПД Украины как составляющей их туристического продукта. Определены цели формирования ИПД в рамках маркетинговой стратегии. Выделены факторы принятия решений по структуре ивентивного портфеля, динамике мероприятий. Проанализирован состав услуг, тематика ивентивных портфелей туристических дестинаций Украины.

Ключевые слова: дестинации, ивент, ивентивный туризм, ивентивный портфель, туристический продукт, холмарк, туристический поток, туристические прибытия.

Background. Nowadays, one of the most dynamically growing segments of international tourism is eventual or event tourism, which is considered by many scholars and practitioners as a real opportunity to increase tourism flows and, accordingly, to ensure sustainable socio-economic effects for the territory. Carrying out mass events of different subjects can create a certain level of awareness of the target audiences about the territory when the destination is in the early stages of its like cycle, to accumulate additional tourist flows through the diversification of the offer to more developed destinations, to determine the tourist specialization of the territory. Since the 1980s, events have become an inalienable part of the local tourism product and an element of marketing strategies for many destinations around the world. Such trends in the diversification of the tourism product of the destination are particularly relevant in the post-crisis period of tourism reincarnation after significant stagnation during the quarantine measures of the pandemic coronavirus infection in 2020. The effectiveness of event programs as an element of the MICE industry can be the impetus for restoring the attractiveness of the tourism destinations in the world.

This set the task for the experts to develop effective models of formation of event portfolio of the destination, as a set of events taking place in its territory, to find ways to optimize its structure and areas of influence.

Analysis of recent research and publications. The issue of event and event tourism as a factor of activation of tourist potential of the territory was raised in the works of D. Getz [1; 2; 3] and developed in the research by A. Golob [4], V. Polishchuk, A. Babkin [5], O. Alekseeva [6]. For the first time in these works, the problems of eventual destination management were examined in the post-Soviet space. Also worth mentioning are some studies on the role of mega-agents in the economies of countries and regions (I. Skavronska, Van Miao, etc.) [7; 8], as well as the problems of socio-economic effects of certain types of events: exhibition (T. Duplyak) [9], cultural (A. Parfinenko) [10], gastronomic (V. Omilnitskaya [11]), sports (L. Tymoshenko [12]) and others.

However, despite the obvious increase in the interest of scholars and practitioners in eventual (event) tourism in the world and in Ukraine, a number of issues that have not received sufficient attention in the scientific literature remain. In particular, it is about planning an eventual destination portfolio as part of a local tourism product, which determines the relevance of this article.

The **aim** of the article is theoretical substantiation of the process of planning an eventual portfolio of destinations of Ukraine as a component of their tourism product.

Materials and methods. The work is based on the analysis of scientific works of domestic and foreign scholars on the problems of eventual tourism and the formation of eventual portfolio of tourist destinations. In the process of researching of eventual portfolios of tourist destinations in Ukraine such scientific and empirical methods as cause and effect analysis and synthesis, deduction and induction, systematization and generalization, as well as a systematic approach were used.

Results. The term "eventual tourism" ("event tourism", "event tourism") was introduced into scientific circulation in 1989 when D. Getz in his work "Special Events: Product Definition" proposed a methodological basis for planning of event tourism [1, p. 135]. Nowadays, the term is interpreted as the term "tourist offer", which defines all planned activities within the framework of a comprehensive approach to the development and marketing of tourist territories/destinations, and as a component of tourist demand, that is, a special type of tourism, the development of which is driven by special needs of the visitors on a particular territory [2, p. 17]. Event is the basis of event tourism, the main factor of its development, actually, the reason for the trip or the supporting factor of decision making for the visitor.

An example of the successful implementation of the destination tourism development strategy was the research conducted during July-August 2018 by EFFE-Hub-Ukraine with the support of the European Association of Festivals under the project "Europe supports festivals, festivals support Europe" (EFFE). This project initiated a festival survey, cultural heritage, tourism, and community development [13]. The purpose of the survey was to determine the willingness to cooperate with festivals, tourism organizations, communities, evaluate and identify ways to improve cooperation between different sectors and stakeholders, as well as international cooperation, with the proposed issues addressing art festivals or those festivals where the component is a priority, and the secondary could be fair, gastronomic, sports and other components. The survey was attended by 324 respondents, including: 183 local communities, 65 – festival administrations and festival associations, 56 – travel companies and associations. According to the survey, 173 communities, 63 festival organizers and 55 tourism organizations have shown absolute confidence that festivals help attracting tourists to the community, and almost as many respondents consider events as an important community development tool. The survey organizers identified cultural heritage, multidisciplinary, musical, street art, ethnographic, literary, architectural, film, photo, theater, dance and design activities, and respondents identified the top five as having the most potential for tourists. 42% of the surveyed tourist organizations found the best two-day event, 29% three-day, 11% one-day. It is important to note that both festival organizers and tourism companies have shown interest in cooperating with each other [14].

Combined with a certain logic and repeated with certain periodicity, the events carried out in the territory of the destination form the eventual portfolio (IP) of the latter.

The components of IPs within the concept of destination management have been customarily divided into events that equally reach both tourists and locals, and those whose purpose is to attract tourists in their own right. The last ones are commonly referred to as "hallmarks", that is, by J. Ritchie's definition, significant single or multiple events of a limited duration designed primarily to increase the attractiveness, profitability, and information of tourist destinations [15]. D. Getz elaborated on the definition of J. Ritchie, believing that the term "hallmark" describes an event of such importance

in terms of traditions, attractiveness, quality, and publicity, which ensures the competitiveness of the destination where it is held [2, p. 16]. Over time, the event and the destination of the event become inseparable in the minds of the target markets, providing a high level of value.

Another thing is local and regional events (festivals, gatherings, contests, fairs, etc.), focused mainly on residents. Their main purpose is not commercialization, but rather they have certain cultural or social meanings. However, their level of organization or subject matter may be of some value to certain categories of tourists, stimulating tourist demand in that way. That is, it can be argued that such activities have unequal tourism potential, only some of them become or have the potential to become part of the tourist product of the destination. The other part not only lacks such potential but also has the opposite interest from tourists and could hurt them.

Modern scientific thought now links the sustainable development of tourism not so much with the conduct of a specific event or events, but with the planning, organization, and management of a set of such events within the framework of a single concept of a local tourism product [2]. Let us dwell more on planning an eventual portfolio and consider the possible goals of developing an IAP and approaches to making tactical decisions.

IP is part of the local tourism product and one of the tools of the destination marketing strategy. Accordingly, the purpose of its development should be correlated with the goals of socio-economic, narrower – marketing or tourism development strategy of the territory. The key determinant of goal setting is the life cycle stage of the destination (exploration, engagement, development, consolidation, stagnation, recovery/decline) and the needs that arise at each stage. One of the goals is the formation of a certain level of awareness of the target audience about the destination, interest or primary level of awareness of its resources, or tourist products. This goal is formulated either as a whole, for all target audiences or product components, or in specific contexts, for specific target audiences or resource types. Perception / Awareness of Target Audiences – setting destinations in the early stages of the life cycle or at the stage of consolidation when there is a need for diversification of the tourism product.

The specific task for the destination, especially relevant for many cities and villages in Ukraine, is to restore demand. Accordingly, the purpose of building an eventual portfolio is to restore the awareness/interest of target audiences.

Another goal for the development of IP may be to ensure a certain dynamics of tourist arrivals: increasing their number in general for the destination in specific periods of the year – to expand the main tourist seasons or to revive demand in the off-season; profit of specific target audiences – for restructuring of tourist flow.

Planning an eventual portfolio requires a number of tactical decisions about filling of it to be made.

The decision on the number of events during the year is dictated not only by the strategic goal, but also by the internal objective and subjective factors of the destination, the ability to generate financial resources, the avai-

lability of human resources and appropriate management structure, the level of stakeholder interest, the availability of special infrastructure, specialization.

Decisions about the timing and distribution of events throughout the year also depend on the overall goals of the destination. Conducting activities during the main season create additional attractiveness of the territory, at the beginning and end of the season – contribute to its expansion, during the off-season – generally reduce the factor of seasonality.

Decisions of the scales of the events in portfolio, that is, the number of participants, the planned number of visitors, the duration of the individual events, and whether the event remains a local event or becomes a regional, national or international event, is one of the most difficult for the destination and requires many factors to be considered. In addition to these internal conditions of the destination, there is also the presence of strong stakeholders, the ability of the destination to ensure the environmental sustainability of the event, a variety of situational factors, including political. A separate aspect of this decision is to determine the feasibility of attracting eventual franchises.

Decisions to engage specific target audiences include, first of all, whether the planned events will be targeted primarily at visitors, or whether they will try to reach local residents as well.

The decision on the theme of events in the portfolio is made primarily with regard to the specialization of the destination, its historical, cultural, sports or economic background. One of the subordinated goals of developing an event portfolio for the destination is to involve certain categories of visitors, to create or change the image in the eyes of the target audiences, which also influences the inclusion of events on certain themes. Therefore, the destination can emphasize on narrow events, have a specialization, and can diversify its eventual portfolio, including very different activities.

According to the online portal *zruchno.travel* [14], eventual portfolios of some local destinations regarding tourist significant events that took place in Ukraine in 2018 were analyzed. The study has a number of objective limitations. Thus, the availability of event information on a resource depends on the activity of the event organizers who have to submit the data, as well as on the subjective decision of the resource administrators who make the decision to post the information. In addition, data on the Autonomous Republic of Crimea and parts of the territories of Donetsk and Luhansk regions are missing.

Thus, the absolute indicators for the number of events, including visitor-oriented events, are not conclusive for most destinations. In addition, the paper typifies the events proposed by the resource *zruchno.travel*.

According to *zruchno.travel*, such tourist destinations in Ukraine have event portfolios of at least 10 events included in the local tourism product (this is evidenced by the fact of posting event information on the Internet site of purely tourist specialization): Kyiv – 56 events during the year, Kamianets-Podilskyi – 35, theme park "Kievan Rus" in the village. Kopachi (Kyiv region) – 25, Lviv – 20, Zaporizhia – 18, Vinnytsia – 15, Lutsk – 15, Odessa – 14, Ternopil – 13, Kharkiv – 10. It is worth noting that among this

group only Kamianets-Podilskyi is not a regional center, and the theme park "Kievan Rus" is a destination corporation. From 2 to 9 events have measures in their portfolio and take them for their promotion of the city: Dnipro, Ivano-Frankivsk, Uzhgorod, Poltava, Khmelnytsky, Kherson, Mykolayiv, Chortkiv, Trostyanets, Berezhany, Radomichel, Tulchin, Kryvyi Rih, Korosten, Beregove, township: Opishnaya, Medshibish. Another 60 tourist centers posted only one event on zruchno.travel information. Among regions most events are held in the territories of Kyiv and Khmelnytsky regions (85 and 44 respectively), while territorial differentiation is more typical of Ternopil and Transcarpathian regions (35 events in 16 destinations and 23 events in 11 destinations, respectively) (table 1).

Table 1

Events that were held in destinations of Ukraine during 2018

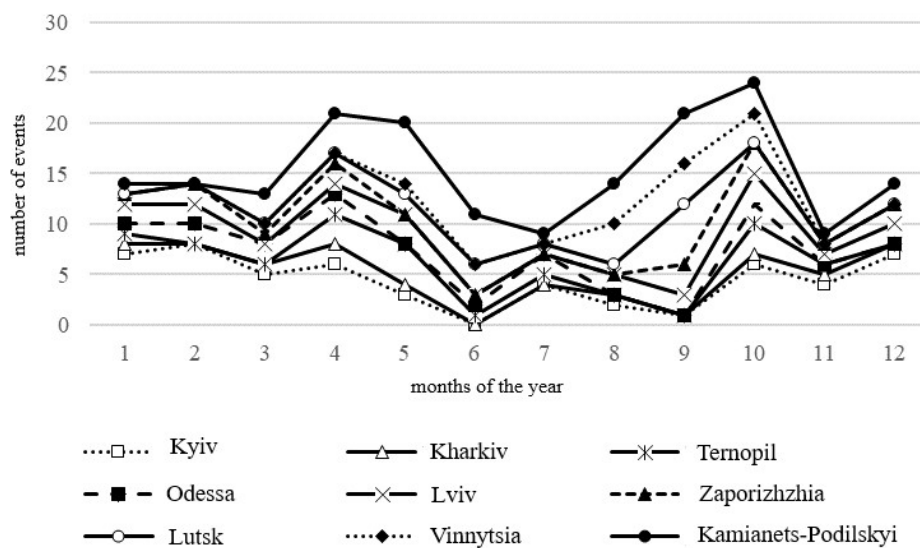
Region *	Quantity	City	Quantity	Villages	Quantity
Vinnytsia region	19	Vinnytsia	15	Busha	1
		Tulchyn	2	–	–
		Bar	1	–	–
Volyn region	16	Lutsk	15	–	–
		Volodymyr-Volynskyi	1	–	–
Dnipropetrovsk region	6	Dnipro	3	Petrykivka	1
		Kryvyi Rig	2	–	–
Zhytomyr region	8	Zhytomyr	1	Kostovtsi	1
		Radomyshl	4	–	–
		Korosten	2	–	–
Transcarpathian region	23	Uzhhorod	8	Chinadiyev	1
		Berehove	6	Turya Polyana	1
		Vynohradiv	1	Kosiv Polyana	1
		Mukacheve	1	Veliatyno	1
		Rakhiv	1	Dubove	1
		Tiachiv	1	–	–
Zaporizhzhia region	21	Zaporizhzhia	18	Petropil	2
		Melitopol	1	–	–
Ivano-Frankivsk region	8	Ivano-Frankivsk	4	Starun	1
		Rogatyn	1	Velykyi Yaseniv	1
		–	–	Pidgirrya	1
Kyiv region	85	Kyiv	56	Kopachiv	25
		Bila Tserkva	1	Berezivka	1
		Pereyaslav Khmelnytsky	1	Boyarka	1
Lviv region	30	Lviv	20	Urych	1
		Drogobych	6	Rodatychi	1
		Truskavets	1	Shidnytsia	1
Mykolayiv region	3	Mykolayiv	2	Tryhaty	1
Odessa region	18	Odessa	14	Ivankiv	1
		Bolgrad	1	Vesele	1
		Chernomorsk	1	–	–
Poltava region	8	Poltava	2	Opishnia	2
		Myrhorod	1	Dykanka	1
		–	–	Omelynyk	1
		–	–	Hradyzk	1

Region *	Quantity	City	Quantity	Villages	Quantity
Rivne region	4	Ostrog	1	Berestechko	1
		–	–	Hotyn	1
		–	–	Klevan	1
Sumy region	6	Trostryanets	3	Slout	1
		Konotop	1	–	–
		Gluhiv	1	–	–
Ternopil region	37	Ternopil	13	Zaliztsi	1
		Chortkiv	9	Gusyatyn	1
		Berezhany	3	Monastyrsk	1
		Zboriv	1	Zalizshiki	1
		Terebovlya	1	Nyrkiv	1
		Skalat	1	Pidzamochock	1
		Borschiv	1	Gorodok	16
Kharkiv region	14	–	–	Kozova	1
		Kharkiv	10	Staryi Saltiv	1
		Zmiiv	1	Sharivka	1
Kherson region	5	–	–	Zadonetske	1
		Kherson	4	–	–
		Gola Prystan	1	–	–
Khmelnysk region	44	Kamianets Podilskyi	35	Medzhybizh	3
		Khmelnyskyi	5	–	–
		Izyaslav	1	–	–
Cherkasy region	11	Uman	6	Legedzyne	2
		–	–	Melnyky	1
		–	–	Moryntsi	1
		–	–	Buda	1
Chernivtsi region	5	Chernivtsi	3	Vyzhnytsia	1
		–	–	Shepit	1
Chernihiv region	23	Chernihiv	14	Sosnytsia	1
		Baturyn	3	Oleshnia	1
		Novgorod-Siversky	1	Sedniv	1
		Nizhyn	1	–	–
		Mena	1	–	–
Donetsk region	1	Mariupol	1	–	–

* Except Crimea, Lugansk and Kirovograd regions, which are not represented on the resource <https://zruchno.travel>.

Source: compiled by the authors according to the data [15].

The size of the event portfolios and the available information on their topic-types determined the choice for further analysis of the destinations of the first group (except the theme park "Kyiv Rus"). Thus, the peaks of eventual activity of the research of destinations are April-May and September-October (*figure*), which is obviously connected with the climatic conditions and rest traditions of Ukrainians, more rarely – the desire to extend tourist seasons or to activate the flow of tourists in the off-season. The most balanced portfolios in time have Kyiv, Lviv and Kamianets-Podilskyi.



The dynamic of events in destinations in Ukraine in 2018

Source: compiled by the authors according to the data [15].

In the structure of eventual portfolios, nine explored destinations are on average up to 30% occupied by cultural events, 17% by music, 12% by sports, 11% by city holidays, 10% by gastronomic events, 9% by historical, 6% are ethnographic, 5% are religious, 2% are so-called "retro" events, but regional differences are very significant here (table 2). The undisputed leader is Kamianets-Podilskyi, whose event portfolio includes activities in all thematic areas, except religious ones.

Table 2

The structure of eventual portfolio of destinations of Ukraine by topic, %

The theme of the event	Kyiv	Kharkiv	Ternopil	Odessa	Lviv	Zaporizhzhia	Lutsk	Vinnytsia	Kamianets-Podilskyi
Gastronomic	8	11	15	0	29	0	13	7	3
Cultural	40	22	31	33	24	31	20	21	31
Music	19	0	15	8	19	31	13	29	22
City holiday	4	11	8	25	14	13	7	14	6
Historical	4	0	8	0	0	0	40	7	19
Retro	2	11	0	0	0	0	0	0	3
Sports	0	33	0	25	5	19	0	14	13
Ethnographic	17	11	23	0	5	0	0	0	3
Religious	6	1	0	9	4	6	7	8	0

Source: compiled by authors according to the data [15].

The substantial analysis of the eventual portfolios of Ukraine's regions showed the inability to determine the potential of existing, traditional measures, their exclusive orientation to the socio-cultural aspects, to the domestic consumer (local resident). Of course, there are hundreds of local

or regional events that are planned annually in the framework of regional or local plans and programs for the development of culture, sports, health and leisure in most cities of Ukraine, but the level of organization and marketing of the vast majority of them is extremely local with a rather powerful tourist potential (example – "Songs of lilac grove" festival smt. Dykanka of Poltava region), which makes it impossible to achieve certain tourist, and therefore economic and even political goals. The optimal strategy in this sense is, according to D. Getz, the transformation of existing events with certain characteristic features into tourist attractions of the destination within the overall branding strategy and taking into account the opportunities for economic growth of the territory [2, p. 407]. A similar approach is demonstrated by the Savransky district of Odessa region, where within the framework of the event concept "4 seasons" a number of traditional events, focused on attracting guests from neighboring regions, have been held for several years in a row.

The research results indicate that there is no logical network institutionalization of the events when their organizers are exclusively relevant authorized organizations and institutions, that is, the priority is the corporate orientation of the event organization. For example, in Ukraine we are dealing with activities under the auspices of the departments and departments of culture, sport, education, health, each of which considers the purpose of its own event purely in the narrow sense and under its own control. Instead, global experience confirms that the optimal format is to apply a networked approach to institutionalization, whereby a reconciliation of eventual portfolio and event marketing aimed at attracting visitors is undertaken by the tourism management body.

Conclusion. The research has shown that the formation of an eventual portfolio of tourist destinations should take place within the existing socio-economic and tourism development strategies. The purpose of the eventual portfolio should be to create / restore awareness / interest of target audiences, or to ensure a certain dynamics of tourist income. Filling an event portfolio means, first of all, making a number of decisions about the number of events, their dynamics and seasonality, scale, topics. A balanced event portfolio should be considered as one that ensures the achievement of the strategic goals of the destination during the year by organizing and conducting events that are most relevant to the interests of the target audience of the visitors.

Nowadays, portfolios of Kyiv, Lviv and Kamianets-Podilskyi have signs of balance in Ukraine. The most important tasks of optimizing the eventual policy of tourist destinations of Ukraine are now the transformation of existing local events into tourist attractions within the overall branding strategy and taking into account the possibilities of economic growth of the territory, as well as the institutionalization of planning of the eventual portfolio.

REFERENCES

1. Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. *Tourism Management*. 10(2). 135-137 [in English].
2. Getz, D. (2007). Event studies: Theory, research and policy for planned events. Oxford: Elsevier [in English].
3. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428 [in English].
4. Golob, A., Jere, Jakulin T. (2014). Standardization and classification of events in tourism. *The European Journal of Applied Economics*. (Vol. 14), 1. Retrieved from <http://journal.singidunum.ac.rs/paper/standardization-and-classification-of-events-in-tourism-based-on-a-systems-approach.html> [in English].
5. Babkin, A. V. (2008). *Special'nye vidy turizma [Special types of tourism]*. Rostov n/D: Feniks [in Russian].
6. Alekseeva, O. V. (2011). Sobytijnyj turizm i ivent-menedzhment [Event tourism and event management]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo – Russian business*, 6. Issue 2 (186), 167-172 [in Russian].
7. Vasilenko, V. A., & Van', Mjao (2011). *Osnovy teorii i praktiki sportivno-sobytijnogo turizma [Fundamentals of the theory and practice of sports and event tourism]*. Simferopol': Krymchpedgiz [in Russian].
8. Skavrons'ka, I. V., Bulatova, O. V., Kozak et al. (2014). *Mizhnarodni mega-zahody: sportyvnyj aspekt. Novyj svitovyj ekonomichnyj porjadok ta global'ni vyklyky dlja Ukrai'ny [International Mega-Events: the Sport Aspect. A New World Economic Order and Global Challenges for Ukraine]*. Krysovatyj A., Savel'jev Je. (Eds.). Ternopil': TNEU [in Ukrainian].
9. Tkachenko, T. I., & Dupljak, T. P. (2016). *Vystavkovyj biznes [Exhibition business]*. Kyi'v: Kyi'v. nac. tovg.-ekon. un-t [in Ukrainian].
10. Parfinenko, A. Ju. (2013). Kul'turnyj turizm jak chynnyk social'no-ekonomichnogo rozvytku terytorij [Cultural Tourism as a Factor of Socio-Economic Development of Territories]. *Visnyk L'vivs'kogo universytetu – Visnyk of the Lviv University*. Issue 43, 233-242. Serija geografichna [in Ukrainian].
11. Omel'nyc'ka, V. O. (2018). Suchasnyj stan rynku poslug gastronomichnogo turyzmu Ukrai'ny [The Current State of the Gastronomic Tourism Services Market in Ukraine]. *Ekonomichni studii' – Economic Studies*, 2, 121-126 [in Ukrainian].
12. Tymoshenko, L. O., & Labartkava, K. V. (2014). *Sportyvnyj turizm [Sports tourism]*. L'viv: LDUFK [in Ukrainian].
13. Rol' mystec'kyh festyvaliv u samorozvytku gromad. Monitoryng praktychnyh pytan' [The Role of Art Festivals in Community Self-development. Monitoring of Practical Issues]. *demcult.org*. Retrieved from <http://demcult.org/rol-misteckikh-festivaliv-u-samoroz> [in Ukrainian].
14. Nacional'nyj turystychnyj portal Zruchno.Travel [National Tourism Portal Zruchno.Travel]. *zruchno.travel*. Retrieved from <https://zruchno.travel> [in Ukrainian].
15. Ritchie, J. R. B., & Beliveau, D. (1974). Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. *Journal of Travel Research*, 14, 14-20 [in English].

The article submitted to editor's office on 16.01.2020.

Михайліченко Г., Кравцов С., Забалдіна Ю. Планування івентивного портфеля туристичної дестинації у посткарантинний період.

Постановка проблеми. Для успішного розвитку туристичних дестинацій, широкої обізнаності цільових аудиторій щодо території необхідно проведення масових заходів різної тематики. Це дасть змогу акумулювати додаткові туристичні потоки через диверсифікацію пропозиції для більш розвинених дестинацій, визначити туристичну спеціалізацію території. Починаючи з 80-х років ХХ ст., івенти стали водночас невід'ємною складовою локального туристичного продукту й елементом маркетингових стратегій для багатьох дестинацій світу. Такі тенденції диверсифікації туристичного продукту дестинації особливо актуальні в посткризовий період реінкарнації туристичної сфери після значної стагнації під час карантинних заходів пандемії коронавірусної інфекції в 2020 р. Дієвість івент-програм як елемента індустрії МІСЕ може стати поштовхом до відтворення атрактивності провідних дестинацій світу. Це поставило перед фахівцями завдання розроблення ефективних моделей формування івентивного портфеля (event portfolio) дестинації як сукупності подій, що проводяться на її території, пошуку шляхів оптимізації його структури та напрямків впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що попри наявність окремих наукових доробок та очевидне зростання інтересу науковців і практиків до івентивного (подієвого) туризму в світі і в Україні, існує низка питань, яким не приділено достатньої уваги в науковій літературі. Зокрема, йдеться про планування івентивного портфеля дестинації як складової локального туристичного продукту, що і визначає актуальність цієї статті.

Метою статті є теоретичне обґрунтування процесу планування івентивного портфеля дестинацій України як складової їх туристичного продукту.

Матеріали та методи. Робота ґрунтується на аналізі наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених щодо проблем івентивного туризму та формування івентивного портфеля туристичних дестинацій. В процесі дослідження івентивних портфелів туристичних дестинацій України використано такі науково-емпіричні методи, як причинно-наслідковий аналіз та синтез, дедуція та індукція, систематизація та узагальнення, а також системний підхід.

Результати дослідження. Зміст робіт з формування івентивного портфеля туристичної дестинації передбачає: визначення кількості й тематики івентів; періодичності та тривалості подій, встановлення масштабності заходу, тобто доцільності залучення івентивних франшиз; рішення щодо залучення певних цільових аудиторій та вплив спеціалізації дестинації.

Здійснено теоретичне обґрунтування процесу планування івентивного портфеля дестинацій України як складової їх туристичного продукту. Визначено цілі формування івентивного портфеля дестинації в рамках стратегії формування туристичного продукту та маркетингової стратегії. Виділено чинники прийняття рішень щодо структури івентивного портфеля, динаміки заходів.

Проаналізовано пропорційність івентивних портфелів туристичних дестинацій України. Проведене дослідження довело, що формування івентивного портфеля туристичних дестинацій повинно відбуватись у рамках існуючих соціально-економічних стратегій і стратегій розвитку туризму. Метою, на яку має бути спрямований івентивний портфель, може бути створення/відновлення рівня обізнаності/зацікавлення цільових аудиторій або ж забезпечення певної динаміки туристичних прибуттів. Збалансованим івентивним портфелем варто вважати такий, що забезпечує реалізацію стратегічних цілей дестинації упродовж року шляхом організації та проведення заходів, тематика яких максимально задовольняє інтереси цільових аудиторій відвідувачів. На території України ознаки збалансованості наразі мають івентивні портфелі міст Києва, Львова та Кам'янець-Подільського. Найважливішими завданнями оптимізації івентивної політики туристичних дестинацій України

наразі є перетворення існуючих локальних подій на туристичні атрактори в рамках загальної стратегії брендингу і з урахуванням можливостей економічного зростання території, а також інституалізація процесу планування івентивного портфеля.

Висновки. На відміну від існуючих публікацій, вперше сформульовано наукові гіпотези залежності туристичних потоків дестинації від розвитку івент-туризму. Проведене дослідження показало, що формування івентивного портфеля туристичних дестинацій має відбуватись у рамках наявних соціально-економічних стратегій і стратегій розвитку туризму. Метою, на яку має бути спрямований івентивний портфель, може бути створення/відновлення рівня обізнаності/зацікавлення цільових аудиторій або ж забезпечення певної динаміки туристичних прибуттів. Наповнення івентивного портфеля означає насамперед прийняття низки рішень щодо кількості івентів, їх динаміки та сезонності, масштабу, тематики. Збалансованим івентивним портфелем варто вважати такий, що забезпечує реалізацію стратегічних цілей дестинації упродовж року шляхом організації та проведення заходів, тематика яких максимально задовольняє інтереси цільових аудиторій відвідувачів.

Ключові слова: дестинація, івенти, івентивний туризм, івентивний портфель, туристичний продукт, холмарк, туристичний потік, туристичні прибуття.

KHARSUN Liudmyla,
PhD (Economics), Associate Professor of the Department
of Trade Entrepreneurship and Logistics
of Kyiv National University of Trade and Economics
19, Kyoto str., 19, Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: l.kharsun@knute.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7569-934%20X>

PATKOVSKYI Serhii,
Route development manager,
business practitioner
Kuehne+Nagel Inc., Chicago, IL USA

E-mail: sergey.patkovskiy@gmail.com

THE COLD SUPPLY CHAINS OF FOOD : DETERMINANTS OF MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

This paper deals with cold chains essences. It identifies main preconceptions of the cold chain market development in Ukraine and worldwide. The main characteristics of the cold supply chains are determined. The current state and development perspectives of the cold chain logistics on the food market in Ukraine have been analyzed.

Keywords: cold logistics, cold supply chain, perishable goods, temperature control mode, logistic services.

Харсун Л., Патковський С. Холодові цепі поставки продовольства: детермінанти управління і розвитку. Розглянуто сутність холодівих цупей поставки. Установлені основні предпосылки розвитку рынка холодовой логістики в Україні і в міре. Виявлені основні характерні черти холодівих цупей поставок. Проаналізовано сучасне состояние і перспективи розвитку системи логістического обеспечення холодівих цупей поставок продовольствених товарів в Україні.

Ключевые слова: холодовая логістика, холодовая цупей поставки, скоропортящиеся товары, температурний режим, логістическое обеспеченіе.

Background. Merchandise markets globalization strives to overcome production and consumption location of wide range of goods, eliminate transaction barriers, equalize product's quality and operational standards requirements. All this creates new challenges for cold chain logistics covering wide-spread variety of merchandise flows.

At the same time high pace of technical and technological resources development creates vast capabilities for trade and social necessities solving, providing those consumption locations goods availability that were hardly accessible due to strict delivery time requirements. First of all considering

perishable goods with limited lifetime end highly sensitive to the temperature mode deviations during their storage and transportation. Thereby research of scientific and practical grounds of economic, technical and technological aspects of cold chains practices is becoming of main significance.

Analysis of recent researches and publications. Cold chains matter is covered by a number of national and foreign experts publications, in particular Y. Krykavskyy, T. Nakonechna [1], M. Saiensus, O. Goryayinov, K. Zamaryonova, Dr. J.-P. Rodrigue, Dr. T. Notteboom [2; 3], E. Vather [4], P. Burnson and others.

The essence of the cold supply chains, the features of the interaction between their participants and of their functioning technical support are disclosed in the articles of Y. Krykavskyy, T. Nakonechna [1]. Dr. J.-P. Rodrigue [2; 3] in his publications focuses on the specifics of food cold supply chains managing, identifying their elements, risks and operations. Analysis of the global cold logistics market, its capacity and development trends are the subject of research E. Vather [4] as well as a number of analytical materials [5–7]. Factual data on the potential of cold supply chains of food, their infrastructure support, problems and prospects of their development are presented in a number of statistical reviews and analytical materials [8–13].

A considerable number of publications on the topic of cold logistics are focused on the study of the supply chains of certain foodstuffs or pharmaceutical products. Among the authors of such investigations are V. Vostryakova, O. Posilkina, A. Khromikh, R. Sahaidak-Nikityuk in particular.

However there is a lack of research of integrated methods of cold chains management and their logistics organization which would be based on their specific features.

The **aim** of this study is to analyze, determine and systemize key logistics characteristics of cold chains; assess present state of cold food chains logistics services in Ukraine and its development perspectives.

Materials and methods. During this research we used studies and papers of national and international experts, analytical reviews and comments provided by cold chains market players, data reports provided by the State statistics service of Ukraine. In order to achieve the goal of the study we have used comparison, synthesis, systemization and generalization methods.

Results. Cold chain logistics is not a new issue, since perishable goods transportation has been existing for a long time. However, considering cold chain from the integrated perspective the history of its development started in 1797 when British fishermen had been moving caught fish covered by a layer of ice. But as a separate professional logistics segment cold chain logistics has been functioning since 1950s when 3PL logistics providers became the main driving force [3].

In general cold chain logistics can be represented as system of the organizing, management and controlling processes and operations with main objective to ensure goods safety within product lifecycle during their production, storage, transportation distribution and consumption stages.

Taking into account current state of global logistics development and target markets dynamics, cold chains might have the highest growth potential. Based on 2017 assessment entire volume of the frozen products market is USD 255 bln, growing 4 % annually during 2017–2021 period [6]. Volumes of overland reefer transportations have grown by 57 % during 1980–2018 period. Chilled warehouse space growth potential reaches 15 % through 2023 [4].

Other than globalization and technical-technological preconditions of cold chain logistics development we can outline the following:

- ever increasing volumes of perishables trade;
- more demanding consumer requirements as far as finish goods quality and their manufacturing recourse are being concerned;
- cold chains regulation and procedures are becoming more strict;
- increasing competition on the main markets, that makes transport -ness of the production and distribution resources vital; possibility of continuous storage of goods with their further sales with minimum expense at the time of market peak season, gaining decent additional returns towards global seasonal fluctuations. Good example is that certain African countries have developed fresh goods and flowers production with clear focus on supplying those to EU countries;
- mutual responsibility of cold chain market players, that increases all processes transparency and recording;
- ecological challenges in achieving sustainability and food products loss minimization (only 1/3 of all food manufactured globally reaches its end consumer. Global annual loss has been estimated on the level of USD 1 bln, with 200 Mio tons of product being wasted [6]);
- global social problems related to fighting with starvation and poverty, and so forth.

Qualitative and quantitative parameters of cold chains functioning and development are determined by the main features of goods – those result in material flows.

Qualitative and quantitative parameters of cold chains functioning and development are determined by the main features of goods – those result in material flows (*table*). These are mostly foodstuff, temperature sensitive pharmaceuticals, chemicals and medical devices. Other than set of typical threats affecting any cargo during transportation perishables are especially *vulnerable and might be seriously damaged by unacceptable temperature changes*. This is the main reasons that puts *speed and reliability of cold chains functioning* at first place.

Matching speed criterion by choosing appropriate transportation mode within the cold chain. Actual delivery time has to be the higher the longer delivery distance and the shorter product life cycle. This made airfreight a designated mode for long distance deliveries. Albeit as a downside of the mode would be fair to mention that goods might spent up to 80 % of entire transportation time in regular environment conditions waiting for being onboarded. This increases risks of damage due to inadequate temperature mode [2].

Characteristic features of cold supply chains

Features of goods in the cold chains	Specific features of the cold chain
Sensitivity to temperature fluctuations	Increased requirements for speed and reliability; the need for a high level of efficiency in organizing logistics processes and participant integrity; the high level of process control; the need to use special technical resources and technologies implementation; the high cost of cold logistics; cold chain operations outsourcing with 3PL operators
Diversity of the products in the cold chains	Specialization and segmentation of cold logistics; variety of technical and technological support; large chilled Distribution Centers development

Source: developed by the authors.

In this context one of the main pillars is logistics infrastructure development: sufficiency of transportation ways and technical equipment of warehouses involved. For instance consistent enhancement of the road surface and intermodal connections along African coast made it possible to decrease foodstuff delivery time from 10 to 4 days for EU consumer markets [2].

One of the main conditions necessary to meet delivery time requirements is *efficiency in organizing logistics processes* that requires *tight actions coordination from all participants* involved in the cold chain. Having said that main objective is to eliminate possible delays and congestions for the perishable goods flows on all transportation stages – from cargo preparation, which often requires high extent of integration with the manufacturers who ensure supply reliability, meaning cargo is preliminary chilled to a required temperature level, packed and prepared for dispatch, and ending customs clearance of goods (followed by different type of exams: customs inspection, pharmaceutical, biological, sanitary and others controls) and first/last mile operations (cargo in/out storage and consequent hand over of goods to the ultimate consumer).

Threat of perishable goods losing their consumption properties during transportation process requires *special technical resources and technologies implementation*. Existing resources are divided into 3 main categories: active – refrigerators and freezers, reefer transport; passive – ranspo-containers, ranspo-bags, coolant elements, i.e. dry ice, gel packs, eutectic plates, liquid nitrogen; temperature control devices [1].

Storage premises have to be equipped with coolant equipment in combination with technical recourses that allow to ensure proper temperature, humidity and illumination levels involving wide variety of packaging option. Controlled ripening technologies (biotechnologies), transportation and storage can increase product life cycle and yields. For instance reefer containers can enhance chilled meat life cycle by 25 days, from 30–35 to 55–60 days, hence achieve marginal market potential for the product [2].

Reefer containers application makes even more sense for international trade operations. According to 2018 data reefer containers are accountable for Mio 2.9 TEU and 5 % of global ISO-containers fleet [3]. Main recognizable feature of all reefer containers is that all of them are painted in white, this allows to reduce heating effect caused by the environment and solar activity. For seafreight transportation purposes dedicated low TEU capacity vessels and specialized port terminals are being utilized on the routes.

As far as continuation and responsiveness of cold chain processes are being concerned temperature control and recording technologies, ELD and GPS equipped loggers are becoming of most importance.

Due to the complexity of the organization of processes and their technical and technological support, as well as the stringent requirements for product quality by regulators and consumers the *cold chain operations outsourcing with 3PL operators* is becoming more widely used. According to analytical overland market survey the following 5 LSPs (logistic service providers) have been mentioned – C.H. Robinson Worldwide, DB Schenker, Deutsche Post DHL Group, FedEx, Knight-Swift Transportation [7].

One of the key features of the cold chain is *diversity of the products* moved within the same flow. Classes of goods moved might have different cargo characteristics that require individual approach for their transportation and storage. There are 5 main temperature standards for cold chain moved goods [3]:

- Deeply frozen (– 25C through – 30C) most commonly used in the delivery of seafood (especially shrimp) and ice cream;
- Frozen (– 10C through – 20C) – frozen meat and pastry transportations;
- Chilled (+ 2C through + 4C) – fruits, vegetables, chilled fresh meat;
- Pharmaceuticals (+ 2C through + 8C) – majority of medications and vaccines;
- Banana (+ 12C through + 14C) – one of the most important commodities moved within cold chain, bananas are accountable for 20 % of entire seafreight reefer containers transportations [2]. Also this temperature mode fits majority tropical fruits and vegies transportations.

Widely diverse range of cold chain moved merchandise predetermines *variety of technical and technological support* – transportation equipment, cargo handling and product storage are set to fit particular product requirements. To be precise majority of storage facilities are divided in several zones with different temperature-moisture settings. Each zone is dedicated to store specific group of goods, it is equipped with different type of storage refrigerators, i.e. freezers for deeply frozen meat and poultry storage; chilled warehouses for dairy, cheese and sausage; chilled warehouses for fruits, vegies, flowers; dedicated sections for bananas and other fruits ripening; chilled sections for meat and sausage chilling; special shock freezing sections for meat, fish, dumplings, berries, mushrooms and so forth.

Also wide variety of products that is being ordered by large grocery chains determined *large chilled Distribution Centers (DCs) (cold storage distribution facilities) development* that act as an intermediary within cold chain. Chilled DCs hold vast majority of SKUs and supply to all main regional markets (for example Loblow Companies, Canada) [3]. This allows to achieve decent economy of scale effect.

Specific product features orientation within cold chain can be explained with ever growing *specialization and segmentation* of temperature-controlled moves in several market segments. To be more specific we determined clear focus of certain 3PL providers either with frozen products deliveries or exceptionally chilled products or even deeper dedication to a specific commodity group.

Special features of goods outline that one of the common characteristics of cold chain merchandise flows is their *high value*. Higher transportation and storage cost are caused by a number of factors:

- special equipment that very often has to be electricity powered, besides its high production cost has relatively long ROI cycle. For instance production cost of a reefer container is 6x higher than standard dry container (USD 30k for reefer vs USD 5k for dry 40 foot container). At the same time reefer container has 12 % less space and higher empty container equipment mass [3]. Freight rates for reefer transportations are higher with chilled cargo freight rates more affordable than frozen. Also all equipment being used within the cold chain has to be in good technical condition and operate properly, this requires regular equipment inspections and higher maintenance cost;
- additional electricity and fuel consumption caused by necessity to retain certain specific temperature mode and faster steaming for dedicated reefer vessels;
- more costly transportation modes using due to delivery time restrictions;
- extra labor caused by the numerous additional operations i.e. reefer equipment plug-in/plug-out; extended processes control, monitoring and recording; cargo preparation for transportation, preliminary chilling, processing and packaging, etc. Besides that labor cost itself with cold logistics is typically higher due to higher staff qualification requirements that ensures necessary compliance and effectiveness level;
- limited cargo consolidation abilities affected by cargo matching requirements and time sensitiveness that doesn't accept longer transportation unit loading time. Hence unit transportation cost is higher within the cold chain.

Based on every outlined cold chains features, we can make Ukrainian cold logistics market evaluate. First of all it has great growth potential relying on trade volumes developments and increase of the fresh products range that have been offered to an ultimate consumer. According to State statistics service of Ukraine during 2017–2020 period ones foresee higher relative density of temperature sensitive products within domestic and international trade portfolio product mixtures, namely fruits and veggies, raw and processed meat products, dairy, eggs, food grade oils and fats, confectionary,

fish and seafood products. Perishable food products stake has gone up from 5.2 % to 5.5 % for wholesalers and from 20.1 % to 24.5 % for retailers, money wise bln 98,1 UAH and bln 139,7 UAH accordingly (*figure 1*).

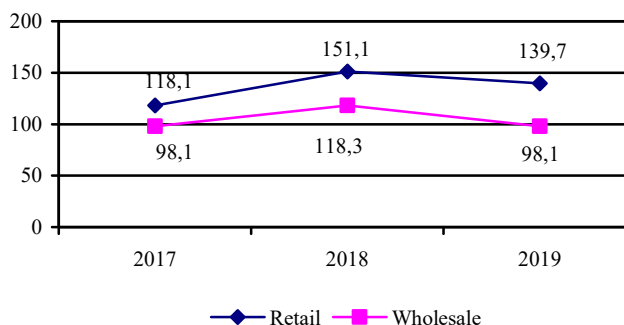


Figure 1. Dynamics of domestic trade in perishable food products in Ukraine in the period 2017–2019, bln UAH [8].

However perishable food products share in Ukrainian exports portfolio was 13.7 % in 2019 that is almost 2 % lower than in 2017. At the same time perishables density in imports mixture increased by 0.5 % and Mio 451.21 USD (*figure 2*). As a conclusion it is obvious that cold chain logistics is predominantly retail oriented that gives higher potential for LSPs development in this segment.

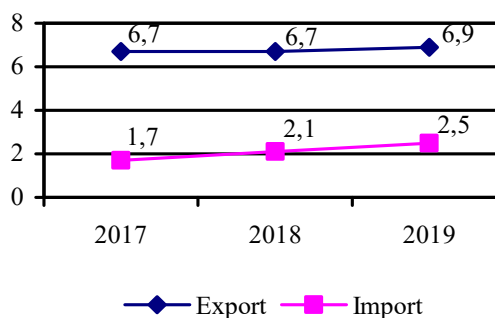


Figure 2. Dynamics of foreign trade in perishable food products in Ukraine in the period 2017–2019, bln USD [8].

We can outline that there is separate segment of LSPs that manages flows of highly sensitive to a temperature fluctuations products. One of the main market players is Ukrlogistica, that provides complex logistics services of storage and transportation of frozen and chilled products. Company operates as an asset own operator with temperature-controlled warehouses, 8 DCs and fleet of reefer trucks. Another good example within the segment is RLC company, that has multi-temperature class A and B+ storage facilities under its management.

Warehouse storage services for perishable products are also provided by Rhenus Logistics, company operates 9,000 sqm class A facility with + 4C through + 16C; Raben Ukraine with climate control zones for fresh-logistics needs, + 2C through + 6C; Business Group logistics and others. The number of logistics companies providing perishable goods transportation is more numerous: Kuehne+Nagel, Fiege Ukraine, FM Logistics Ukraine, Pan Logistics, AKRIS Logistics, Fresh logistics and other companies.

However 3PL operator involvement from the domestic services perspective remains rather an exception. According to Ekol Logistics general manager Mr. Andrii Golimbovskiy cold chain transportation services are typically being outsourced either by international companies or by systematic domestic companies, whereas market leaders from the segment prefer to build in house set up [9].

From the technical perspective domestic cold chains are being served with reefer trucks owned by retailers. International trade operations are accomplished with logistics companies' engagement involving different transportation modes with a higher level of technical recourses.

For instance export and import perishable goods deliveries are often done by seafreight transportation in reefer containers. In that sense main handling capacities are situated in Odessa port, PJSC "Odessa port refrigerator" with 13.5 thousand tons storage capacity for fruits'n' vegies and deeply frozen goods; container yards equipped with plug-in sources to accommodate 400 reefer container – HPC Ukraine and 330 reefer containers – Brooklyn-Kiev Port [10].

Good indicator of reefer operation volumes growth at Odessa port is increased reefer capacities with CMA CGM BSMAR direct service, calling Brooklyn-Kiev Port terminal. Service connects the Black Sea, Mediterraneans and the Sea of Marmara [11]. Despite significantly smaller volumes we can indicated certain cold chain coverage with domestic river ways infrastructure, in 2018 the Dnipro river port was equipped with reefer container plug-in sources and started to handle reefer containers.

Entire cold chain market infrastructure in Ukraine is facing shortage temperature-controlled warehouse capacities, especially those constructed for multi-temperature operations and some shortage with cooling equipment at the existing facilities. As a result rental fees temperature-controlled storage have been increasing. As an example rental fees for class A perishable storage in Kiev region are on the level of UAH 200–250 per sqm that is 70 % higher comparing to 2018 median value [13].

Domestic cold chain logistics operational expenses in Ukraine are several times higher comparing to developed countries. According to grocery chain Varus representative 1kg of perishable goods encounters UAH 1.6 of logistics spend.

Conclusion. From the main cold chain risks perspective, we identified that Ukrainian cold chain logistics is underdeveloped technically and doesn't meet speed, responsiveness and cost effectiveness criterion requirements.

Based on this, most relevant pillars of perishable product flows services development is domestic storage and handling infrastructure enhancement. This requires State program of investments involvement for new cold chain logistics objects construction; strategic optimization programs implemented by the main market players with clear objective of logistics cost reduction through energy saving technologies, economy of scale, processes automation and monitoring throughout entire perishable logistics chain.

REFERENCES

1. Krikavskij E. V., & Nakonechna, T. B. *Vid holodnoi' logistiki do lancjugiv holodnih postavok*. Lviv Politechnic National University Institutional Repository. *Ena.lp.edu.ua*. Retrieved from <http://ena.lp.edu.ua> [in English].
2. Dr. Rodrigue, J.-P. The logistics of global food systems. *www.transportgeography.org*. Retrieved from https://www.transportgeography.org/?page_id=12791 [in English].
3. Dr. Rodrigue, J.-P., & Dr. Notteboom, T. The cold chain and its logistics. *www.transportgeography.org*. Retrieved from https://www.transportgeography.org/?page_id=6585 [in English].
4. Vather, E. (2018). Best practices for managing cold chain logistics. P. 1. Retrieved from <https://www.samsara.com/blog/best-practices-for-managing-cold-chain-logistics-part-1> [in English].
5. Global refrigerated road transportation market 2017–2021: growth at 26.49% with carrier transcold, GAH refrigeration (2017). *Culina&Swift transportation dominating – research and markets*. January, 27, Retrieved from <https://www.businesswire.com/news/home/20170121005373/en/Global-Refrigerated-Road-Transportation-Market-2017-2021-Growth> [in English].
6. Refrigerated transportation and the cold chain: making innovation and globalization possible. *www.winnepota.com*. Retrieved from <https://www.winnepota.com/coldchain> [in English].
7. Global refrigerated road transportation market 2018–2022. *www.researchandmarkets.com*. Retrieved from <https://www.researchandmarkets.com/reports/47> [in English].
8. State Statistics Service of Ukraine. *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in English].
9. Logistika tovarov trebujuschih ocobih uslovi' hranenija. *Trademaster.ua*. Retrieved from <https://trademaster.ua/articles/312494> [in English].
10. Perevalka gruzov. *www.port.odessa.ua*. Retrieved from <http://www.port.odessa.ua>.
11. Mezhdju Odessoj I portami Sredizemnogo morja nachali kursirovat' spezializirovannie kontejnerovozy, sposobnije perevozit' skoroportjaschijecja gruzy (2019). Retrieved from <http://dumskaya.net> [in English].
12. Porty Ukraine. *Bsg.ukragroconsult.com*. Retrieved from <http://bsg.ukragroconsult.com> [in English].
13. Analiz rynku holodil'nih skladiv v Kievi ta Kii'vskij oblasti: jakisni' holod zavzhdy v cini (2019). Retrieved from <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-holodilnyh-skladov-v-kieve-i-kievskoj-oblasti-kachestvennyj-holod-vsegda-v-cene> [in English].

The article submitted to editor's office on 18. 03.2020.

Харсун Л., Патковський С. Холодові ланцюги постачання продовольства: детермінанти управління і розвитку.

Постановка проблеми. Загострення конкуренції на світових ринках товарів і послуг, необхідність вирішення торговельних і соціальних проблем зумовлюють посилення вимог до функціонування ланцюгів постачання продукції, особливо швидкопсувних продовольчих товарів, які характеризуються обмеженим терміном придатності і чутливістю до температурних режимів у процесі їх зберігання і транспортування. Врахування особливостей холододових ланцюгів постачання (ХЛП) продовольства є передумовою ефективного застосування економічних, технічних та технологічних засобів управління ними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що попри наявність окремих наукових доробок малодослідженими залишаються питання інтегрованого управління ХЛП, організації їх ефективного логістичного забезпечення.

Мета статті – проаналізувати, визначити і систематизувати характерні риси логістичного забезпечення ХЛП, оцінити сучасний стан логістичного обслуговування холододових ланцюгів постачання в Україні та визначити перспективні напрями його розвитку.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використано методи порівняльного аналізу, синтезу, систематизації, узагальнення.

Результати дослідження. Якісні й кількісні параметри функціонування та закономірності розвитку ХЛП безпосередньо визначаються притаманними їм особливостями, які, в свою чергу, продиктовані характерними рисами самих товарів – об'єктів їх матеріальних потоків: чутливістю до температурних коливань та неоднорідністю об'єктної складової. Особливостями ХЛП є підвищені вимоги до швидкості та надійності, потреба у високому рівні ефективності логістичних процесів та інтегрованості учасників, високий рівень контролю процесів, необхідність використання спеціальних технічних засобів і технологій, висока вартість холодової логістики, передання на аутсорсинг логістичних функцій 3PL операторам, спеціалізація та сегментація ринку холодової логістики, диференціація техніко-технологічного забезпечення, укрупнення й універсальзація холододових складів.

Виявлені ознаки ХЛП є орієнтиром аналізу ринку послуг холодової логістики України, який має потенціал для розвитку, зважаючи на позитивну динаміку обсягів торгівлі та розширення асортименту пропонованих кінцевим споживачам свіжих продовольчих товарів.

Висновки. Обслуговування ХЛП в Україні характеризується недосконалістю його техніко-технологічної складової, невідповідністю затребуваним параметрам швидкості, оперативності й економічності просування швидкопсувних товарів. З огляду на це, найбільш нагальними напрямами розвитку вітчизняної системи логістичного обслуговування матеріальних потоків, чутливих до температури продовольчих товарів, є: розбудова інфраструктури зберігання і перевалки швидкопсувних вантажів, що передбачає ініціювання державних програм із сприяння залученню інвестицій та фінансової підтримки будівництва об'єктів холодової логістики; впровадження учасниками ринку стратегічних програм з оптимізації ХЛП, спрямованих на зниження логістичних витрат, зокрема завдяки використанню енергоефективних технологій, економії на масштабі, автоматизації та моніторингу процесів по всьому ланцюгу постачання швидкопсувних товарів.

Ключові слова: холодова логістика, холодовий ланцюг постачання, швидкопсувні товари, температурний режим, логістичне забезпечення.

МОСКВІН Борис,

к. е. н., президент

ГО "Рада із захисту підприємств від корпоративних захоплень"

вул. Михайлівська, 24а, кв. 12, м. Київ, 01001, Україна

E-mail: borysinform@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3504-6677>

БАНКРУТСТВО ЯК МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Визначено основні підходи до трактування поняття "банкрутство підприємства". Проаналізовано статистичні дані щодо кількості банкрутств підприємств в Україні та інших країнах світу. Досліджено світову практику використання процедури банкрутства як механізму антикризового управління. Наведено стислу характеристику послідовності антикризових заходів, спрямованих на подолання системної кризи на підприємстві та запобігання його ліквідації через неспроможність відновити свою платоспроможність.

Ключові слова: банкрутство, антикризове управління, системна криза, антикризові заходи, неплатоспроможність підприємства, санація підприємства, ліквідація підприємства.

Москвин Б. Банкротство как механизм антикризисного управления предприятием. Определены основные подходы к трактовке понятия "банкротство предприятия". Проанализированы статистические данные по количеству банкротств предприятий в Украине и других странах мира. Исследована мировая практика использования процедуры банкротства как механизма антикризисного управления. Предоставлена краткая характеристика последовательности антикризисных мер, направленных на преодоление системного кризиса на предприятии и предотвращение его ликвидации из-за неспособности восстановить свою платежеспособность.

Ключевые слова: банкротство, антикризисное управление, системный кризис, антикризисные меры, неплатежеспособность предприятия, санация предприятия, ликвидация предприятия.

Постановка проблеми. Попередження кризи на підприємстві є одним з головних завдань антикризового управління. Проте в сучасних умовах нестабільності ринкового середовища та ймовірності настання нового етапу світової фінансової кризи, існує висока вірогідність, що далеко не всі підприємства зможуть протистояти кризовим явищам та подолати їх наслідки. Зважаючи на те, що боротися з системною кризою у багатьох підприємств немає можливостей та ресурсів, банкрутство стає одним з можливих виходів з цієї ситуації. Однак процедура банкрутства повинна застосовуватись лише тоді, коли криза

глибоко проникла в усі підсистеми підприємства, унеможлививши його роботу через неплатоспроможність, з метою подолання кризових явищ на підприємстві та коли всі інші методи подолання кризових явищ уже вичерпані.

Спираючись на наведені твердження, з урахуванням прийнятого 18.10.2018 Кодексу України з процедур банкрутства [1], дослідження поняття "банкрутство" саме як механізму антикризового управління підприємством є нагальним і необхідним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання банкрутства підприємства досліджувались вітчизняними та зарубіжними науковцями, серед яких: І. Бланк [2], Ю. Великий, І. Косарева [3], В. Власюк [4], О. Волот [5], Т. Воронкова [6], Р. Ефрат [7], Т. Зивікі [8], Н. Левратто [9], С. Лін [10], Г. Сукрушева [11], О. Терещенко [12], З. Шершньова [13] та ін. Найчастіше банкрутство розглядається як явище, спричинене кризою, яку не вдалось вчасно подолати. Т. Воронкова трактує банкрутство як міру економічної та юридичної відповідальності господарюючого суб'єкта, що виражена в припиненні його господарсько-фінансової діяльності за рішенням суду, у зв'язку з нездатністю задовольнити визнані правомірними вимоги кредиторів і виконати зобов'язання перед бюджетом через перевищення заборгованості над вартістю його майна [6]. І. Бланк визначає банкрутство як реалізацію катастрофічних ризиків підприємства в процесі його фінансової діяльності, внаслідок якої воно не здатне задовольнити у встановлені терміни пред'явлені з боку кредиторів вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом [2]. О. Терещенко під поняттям "банкрутство" розуміє пов'язану з недостатністю активів у ліквідній формі неспроможність юридичної особи задовольнити в установленій для цього строк заявлені до неї з боку кредиторів вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом [12].

Більшість авторів (Ю. Великий, І. Косарева [3], В. Власюк [4], О. Волот [5], Н. Левратто [9], Г. Сукрушева [11]) сходяться на думці, що банкрутство необхідно не допустити у будь-якому разі і потрібно шукати нові та більш ефективні методи управління підприємством, спрямовані на недопущення цього явища. Серед зарубіжних науковців банкрутство більш глибоко розглядається з юридичної точки зору, з огляду на вдосконалення законів, регулюючих процес банкрутства підприємств (Р. Ефрат [7], Т. Зивікі [8], С. Лін [10]).

Однак банкрутство також слід досліджувати як метод антикризового управління, проте із застереженням про те, що цей метод необхідно використовувати лише у крайньому випадку, коли криза на підприємстві повністю вийшла з-під контролю. Наукові дослідження з питань процедури банкрутства проводилися переважно з точки зору розкриття сутності цього поняття як негативного для підприємства явища. Тому доцільно дослідити поняття "банкрутство" як останню можливість для власників та менеджменту підприємства раз і назавжди подолати кризу на підприємстві та вирішити проблему боргів підприємства перед кредиторами.

Метою роботи є дослідження процедури банкрутства як механізму антикризового управління підприємством.

Матеріали та методи. Для виконання поставлених завдань і досягнення мети дослідження застосовано методи узагальнення, порівняльного аналізу, аналізу та синтезу, що дало змогу проаналізувати поняття "банкрутство" та дослідити ефективність його використання саме як механізму антикризового управління підприємством. Інформаційною базою дослідження слугували праці вітчизняних та зарубіжних вчених, Кодекс України з процедур банкрутства, статистичні матеріали, інтернет-джерела.

Результати дослідження. З огляду на нещодавні зміни в законодавстві з питань банкрутства підприємств, доречно розпочати з визначення цього поняття. *Банкрутство* – визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність за допомогою процедури санації та реструктуризації і погасити встановлені у порядку, визначеному Кодексом України з процедур банкрутства, грошові вимоги кредиторів інакше, ніж через застосування ліквідаційної процедури [1].

Як видно з наведеного у Кодексі визначення цього поняття, банкрутство є останнім заходом, який застосовує господарський суд у випадку, коли неможливо відновити платоспроможність підприємства і розрахуватися за боргами перед кредиторами. Доцільно дослідити, що може спричинити такі крайні заходи для підприємства.

На думку З. Шершньової, банкрутство підприємства спричиняється настанням глибокої системної кризи, яка виникає під впливом поєднання зовнішніх та внутрішніх кризоутворювальних чинників, унаслідок чого підприємство не має можливості продовжувати свою господарську діяльність через неплатоспроможність [13, с. 614]. Погоджуючись з таким твердженням, можна зробити висновок, що найбільш вразливі для банкрутства ті підприємства, керівництво яких не впроваджувало превентивні заходи, спрямовані на запобігання настанню кризи на підприємстві.

Також існує проблема замовчування керівниками підприємств перед власниками факту наявності на підприємстві проблем фінансового характеру, навіть попри те, що у разі виникнення ознак банкрутства керівник боржника зобов'язаний надіслати засновникам відомості щодо наявності ознак банкрутства. А власники підприємства, в свою чергу, зобов'язані своєчасно вживати заходи для запобігання банкрутству. Такі дії керівників підприємства не тільки шкодять ефективному функціонуванню бізнесу, а й унеможливають надання своєчасної фінансової допомоги від власників підприємств з метою збереження їх платоспроможності та уникнення настання системної кризи на підприємстві.

Некомпетентність керівництва підприємства може стати причиною доведення його до стану банкрута. Хоча у деяких випадках власники та керівництво підприємства навмисно намагаються через суд

визнати себе банкрутом, не бажаючи платити по своїх зобов'язаннях. Тобто відбувається цілеспрямоване поступове доведення підприємства до кризового стану з корисних мотивів. Такими мотивами можуть бути наміри неповернення кредитів, взятих у банках під заставу певних активів підприємства або отримання оплати по контракту за певне замовлення без наміру його виконувати. Такі дії є незаконними та повинні каратися відповідно до чинного законодавства.

Згідно з Глобальним звітом про банкрутство, представленим компанією *Dun&Brad street World wide Network* [14], у таблиці наведено статистику збанкрутілих підприємств в Україні за 2016–2019 рр.

Таблиця

Підприємства-банкрути в Україні за 2016–2019 рр. (помісячний розподіл)

Місяць	Кількість			
	2016	2017	2018	2019
Січень	161	141	63	58
Лютий	169	245	57	40
Березень	144	141	79	59
Квітень	138	107	69	71
Травень	110	90	85	87
Червень	133	101	79	60
Липень	110	131	75	69
Серпень	100	71	61	37
Вересень	113	72	60	70
Жовтень	107	79	79	103
Листопад	131	65	85	22
Грудень	148	92	57	42
<i>Загальна кількість</i>	<i>1524</i>	<i>1312</i>	<i>833</i>	<i>703</i>

Джерело: складено автором за даними [14].

Як видно з таблиці, найбільше підприємств в Україні збанкрутували у 2016 р., найменше – у 2019 р., тобто прослідковується тенденція до зниження цього показника, що свідчить про поступове покращання економічного становища України та про зосередження керівництва підприємств на антикризовому управлінні з метою збереження їх платоспроможності. Найбільше підприємств збанкрутували у лютому 2017 р., найменше – у листопаді 2019 р.

Доречно порівняти показники банкрутств підприємств (компаній, фірм) по різних країнах світу. Кількість банкрутств компаній у Німеччині з 1975 по 2019 рр. в середньому становила 169.95 компаній, досягнувши рекордно високого рівня (3 755) у березні 2004 р. і рекордно низького (416) – у листопаді 1979 р. Банкрутство компаній у Росії збільшилося до 3 088 у II кв. 2019 р. з 2 937 у I кв. 2019 р. Середня кількість банкрутств у Росії – 2 705.12 компаній за 2007–2019 рр., досягнувши рекордно високого показника у IV кв. 2017 р. – 366 компаній та рекордно низького показника у III кв. 2007 р. – 1 103 компанії.

Кількість банкрутств компаній у Франції в середньому становила 461.81 за 1990–2019 рр., з рекордно високим рівнем – 811 компаній у січні 1993 р. та рекордно низьким – 183 компанії у березні 2001 р. [15].

У США банкрутство – це юридична процедура вирішення проблем боргу фізичних осіб та підприємств; зокрема, справа, подана відповідно до однієї з глав заголовку 11 Кодексу США про банкрутство. Кількість збанкрутілих компаній у США збільшилася до 22 483 у II кв. 2019 р. з 22 157 компаній у I кв. 2019 р. До процедури банкрутства в США в середньому притягувались 44 594.03 компаній з 1 980 до 2019 рр., досягнувши рекордно високого рівня (82 446) у IV кв. 1987 р. і рекордно низького (19 695) – у IV кв. 2006 р. [15].

З метою дослідження світової практики використання процедури банкрутства як механізму антикризового управління можна навести приклад компаній, якими у різні роки володів 45-й президент США Дональд Трамп. До таких крайніх заходів він звертався декілька разів у 1991, 1992, 2004 та 2009 роках з приводу своїх керуючих компаній, готелів та казино. І у всіх цих випадках команда юристів змогла реорганізувати та списати борги його компаній, які налічували сотні мільйонів дол. США. До такого антикризового механізму Трамп вдався навіть тоді, коли у 2009 р. борг у одному з його бізнесів був досить незначним для його масштабу діяльності – 53.1 млн дол. США. Й це попри той факт, що рада директорів компанії одногolosно заявила, що збитки можна ліквідувати, якщо змінити бізнес-тактику і почекати 3–4 роки [16]. Ці факти можуть слугувати прикладом ефективності застосування процедури банкрутства підприємства у зарубіжній практиці менеджменту, адже Д. Трамп і донині вважається дуже заможною й успішною людиною, а його бізнес продовжує функціонувати, хоча він зараз і не може ним керувати через політичну діяльність.

Існує й інша точка зору на банкрутство. Так, Дж. Рокфеллер і Г. Форд вважали банкрутство крайнім заходом. Ця процедура, на їхній погляд, демонструвала неповагу до народу і визнання у власній недалекості. Обидва цих бізнесмена дбали передусім не про себе, а про американський народ і національну економіку [16].

До банкрутства можна ставитися по-різному. З однієї точки зору, цей процес є крайнім заходом, коли всі інші антикризові заходи не допомогли і керівництво та власники підприємства більше нічого не можуть заподіяти, тобто криза повністю паралізувала роботу підприємства, а коштів або майна на реструктуризацію боргу не вистачає, або кредитори добровільно не погоджуються на санацію боржника до відкриття провадження у справі про банкрутство. З іншої точки зору, до банкрутства вдаються підприємці, які не бажають добровільно платити по своїх зобов'язаннях і хочуть, щоб процедуру реорганізації та санації боргу назначив суд.

З позиції інтересів економіки України, ліквідація неплатоспроможних підприємств як остання стадія процедури банкрутства має як позитивний, так і негативний ефект для економіки. З одного боку, в умовах щільної конкуренції на ринку залишаться найбільш стійкі та

платоспроможні підприємства, а такі підприємства, які нехтують впровадженням антикризових заходів та не можуть платити по своїх боргах, зникнуть. Але, з іншого боку, не можна забувати про те, що під час ліквідації підприємства не завжди вдається задовольнити усі вимоги кредиторів, персонал залишається без роботи, безробіття зростає, а інвестиційна привабливість України знижується, якщо кількість справ про банкрутство, що закінчуються ліквідацією підприємства, зростатиме.

Для того щоб керівництву та власникам підприємства прийняти рішення про використання механізму банкрутства саме як антикризового заходу, передусім необхідно впевнитись, що були застосовні всі інші заходи, спрямовані на недопущення такого процесу. На *рисунку* наведено послідовний план антикризових заходів, спрямованих на подолання системної кризи на підприємстві та запобігання його ліквідації через неспроможність відновити свою платоспроможність.



План антикризових заходів за наявності ознак системної кризи

Джерело: побудовано автором на основі [1; 13].

На першому етапі необхідно проаналізувати усі підсистеми підприємства та виявити наявність або потенційну загрозу кризових явищ. Якщо вже вдалося ідентифікувати кризу, треба дослідити сферу поширення та умови її виникнення, тобто визначити наявність внутрішніх проблем на підприємстві або, якщо причиною настання кризи були зовнішні фактори, зрозуміти можливі наслідки поширення кризи.

На наступному етапі впроваджуються оперативні заходи, спрямовані на зміну внутрішніх параметрів підприємства, функціонування його підсистем та на відносини із зовнішнім середовищем: постачальниками, клієнтами та кредиторами. Такі заходи можна поділити на 2 групи: ті, що призначені для балансування підприємств із зовнішнім оточенням, і ті, що спрямовані на зміну параметрів внутрішнього середовища, в т. ч. систему цілей, завдань та стратегії розвитку підприємства, та на збереження відносин підприємства, що склалися до настання кризи [13]. Якщо кризу вдасться локалізувати та попередити її поширення на інші підсистеми підприємства, особливо фінансову, проблем з подальшою неплатоспроможністю можна буде уникнути.

Якщо все ж таки не вдалося локалізувати кризу, і вона вже має ознаки системної, тобто поширилась на інші підсистеми підприємства, й існує загроза неможливості розрахуватись з кредиторами та іншими зацікавленими у фінансовій стійкості підприємства особами, терміново необхідно впроваджувати стратегічні антикризові заходи, при цьому керівництво повинно доповісти власникам підприємства про ситуацію на підприємстві. Розробляється терміновий план по недопущенню неплатоспроможності, який включає постійний аналіз ситуації та контроль за виконанням антикризових заходів.

З метою недопущення визнання підприємства банкрутом та відкриття ліквідаційної процедури власники та керівництво підприємства повинні впроваджувати антикризові заходи, спрямовані на подолання системної кризи на підприємстві, погашення його заборгованості перед кредиторами та відновлення його платоспроможності. Підприємство може продовжити розвиватися на існуючій основі, а прийняття рішення про реструктуризацію боргу дасть змогу погасити заборгованість перед кредиторами у повному обсягу і відновити платоспроможність підприємства.

Ще одним інструментом для недопущення визнання підприємства банкрутом є процедура санації боржника до відкриття провадження у справі про банкрутство, що є системою заходів щодо відновлення платоспроможності підприємства, які може здійснювати його засновник, власник майна боржника, інші особи з метою запобігання банкрутству боржника шляхом вжиття організаційно-господарських, управлінських, інвестиційних, технічних, фінансово-економічних, правових

заходів відповідно до законодавства до відкриття провадження у справі про банкрутство [1]. Санація боржника здійснюється відповідно до встановленого згідно з Кодексом України з процедур банкрутства [1]. У плані визначаються розміри, порядок і строки погашення вимог кредиторів, заходи щодо виконання плану санації та нагляду за його виконанням та обсяг повноважень керуючого санацією, якщо його було призначено [1].

До плану санації додається ліквідаційний аналіз, який свідчить про вигідність для кредиторів виконання плану санації порівняно з ліквідацією боржника та може додаватися фінансовий аналіз.

Якщо всі зазначені антикризові заходи не допомогли, підприємство-боржник або його кредитори подають заяву до господарського суду про відкриття впровадження у справі про банкрутство і вводиться процедура розпорядження майном підприємства-боржника, а також визначається або процедура санації, або господарський суд ухвалює постанову про визнання підприємства банкрутом і його ліквідації [1].

Проте слід уникати одноосібних висновків. За наявності такого представленого у статті дієвого антикризового механізму і за умови бажання власників підприємства відновити його платоспроможність, більшість підприємств зможе продовжити свою роботу, подолавши кризу та погасивши борги перед кредиторами або іншими зацікавленими особами.

Висновки. За результатами аналізу статистики банкрутств підприємств в Україні можна стверджувати, що, хоча кількість збанкрутілих підприємств у 2019 р. зменшилася порівняно з попередніми трьома роками, неплатоспроможність залишається для власників та менеджменту підприємств нагальною проблемою.

Дослідивши світову практику використання процедури банкрутства з метою реорганізації боргу та списання його частини за рішенням суду, і враховуючи той факт, що процедура визнання підприємства банкрутом застосовується як у зарубіжній, так і вітчизняній практиці антикризового управління, можна стверджувати, що банкрутство – це механізм антикризового управління, яким не слід нехтувати у крайньому випадку, коли всі інші антикризові заходи не допомогли, але й не варто зловживати, порушуючи при цьому права зацікавлених у платоспроможності підприємства осіб та чинне законодавство.

Процедура банкрутства може слугувати ефективним механізмом антикризового управління за умови, якщо заходи по недопущенню системної кризи на підприємстві та відновлення його платоспроможності не дали бажаного результату, і підприємство не може далі ефективно функціонувати та платити по своїх боргах.

Подальшим напрямком дослідження буде визначення антикризових заходів, спрямованих на попередження системної кризи підприємства та прогнозування можливості банкрутства підприємства, що може призвести до його ліквідації через неспроможність відновити свою платоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кодекс України з процедур банкрутства. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2019. № 19. Ст.74.
2. Бланк І. А. Фінансовий менеджмент: учбовий курс. Київ: Ніка-Центр Ельга, 2007. 451 с.
3. Великий Ю. М., Косарева І. П., Політун Д. О. Теоретичні основи оцінки ймовірності банкрутства підприємства. *Бізнес-навігатор, Економіка і управління підприємством*. 2018. Вип. 3-1 (46). С. 92-96.
4. Власюк В., Гордієнко К., Пшенична А. Оцінка ймовірності банкрутства вітчизняних підприємств (на прикладі ПАТ "Комбінат "Тепличний"). *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 68-72.
5. Волот О. І., Бабич І. М., Ткаченко О. О. Банкрутство підприємства: сутність, ймовірність та методи визначення. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 4 (4). С. 61-67.
6. Воронкова Т. Є. Банкрутство підприємства та шляхи його подолання. *Інтернаука*. 2017. № 2 (24). С. 39-43.
7. Efrat R. The Evolution of Bankruptcy Stigma. *Theoretical Inquiries in Law*. URL:https://www.researchgate.net/publication/250148303_The_Evolution_of_Bankruptcy_Stigma
8. Zywicki T. Bankruptcy. *Economics of legal issues, government policy*. URL: <https://www.econlib.org/library/Enc/Bankruptcy.html>
9. Levratto N. From failure to corporate bankruptcy: a review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/2192-5372-2-20>
10. Lin S. The Empirical Studies of China's Enterprise Bankruptcy Law: Problems and Improvements. National Social Science Fund Project. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/iir.1297>.
11. Сукрушева Г. О., Папуцин В. М. Причини та наслідки банкрутств вітчизняних підприємств у сучасних умовах. *Вісник МДУ. Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 682-686.
12. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. Київ: КНЕУ, 2004. 412 с.
13. Шершньова З. Є., Багацький В. М., Гетьманцева Н. Д., Пенкіна Т. Є. Антикризове управління підприємством; за заг. ред. З. Є. Шершньової. Київ: КНЕУ, 2007. 680 с.
14. Global bankruptcy report Dun & Bradstreet World wide Network. URL: <https://www.bisnode.dk/globalassets/danmark/dokumenter/global-bankruptcy-report-2019.pdf>.

15. Trading Economics. Bankruptcy of the companies. URL: <https://tradingeconomics.com>.
16. Димарський В. Бізнес по-трамповськи. Російський базар. Америка. 2016. №33 (1008). URL: <http://russian-bazaar.com/ru/content/192459.htm>.

Стаття надійшла до редакції 28.01.2020.

Moskvin B. Bankruptcy as an enterprise anti-crisis management mechanism.

Background. *In the current conditions of market instability and the likelihood of a new stage of the global financial crisis, there is a high probability that not all businesses will be able to withstand the crisis events and overcome their effects. Taking account of the fact that many businesses have lack of the resources to deal with the systemic crisis, bankruptcy is one of the possible ways out of this situation.*

The **aim** of the article is to investigate the concept of bankruptcy as a mechanism for anti-crisis management of an enterprise.

Materials and methods. *The methods of generalization, comparative analysis, analysis and synthesis, which made it possible to analyze the concept of bankruptcy and to investigate its effectiveness as a mechanism for crisis management of the enterprise, have been used in the article. The works of domestic and foreign scientists, the Bankruptcy Code of Ukraine, statistical materials and online sources are the information base of the research.*

Results. *The main approaches to the interpretation of the concept of "bankruptcy of an enterprise" have been determined. The statistical data on the number of bankruptcies of enterprises in Ukraine and other countries of the world have been analyzed. The study of world practice using the bankruptcy procedure as anti-crisis management mechanism has been carried out. The brief description of the sequence of anti-crisis measures aimed at overcoming the systemic crisis in the enterprise and preventing its liquidation due to the inability to restore its solvency has been given.*

Conclusion. *Having studied the world practice of using bankruptcy procedures to reorganize debt and taking into account the fact that bankruptcy is also applied in the Ukrainian practice of anti-crisis management, it can be argued that bankruptcy is a mechanism for anti-crisis management, which should not be neglected in the extreme case, when all other anti-crisis measures have not helped, but should not be abused, violating the rights of interested parties in solvency of the enterprise and the current legislation of Ukraine.*

Keywords: bankruptcy, anti-crisis management, systemic crisis, anti-crisis measures, insolvency of the enterprise, rehabilitation of the enterprise, liquidation of the enterprise.

REFERENCES

1. Kodeks Ukrainy' z procedur bankrutstva (2019). [Bankruptcy Code of Ukraine]. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady' (VVR) – Bulletin of the Verkhovna Rada (BVR).*19. St. 74 [in Ukrainian].
2. Blank, I. A. (2007). *Fy'nansovy'jmenedzhment: uchbovy'jkurs* [Financial Management]. Kyiv: Nika-Centr El'ga [in English].
3. Vely'ky'j, Yu. M., Kosaryeva, I. P., & Politun, D. O. (2018). *Teorety'chni osnovy' ocinky' jmovirnosti bankrutstva pidpr'yemstva* [Theoretical Bases of Estimation of Credible Bankruptcy of the Enterprise]. *Biznes-navigator. Ekonomika i upravlinnya pidpr'yemstvom – Business Navigator. Economics and enterprise management.* Issue 3-1 (46), 92-96 [in Ukrainian].
4. Vlasyuk, V., Gordiyenko, K., & Psheny'chna, A. (2017). *Ocinka jmovirnosti bankrutstva vitchy'znyany'x pidpr'yemstv (na pry'kladi PAT "Kombinat "Teply'chny'j")*

- [Estimation of Credible Bankruptcy of Domestic Enterprises (on the example of private joint stock company "Teplychnyi"]. *Ekonomika i suspil'stvo – Economy and society*, 12, 68-72 [in Ukrainian].
5. Volot, O. I., Baby'ch, I. M., & Tkachenko, O. O. (2015). Bankrutstvo pidpry'emstva: sutnist', jmovirnist' ta metody' vy'znachennya [Bankruptcy of an Enterprise: Essence, Probability and Methods of Determination]. *Naukovy' jvisny'k Polissya – Scientific bulletin of Polissya*, 4 (4), 61-67 [in Ukrainian].
 6. Voronkova, T. Ye. (2017). Bankrutstvo pidpry'emstva ta shlyaxy' jogo podolannya [Bankruptcy of the Enterprise and the Ways to Overcome It]. *Internauka – Internauka*, 2 (24). (Vol. 2), 39-43 [in Ukrainian].
 7. Efrat, R. The Evolution of Bankruptcy Stigma. Theoretical Inquiries in Law. *www.researchgate.net*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/250148303_The_Evolution_of_Bankruptcy_Stigma [in English].
 8. Zywicki, T. Bankruptcy. Economics of legal issues, government policy. *www.econlib.org*. Retrieved from <https://www.econlib.org/library/Enc/Bankruptcy.html> [in English].
 9. Levratto, N. From failure to corporate bankruptcy: a review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. *link.springer.com*. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1186/2192-5372-2-20> [in English].
 10. Lin, S. The Empirical Studies of China's Enterprise Bankruptcy Law: Problems and Improvements. National Social Science Fund Project. *onlinelibrary.wiley.com*. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/iir.1297> [in English].
 11. Sukrushevaa, G. O., & Papucy'n, V. M. (2017). Pry'chy'ny' ta naslidky' bankrutstv vitchy'znyany'x pidpry'emstv u suchasny'x umovax [The Causes and Consequences of Bankruptcies of Domestic Enterprises in Modern Conditions]. *Visny'k MDU. Ekonomika I suspil'stvo – MDU Bulletin. Economy and society*, 9, 682-686 [in Ukrainian].
 12. Tereshhenko, O. O. (2004). Finansova sanaciya ta bankrutstvo pidpry'emstv [Financial Rehabilitation and Bankruptcy of Enterprises]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
 13. Shershyn'ova, Z. Ye., Bagacz'ky'j, V. M., Get'manceva, N. D., & Pyenkina, T. Ye. (2007). Anty'kry'zove upravlinnya pidpry'emstvom [Enterprise Anti-crisis Management]; za zag. red. Z.Ye. Shershyn'ovoyi. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
 14. Global bankruptcy report Dun & Bradstreet World wide Network. *www.bisnode.dk*. Retrieved from <https://www.bisnode.dk/globalassets/danmark/dokumenter/global-bankruptcy-report-2019.pdf> [in English].
 15. Trading Economics. Bankruptcy of the companies. *tradingeconomics.com*. Retrieved from <https://tradingeconomics.com> [in English].
 16. Dy'mars'ky'j, V. (2016). Biznespo-trampovs'ky' [Business in Trump]. *Rosijs'ky'j bazar. Amerika – Russian Bazaar. America*, 33 (1008). Retrieved from <http://russian-bazaar.com/ru/content/192459.htm> [in Ukrainian].

HRYNYUK Nataliya,
PhD (Economics), Associate Professor,
Kyiv National University of Trade and Economics
19, Kyoto str., Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: n.hrynyuk@knute.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4265-1421>

COOPERATIVE CONSUMER NETWORK OF EUROPE

The tendencies of organizational development of the world cooperative movement have been investigated. The institutional preconditions of international cooperative cooperation are determined. The results of the activity of the European Community of Consumer Cooperatives are analyzed. The basic directions of activity of association of consumer cooperatives of Europe are proved.

Keywords: cooperation, consumer cooperation, European consumer cooperative network, EuroCoop.

Гринюк Н. Кооперативная потребительская сеть Европы. Исследованы тенденции организационного развития мирового кооперативного движения. Определены институциональные предпосылки международного кооперативного сотрудничества. Проанализированы результаты деятельности европейского сообщества потребительских кооперативов. Обоснованы основные направления деятельности объединения потребительских кооперативов Европы.

Ключевые слова: кооперация, потребительская кооперация, европейская кооперативная потребительская сеть, EuroCoop.

Background. During the last century, the world cooperative movement has undergone active development, which has been marked by the growth of the number of cooperatives and their members, the consolidation of cooperative organizations and the concentration of cooperative capital, an increase in the scale of economic activity of cooperatives, an increase in the influence of cooperative ideology, active cooperation of cooperatives on the national and international levels with the formation of an international cooperative network [1; 2]. Cooperative activities are an integral part of the modern economy of most countries: there are more than 1 million cooperative organizations in the world with more than 130 species that bring together more than 1 billion people [3].

The particular importance of the cooperative sector of the economy confirmed by the experience of developing the form mentioned above of management in EU countries: almost half of the total number of cooperatives in the world are European cooperatives, whose members are about 150 million people from 46 European countries [4]. The results of the study

of trends in the development of the cooperative sector of the economy in Europe allowed us to formulate such characteristic features of this process: significant, continually increasing volumes of activity of cooperative enterprises and organizations; high level of competitiveness of cooperative enterprises on the national and world markets; active state support and encouragement of cooperative activity; diversification and industrialization of traditional types of cooperatives; the growth of the capacity of the tertiary sector cooperatives; high level of integration of cooperatives in different fields of activity; growth of the innovative nature of cooperative management; active support and mutual assistance of cooperative organizations of different countries among themselves; deepening of the international integration of cooperatives [5].

Cooperation of cooperative organizations today takes place on a global and continental scale. Cooperation penetrates all new spheres of human life, in particular in education, health care, sports, tourism.

The primary trend in the development of the modern cooperative movement is the intensification of international cooperation at the regional and world levels.

In the context of globalization of the economy and the information revolution, the economic expediency of activating the cooperation of cooperative organizations reflected in a more effective mechanism of resource support activities, production modernization, the introduction of new technologies, the exchange of experience and training of personnel. International cooperation within the framework of a single network is carried out now both based on special partnership agreements and through international cooperative organizations.

Analysis of recent researches and publications. The research of the activities of the modern international cooperative movement is devoted to the scientific works of many domestic and foreign scholars [6–9].

Vysin V., Vysina T., Kravchuk P. focus on the study of the current organizational structure and priority areas of activity of the International Cooperative Alliance (ICA) as the world centre of the cooperative movement [9]. Manzhura O., emphasizing the need to adapt the experience of the European cooperative movement to Ukrainian conditions, defines the creation of a national cooperative alliance as the main strategic direction for integrating the cooperative model of the national economy into the activities of the cooperative sector of Europe [8].

Western researchers of the cooperative movement Borzaga C., Michie J., Blasi R. have emphasized the importance of effective international collaboration to enhance the competitiveness of cooperative systems in different countries [6]. The focus of Cocolina C. is the problem of adapting cooperatives to the global trends of globalization and internationalization [7].

Without diminishing the importance of their scientific developments, it should be noted that, in the majority of cases, the international cooperative movement considered from the standpoint of the institutional mechanisms

of its development, and only a few works in a generalized form cover issues of the modern structure, forms and methods of activity of the international cooperative movement.

Besides, insufficient attention is paid to the study of the principles of governance and opportunities for regional cooperatives as a means of developing international economic activity.

In view of the above, the **aim** of the article is to investigate the strategic directions of the European Consumer Cooperative Community activities and the prospects of network development in the context of increased integration and globalization.

Materials and methods. The research methods used in the process of writing the article involve the application of general scientific and empirical techniques based on a systematic approach. The following methods of general theoretical and empirical research were used in the article: generalization, comparison, analysis and synthesis, formalization.

Results. Favourable institutional conditions for international cooperative cooperation and integration of the cooperative sector of different countries have been created in Europe today. Particularly active support for the activities of cooperative organizations is influenced by European economic institutions (European Commission, ICA Europe, Coordination Committee of the European Cooperative Association (CCACE), European Cooperative Projects Project) and supranational organizations, in particular UN specialized agencies (International Labour Organization (ILO), World Food and Agriculture Organization, Organization for Education, Culture and Science (UNESCO), Organization for Industrial Development (UNIDO), Capital Fund the Development (UNCDF).

The last decade for the European Union's cooperatives was marked by a concentration of efforts in three main areas: expanding the scope of cooperative associations, improving cooperative legislation, and recognizing the EU's political structures as cooperatives of the right place in realizing the tasks relevant to the European community [10].

The analysis of both the world and European experience of the cooperative sector of the economy proves the vital role of consumer cooperatives in economic development, especially during the transformation processes. It is in the part of consumer co-operation that the current international cooperative movement characterizes extremely positive trends: the growth of volumes of activity; the penetration of cooperation in new spheres of human life (recreation, education, health); revitalization of cooperative activity in the financial sphere, especially in terms of lending and insurance; increasing the number and increasing the role of multi-functional cooperatives and consumer societies in the cooperative sector of the economy; increasing the role of international cooperation at the regional and global levels.

The "oldest" organization in the European Cooperative Network is the European Consumer Cooperatives Association [4]. Founded in 1957 by the Cooperative Unions of the Common Market, the European Community of

Consumer Cooperatives became one of the first non-governmental organizations recognized by the European Commission. For members of its association, EuroCoop offers tools for interacting with the European Union institutions (European Parliament, European Commission, Council of the European Union) to lobby for the interests of consumer co-operation in the European area.

Today the union of EuroCoop members is the strongest retail and retail association in Europe, with an annual turnover of around 80 billion euros. By combining 36 thousand sales outlets, 700 thousand workers in Europe, 7 thousand cooperative organizations at the local and regional level into a single trading network, the European cooperative consumer network serves 34 million consumers every day [11].

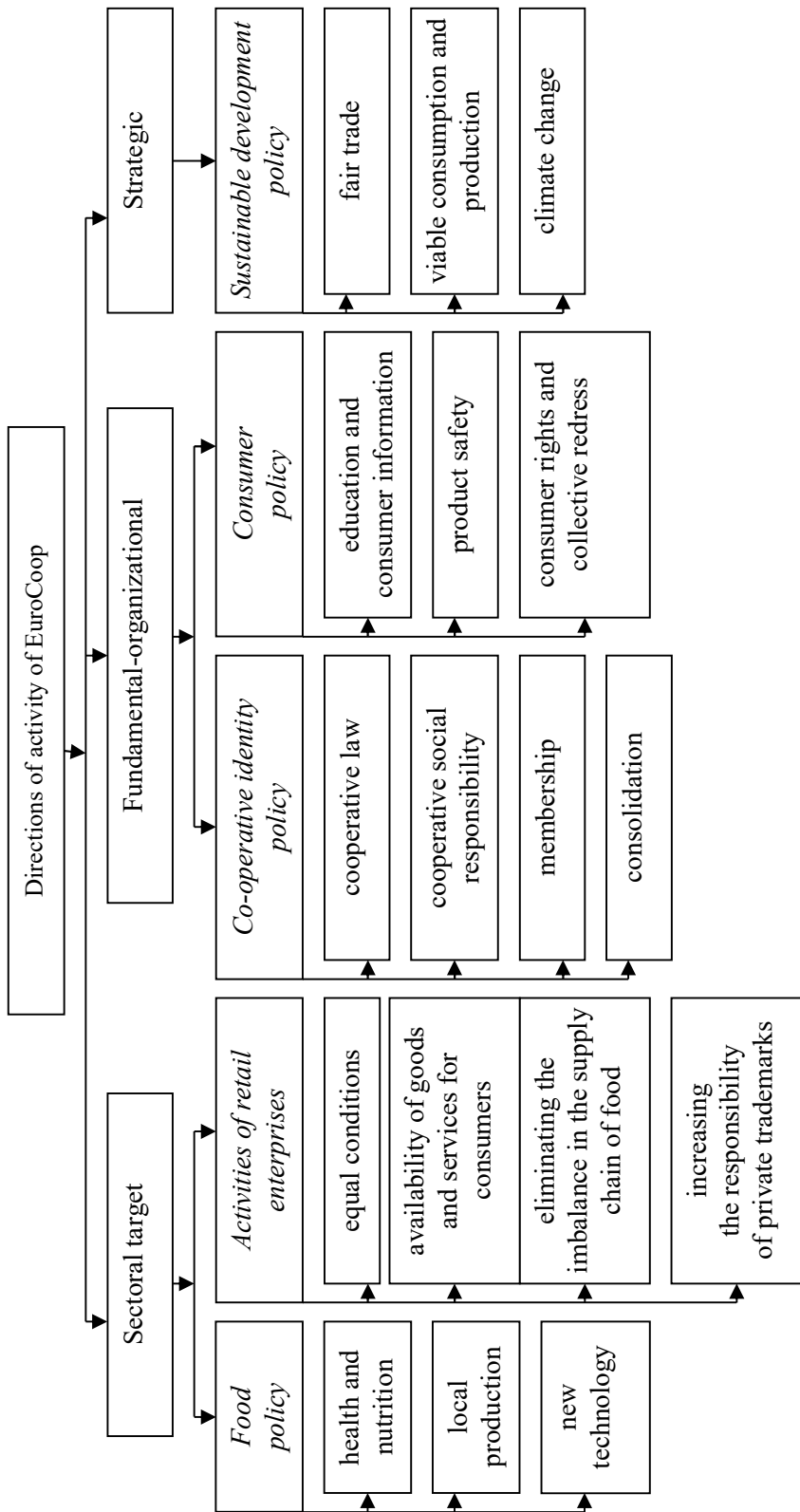
EuroCoop represents and supports the structure and functioning of European consumer cooperatives. First of all, as a result of close cooperation with the European Economic and Social Committees, the interests of European consumer co-operation are well represented in the decisions of the European Parliament. The activities of EuroCoop are implemented, in particular, by the organization's participation in various forums such as the EFSA Partner Platform, various advisory groups and platforms within the European Commission (EU Platform for Action on Food, Physical Activity and Health), European Retail Forum, European Consumer Consultative Group "ECCG", Consultative Group on the Food Network and Animal and Plant Health, and others. Besides, according to an agreement with the International Cooperative Alliance, EuroCoop provides support to the World Consumers' Cooperative Organization (CCW) [12].

Within its activities, at the head of the European Consumer Cooperation Network, EuroCoop realizes four main goals in the interests of consumers:

- promotion of economic and social goals of members of consumer cooperatives to European institutions;
- protection of a responsible and ethical approach to food, sustainable development of the European level of consumption;
- informing the members of the organization about European policies and initiatives related to their activities;
- providing a forum for the exchange of information and coordination of the general interests of members of the organization.

Also, the organizational goals of the association are to promote the objectives of the International Cooperative Alliance and to support policies and initiatives at the national level aimed at developing national cooperative networks.

Summarizing the peculiarities of the activities of the European community of consumer cooperatives, in our opinion, the main directions of its activity should be considered: target, fundamental-organizational and strategic, which are reflected in the relevant policies (*figure*). EuroCoop's work is based on cooperative values and principles, contributing to the creation of a cooperative model as a means of creating a more democratic, responsible and just Europe.



Directions of activity of EuroCoop

Source: generalized by the author.

The sector-specific direction of activity corresponds to the peculiarities of functioning of enterprises and organizations of the European network of consumer co-operation, which reflected in the food policy and activities of retail enterprises.

The food policy of consumer associations of the European network should be based on the principles of safety, quality, availability, sustainable development and information for consumers. The main points of this activity reflected in relations with the European Food Safety Authority (EFSA), and also play a key role in many discussions related to health, nutrition, quality and safety of food products. The main ingredients of the EuroCoop food policy are health and nutrition; local production; new technology.

Most consumer cooperatives work, first of all, as a network of retailers and, of course, depend on EU policies aimed at businesses in the retail sector. Key points of activity of retail enterprises are equal conditions for all types of enterprises; availability of goods and services for consumers; eliminating food supply chain imbalances; the role of private brands.

The fundamental-organizational direction of activity based on the basic features of the functioning of enterprises and organizations of cooperative form of management, which reflected in the policy of cooperative identity and consumer policy. Key emphasis on cooperative identity policy is cooperative law; cooperative social responsibility; membership; consolidation.

The main priorities of the European Consumer Cooperative Network are the rights, aspirations and interests of consumers as direct owners of enterprises and organizations. The key focus of consumer policy is education and consumer information; product safety; consumer rights and collective redress.

As enterprises created by consumers for consumers, the strategic aspirations of consumer cooperatives are based on the "community care" principle, aimed at ensuring economic, social and environmental sustainability. The key emphasis of sustainable development policies is fair trade; viable consumption and production; climate change.

Conclusion. The highest coordinating body of consumer co-operative retailers and the "voice" of the network of cooperative retailers in Europe is EuroCoop, an organization that unites national unions of consumer cooperatives in 19 European countries and Israel [5]. The key to the successful operation of the European Consumer Cooperative Network EuroCoop is the use of the existing unity of the cooperative movement, the realization of the economic and social potential of the system aimed at supporting the functioning of the consumer cooperatives of the European level.

In the coming years, the main activities of EuroCoop related to the implementation of the project of the International Cooperative Alliance "Cooperative Decade of Confident Growth". The project strategy consists of five components and aims at ensuring the further development of the global cooperative network by lobbying the main advantages of a cooperative business model of management: *participation*: the cooperative business model gives people the opportunity to participate; *constancy*: the cooperative business model creates economic, social and environmental sustainability; *identity*:

the cooperative business model, being identical (determined by the values and principles of cooperation), places the person in the basis of the decision-making process; *the legal framework*: the cooperative business model requires guaranteed favourable legal norms for its growth; *capital*: a cooperative business model requires cooperative capital with strict membership control.

Interconnectivity of the components of the project forms its integrity and defines the main goals of the activities of international organizations to coordinate the cooperative movement at the present stage: to bring participation in the membership and management to a new level; to develop cooperatives as guarantors of sustainability; to ensure co-operative identity; Ensure a favourable legal framework for cooperative growth; provide reliable cooperative capital, guaranteeing membership control.

All the above shows the formation of decent organizational and legal principles of European co-operative cooperation and the creation of favourable conditions for the functioning and development of cooperative activities in Europe.

It should be noted that today there are all the necessary historical and institutional prerequisites for the development of international economic collaboration of Ukraine's consumer cooperation with this reputable European cooperative institution. Against this background, the prospects for further research are to substantiate directions and develop measures aimed at maximizing the full benefits and potential of collaboration between the national cooperative system and European and world cooperative institutions.

REFERENCES

1. ICA Activities. *www.ica.coop*. Retrieved from <http://www.ica.coop/activities/index.html> [in English].
2. Sovremennye tendentsyy myrovoho kooperatyvnoho dvyzhenyia [Contemporary trends of the world cooperative movement]. *www.sibupk.nsk.s*. Retrieved from <http://www.sibupk.nsk.su/public/chairs/cooper/TeorCoop/Histry/g/7.htm#3> [in Russian].
3. Cooperative Values and Principles for Corporate Social Responsibility (2017). International Day Cooperatives. Retrieved from <http://www.ica.coop> [in English].
4. Euro Coop. Statistics. *www.eurocoop.org*. Retrieved from <http://www.eurocoop.org/en/members/statistics> [in English].
5. European Community of Consumer Co-operatives. *www.eurocoop.org*. Retrieved from <http://www.eurocoop.org/en> [in English].
6. Borzaga C., Michie J., & Blasi R. (2017). *The Oxford Handbook of Mutual, Cooperative and Co-owned Businesses*. Oxford: Oxford University Press [in English].
7. Cocolina C. (2017). *The power of Cooperation*. Brussels: Cooperatives Europe [in English].
8. Manzhura, O. V. (2018). Development of a cooperative model of a national economy in the context of European integration. *Scientific bulletin of Polissia, 1(13)*, 129-134. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2018_1\(1\)_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2018_1(1)_21) [in English].
9. Visyn, V. V., Visyna, T. M., & Kravchuk, P. Ia. (2017). Osnovni tendentsii rozvytku mizhnarodnoho kooperatyvnoho rukhu na suchasnomu etapi [The main tendencies of the development of the international cooperative movement at the present stage]. *Naukovyi visnyk UNU – Scientific herald of the University of UNU*. (Vol. 15), 1, 54-59 [in Ukrainian].

10. The International Co-operative Alliance. www.ica.coop. Retrieved from <http://www.ica.coop/en/international-co-operative-alliance> [in English].
11. Statistics and Information on European Co-operatives, ICA. www.coop.org. Retrieved from <http://www.coop.org/statistics/html> [in English].
12. Euro Coop Annual Report (2016). Retrieved from <http://www.eurocoop.coop/news/222-Euro-Coop-Annual-Report-2016.html> [in English].

The article submitted to editor's office on 12.03.2020.

Гринюк Н. Кооперативна споживча мережа Європи.

Постановка проблеми. Головна тенденція розвитку сучасного кооперативного руху – активізація міжнародного співробітництва на регіональному й світовому рівнях. В умовах глобалізації економіки та інформаційної революції економічна доцільність активізації співпраці кооперативних організацій знаходить своє відображення в більш ефективному механізмі ресурсного забезпечення діяльності, модернізації виробництва, впровадженні нових технологій, обміні досвідом і підготовці кадрів тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що недостатня увага приділяється дослідженням засад управління і можливостей діяльності регіональних кооперативних співтовариств як засобу розвитку міжнародної економічної діяльності.

Мета статті – дослідження стратегічних напрямів діяльності Європейського співтовариства споживчих кооперативів і перспектив розвитку мережі в умовах посилення інтеграції і глобалізації.

Матеріали та методи. У процесі дослідження застосовано загальнонаукові та емпіричні прийоми, що базуються на системному підході, використано методи узгальнення, порівняння, аналізу і синтезу, формалізації.

Результати дослідження. Аналіз як світового, так і європейського досвіду діяльності кооперативного сектора економіки доводить важливу роль споживчих кооперативів у розвитку економіки, особливо під час трансформаційних процесів. Саме в частині споживчої кооперації сучасний міжнародний кооперативний рух характеризується позитивні тенденції: зростання обсягів діяльності; проривнення кооперації в нові сфери людської життєдіяльності; зростання кількості та підвищення ролі багатofункціональних кооперативів та споживчих товариств у кооперативному секторі економіки; підвищення ролі міжнародного співробітництва на регіональному й глобальному рівнях. Охарактеризовано діяльність Європейського співтовариства споживчих кооперативів (EuroCoop), що стало однією з перших неурядових організацій, визнаних Європейською комісією, що представляють та підтримують структуру і функціонування споживчих кооперативів європейського рівня.

Висновки. Нині основні напрямки діяльності EuroCoop пов'язані з реалізацією проєкту Міжнародного кооперативного альянсу "Кооперативне десятиріччя впевненого зростання", спрямованого на забезпечення подальшого розвитку світової кооперативної мережі шляхом лобювання основних переваг кооперативної бізнес-моделі господарювання.

Наявність інституційних передумов для розвитку міжнародного економічного співробітництва споживчої кооперації України з цією авторитетною європейською кооперативною інституцією обумовлює подальші дослідження в напрямку обґрунтування розробки заходів, спрямованих на максимальне використання всіх переваг та потенційних можливостей співпраці національної кооперативної системи з європейськими та світовими кооперативними інституціями.

Ключові слова: кооперація, споживча кооперація, європейська кооперативна споживча мережа, EuroCoop.

FIEDLER Malte,
Carl Friedrich Gauss Faculty, Institute of Marketing,
Technische Universität Braunschweig
Universitätsplatz 2, 38106 Braunschweig, Germany

E-mail: malte.fiedler@tu-braunschweig.de

KISSLING Martin,
Carl Friedrich Gauss Faculty, Institute of Marketing,
Technische Universität Braunschweig
Universitätsplatz 2, 38106 Braunschweig, Germany

E-mail: m.kissling@tu-braunschweig.de

FAKE REVIEWS IN E-COMMERCE MARKETING

Online reviews have shown to be a significant source of information in the purchase decision process. The deceptive manipulation of reviews has become a substantial challenge for both the research and e-commerce industry. In this regard, scholars made the first attempts to analyze the motives and causes of these so-called fake reviews. However, there is still a lack of a comprehensive and differentiated overview on this topic. The present article seeks to fill this gap by reviewing the current state of research on user-related and supplier-related causes as well as the effects of fake reviews from the perspective of the recipient, supplier, and platform. Therefore, we contribute by deriving key research gaps.

Keywords: fake reviews, online reviews, online recommendation system, product reviews, manipulation, e-commerce

Фидлер М., Кислинг М. Фейковые отзывы в маркетинге в электронной торговле. Онлайн-отзывы стали важным источником информации в процессе принятия решения о покупке. Манипулирование отзывами – серьезный вызов как для исследователей, так и для специалистов электронной индустрии. В связи с этим ученые сделали первые попытки проанализировать мотивы и причины этой ситуации. Однако всестороннего и дифференцированного обзора все еще не хватает. Эта статья имеет целью заполнить этот пробел путем обзора текущего состояния исследования причин, связанных с пользователем и поставщиком, а также следствий ложных отзывов с точки зрения получателя и платформы.

Ключевые слова: ложные отзывы, онлайн-отзывы, система рекомендаций в Интернете, отзывы о товаре, манипулирование, электронная торговля.

Background. The Internet has changed the process of searching for information and, thus, has shaped our shopping behavior [1]. It is no longer just a place of knowledge but offers an interactive platform for any purpose of exchanging individual experience with products or services [2]. Consequently, suppliers no longer retain exclusive authority over the offering of information. Through the interactive nature of the web, consumers are also capable of providing information, and thus the information asymmetry is reduced [3; 4].

Consumer-based information in the shape of online reviews is valuable for potential customers and therefore represents an essential element in the buying decision process [5–7]. Against this backdrop, the increasing

relevance for scholars and practitioners can be explained [8]. Platforms like Yelp.com or Tripadvisor.com even base their whole business model on online reviews [8].

The internet-caused change not only holds chances but also carries potential risks. An increasing number of fraudulent information is being spread online. Notably, this also affects online reviews [9]. So-called fake reviews are being produced and distributed from various protagonists and often deployed intentionally. Occasionally, organizations offer the drafting of fabricated or bogus reviews as a paid service [10]. According to the *Times*, almost every third online review on TripAdvisor was found to be forged [11].

A high level of complexity characterizes the causes and impacts of fake reviews. Consequently, they can be considered a considerable challenge both for research [12] and the e-commerce industry. Whereas motives and effects of online reviews, in general, have been investigated comprehensively [1], differentiated research on fake reviews is scarce.

The **aim**. This paper aims to fill this gap by systematically reflecting upon supplier- and user-related causes of fake reviews as well as exploring their consequences from three perspectives: (1) the recipient and (2) the product or service supplier and (3) the review platform. By deriving key research gaps, we finally reveal potential areas of future research.

Materials and methods. As presented, this paper aims to collate present findings in the area of fake reviews. For this purpose, the authors conducted a systematic literature review among several databases. After narrowing down the search outcome regarding the causes and consequences of fabricated online reviews, we completed the results by manual follow-up research.

Results. *Overview and Classification of Fake Reviews.* Fake reviews, also called deceptive or fraudulent reviews [8], are reviews of products or services that intentionally aim to delude the reader through an authentic manner [13]. *Choi, Mattila, van Hoof & Quadri-Felitti (2017)* define the term "fake reviews" as being written by users who pretend to be consumers without ever having used the product or service. Fake reviews intend to affect readers' buying decisions [14]. In this light, they are also described as deceiving or fictitious "opinion spam" [3; 9; 13; 15; 16].

Fake reviews can be subordinated to electronic word-of-mouth (eWOM). By transferring traditional word-of-mouth to the internet, eWOM accomplishes to overcome conventional boundaries due to the advantages of modern IT. Hence, a high range of messages can be achieved [4]. Thus, it can affect consumer behavior significantly [7]. In the context of eWOM, online reviews, in general, are considered the most potent source of information for consumers [4; 14]. Under certain circumstances, consumers give stronger weightings to online reviews compared to their own assessment [4; 17]. Fake reviews attempt to make use of this fact and thus manipulate the consumers' purchase decisions [18].

Three forms of valence are allocated to fake reviews: negative, neutral, and positive. Negative reviews have a more substantial impact on the assessment and, thus, on the purchase decision [19]. Whereas positive reviews

might create the impression of being disseminated by the supplier itself, they subsequently appear less trustworthy [7]. However, positive fake reviews occur most frequently [10] since negative statements are more likely to lead to legal action as a defense. The *New York Times* has revealed that the authors initialize a high share of book reviews on amazon.com themselves [20].

Despite detailed research in the area of eWOM and online reviews, differentiated investigations of fake reviews are still rare. Most scholars focus on contributing to the identification of counterfeit reviews [9], which often implies the consideration of linguistic aspects of the review content, such as the use of specific words or phrases [18]. However, research on the causes and effects of fake reviews is fragmented. Hence, this paper strives to fill this gap by aggregating and systematizing present findings.

Causes of fake reviews. The incidence of fake reviews is determined by various factors. In general, supplier- and user-based causes can be distinguished, depending on either supplier or private users of products or services induce fake reviews. The following section describes central findings on the causes of fake reviews with regards to those two perspectives.

Supplier-related causes of fake reviews:

Current findings. In essence, supplier-related reasons for fake reviews are mostly based on the consumers' growing tendency to resort to online reviews to prepare for a purchase decision [3]. As a matter of fact, this puts pressure on suppliers to reach and maintain good overall ratings of their offerings [5] and motivates them to initiate fake reviews. Significantly, distinct attributes of present reviews need to be considered. In that respect, *Zablocki, Schlegelmilch & Houston (2019)* suggest three key characteristics: valence, volume, and variance of reviews [19]. *Valence* refers to the rating's nature, which is either negative, neutral, or positive. Suppliers with rather poor reviews strive for an improvement of their overall ratings by inducing favorable reviews [21]. *The volume* describes the total number of reviews for a specific offer [19]. However, a large number of reviews reduce the impact of each additional review [21]. On the contrary, single reviews carry even more weight when only a few reviews exist. *The variance* refers to the spread from negative to positive reviews. High variance negatively affects the customer's purchase decision [19]. Consequently, the influence of online reviews on the consumer's choice is strongly affected by the reviews' valence, volume, and variance. Therefore, these attributes determine the value of positive fabricated reviews.

In contrast, however, scholars show motives that lead to the initiation of negative fake reviews. Competitors might benefit from disseminating forged negative reviews on rivals' products [22]. Nevertheless, this only applies if consumers find appropriate substitutes for the offer.

Identified research gaps. In the first place, we suggest focusing on suppliers that draft fake reviews. The type and character of the supplier seem to play an important role. For instance, previous research points out that retail

chains induce less fake reviews compared to independents [21]. A possible reason might be that their revenue less strongly depends on their ratings [21]. Additionally, the motivation for inducing fake reviews can arise from financial difficulties and thus be a result of desperation. Therefore, future research should examine to what extent a company's commercial success (or failure) determines the initiation of fake reviews.

Another motive that hasn't been put much effort into in current research yet is self-presentation. Many offers are strongly linked to the supplier's identity. Thus, negative reviews can be perceived as an assault on the supplier's self-concept. A possibly resulting betterment through specific actions can be referred to as impression motivation [23]. Future research should examine how these motives affect the intention to induce forged reviews.

Among some product categories, fabricated reviews seem more likely to occur (e. g. books or services). This fact indicates that the effect of motives to fabricate reviews differs depending on the type of product. In this light, offerings can be allocated to three particular qualities of goods: search, experience, and credence (or confidence) goods [24]. While individuals can assess search goods before a purchase and experience goods after buying a product or service, it is nearly impossible to assess credence goods at all. Thus, suppliers of experience or credence goods, in particular, can benefit from positive fake reviews. An empirical study could prove the hypothesis that fake reviews appear more often among these two qualities of goods than for search goods. Further, future studies might demonstrate differences concerning the motives of fake reviews in the context of all three different types of products.

User-related causes of fake reviews

Current findings. Even users induce fake reviews. Among user-related causes of counterfeit reviews, first and foremost motives from individuals need to be understood. Against this backdrop, *Blank & Reisdorf (2012)* identified the so-called 4Fs with regards to the motivation of producing fake reviews: fame, fortune, fun, and fulfillment. Individuals write online reviews to increase their social recognition, to gain personal benefits, to preserve others from harm or loss, and to maintain a better quality assurance [25].

The reasons for fabricating fake reviews differ in some ways from each other. In the following, the paper considers dissatisfaction, of the one part, and benefits of economical or personal nature, of the other part. Dissatisfaction describes a negative user experience about a product or an organization. A high level of frustration can lead to negative ratings [8]. Consequently, the customers reciprocate perceived unfairness with an equally unjust reaction, or in their eyes pay like with like. This need is often satisfied by the fabrication of intentionally false online reviews.

Beyond that, the research identifies users who see themselves as a kind of brand managers. Those customers are characterized by high brand loyalty and, thus, aim to contribute to the suppliers' success by publishing positive online reviews without ever having purchased the product or service [8].

Furthermore, personal benefits tempt individuals to produce fake reviews. Those are mostly based on specific incentives from the supplier. For instance, organizations provide vouchers or gifts in return to the fabrication of reviews [3, 26]. Individuals are motivated by such benefits to disseminate reviews without having made use of the corresponding offers. The effects are similar in the case of distinct awards that users receive on a platform for writing a specific (high) number of reviews. Such an award leads to a displayable status that as well can be seen as a source of social recognition.

Identified research gaps. Prior research on user-related causes merely focuses on drivers of writing fake reviews. Apart from that, also user-related barriers exist. The creation of fake reviews represents a form of immoral conduct. Therefore, the individual moral attitude could keep users from forging online reviews.

Furthermore, prevailing circumstances could alleviate user-side drivers. In this context, studies could examine, if a strong loyalty towards the offering brand or a strong empathy towards the supplier could keep individuals from creating fake reviews, despite any offered incentives. This investigation should also be assessed regarding the relationship with the platform since users might refrain from contaminating a platform that they henceforth want to make use of themselves.

Consequences of Fake Reviews

User-related consequences of fake reviews

Current findings. Fake reviews influence the behavior of online recommendation system users. These can be differentiated into passive and active users. While active users actively write reviews, passive users just inform themselves by reading them. Fake reviews reduce the value of all other reviews. Therefore, passive users adjust their inferences on the base of reviews. They discount the provided information in the knowledge of fake reviews existence [3].

Active users adjust their behavior due to fake reviews, too. Fake reviews can be seen as unfair behavior towards the reviewed supplier. If users are aware of such discriminatory behavior, this can cause positive reactions towards the supplier's brands. For example, the user might feel empathy for the supplier, which in turn might higher their willingness-to-pay or their recommendation intentions [27]. Some active users even try to protect the supplier and to prevent him from online review abuse and provide so-called watch-dog comments [28]. They comment on potential fake reviews and doubt their credibility and try to refute the assertions in fake reviews. Thus, they check online reviews and attempt to save passive users from abuse.

Identified research gaps. Beyond the provided insights, there are more effects on the behavior of active and passive users. For example, it should be tested, how prior experience with fake reviews influence how users deal with fake reviews. It might be that users not only discount the information provided [3], but adjust their searching behavior per se. Some online shoppers search for products by filtering for minimum ratings. Fake reviews can impact the filtering results substantially. Due to fake reviews, it might be that the rating is too low, and interesting results are filtered out. This point might be relevant

for the optimal design of webshops. Thus, future research should focus on whether and how much fake reviews impair user search behavior.

Some active users post watch-dog comments [28], to aid the victims of fake reviews [27]. Nevertheless, the determinants of these watchdog comments remain unclear. It might be that a transparent and open communication by the firm encourages the brand community to comment doubtful reviews.

Platform-related consequences of fake reviews

Current findings. The Internet, in general, and review platforms in particular offer the potential to reduce or even eliminate the information asymmetry between buyers and sellers [29]. Thereby, review systems increase the efficiency of the market, improve the allocation of resources, and higher the fairness between market subjects. Fake reviews decrease the information value and the credibility of review platforms [30]. The possibility of fake reviews causes consumers' mistrust [22] and reduces the value of real reviews [31]. At the extreme, this can lead to the obsolescence of review platforms; in any case, it lowers the overall value of review platforms [3].

In light of the presented adverse effects, and the increasing concern for fake reviews, review platforms started to implement protective measures. One of the most commonly used mechanisms is to allow only "verified buyers" to review offered products and services [10]. Other actions are platform controlled algorithms, which filter out fake reviews [3]. Unfortunately, the line between faked and non-faked reviews is not distinct. Because of the risk to accidentally delete real reviews, there is a controversial discussion about the use of such algorithms [3].

Identified research gaps. Even though platforms apply different measures to react to fake reviews, it remains unclear how these measures impact consumer behavior. It is questionable whether fake review filters increase consumer trust in the review system. Filters might lead to an even higher awareness of counterfeit reviews and thus induce a feeling of mistrust. Additionally, it is of interest in what way such algorithms impact customer satisfaction or the choice of platforms. It seems reasonable that fake review filters affect the attitudes towards the platform, its perceived competence, or the general trust in the service of the platform. Moreover, fake reviews might impact the value of review platforms in the long run. Honest reviews could increase the quality and efficiency of the market [9], while fake reviews undermine these positive effects.

Supplier-related consequences of fake reviews

Current findings. The visibility of an offer depends on the number and the level of its rating [10]. The reason for this is that platforms use algorithms relying on the number of reviews and the evaluation of products to show users the most promising offers. Since fake reviews influence the rating, they impact the visibility of the offered products, too.

Furthermore, the quality perception of the offers depends on fake reviews. By definition, the authors of fake reviews want to deceive platform users and provide inadequate information about the offer's quality [6]. They do so by providing positive fake reviews to improve their quality perceptions

and negative counterfeit reviews to decrease the quality perception of competitive offers. Nevertheless, sometimes even negative (fake) reviews can have positive effects. Fussy reviews (especially those of low price offerings) can emphasize positive reviews of other reviewers and thus lead to a more favorable evaluation [29].

Finally, against the background of its influences on visibility and quality perceptions, fake reviews can impact the sales of the offerings. Nevertheless, this impact is controversial [4]. The results differ concerning the effects of: the overall rating, the valence of the reviews, and the number of reviews [32]. Concerning the valence, it has been shown that positive fake reviews stimulate and negative fake reviews impair sales. However, it should be noted that firms can suffer from excessive positive fake reviews. Some results suggest an inverted u-shaped relationship between positive fake reviews and sales [3]. The reasoning behind this is that a vast amount of positive ratings casts mistrust. This effect is especially true for weak brands.

Identified research gaps. Apart from the causes, the consequences of fake reviews are determined by product characteristics. In this context, scholars refer to the attributes of search, experience, or credence goods [24]. On the one hand, one can assume that the impact of fake reviews on the perception is higher when individuals can only hardly evaluate offers on their own. On the other hand, if it is hard to evaluate for individuals, they might be concerned with review manipulation, too. This fact can result in a higher skepticism to reviews, which could even spill over to the offering. Due to these unclear effects of fake reviews on sales, it is in dispute whether these are advantageous for firms in the long run. In addition to that, firms raise expectations by improving their ratings by fake reviews, which they are not able to satisfy. This, in turn, might lead to lower customer satisfaction and decreased sales. Future research should test if and under which circumstance these adverse long-term effects occur.

Finally, it might be interesting to analyze customer emotions as an answer to fake reviews. For example, firms may incur customers' wrath by improving their ratings with fake reviews. These emotions might have further negative downstream consequences on the firm's evaluation (i.e., their reputation) as well as on customer behavior (i.e., boycott behavior).

Conclusion. This paper focuses on the causes and effects of fake reviews. The reasons have been differentiated with regard to user- and supplier-oriented perspectives. Concurrently, the consequences were split into recipient-, supplier- and platform-related effects. For each of those areas, we showed central research gaps.

With the outlined framework, this paper systematically collated the so-far highly fragmented research on fake reviews while, furthermore, we addressed each perspective explicitly. Thereby, the specific nature of each dimension is considered. Concurrently, this paper depicts a holistic view of the causes and effects of fake reviews. While our article facilitates the understanding of and access to the research area of fake reviews in total, it further provides useful links to future research.

REFERENCES

1. King, R. A., Racherla, P. & Bush, V. D. (2014). What we know and don't know about online *word-of-mouth*: A review and synthesis of the literature. *Journal of Interactive Marketing*, 28(3), 167-183 [in English].
2. Blank, G. & Reisdorf, B. C. (2012). The participatory web. *Information, Communication & Society*, 15(4), 537-554 [in English].
3. Zhuang, M., Cui, G. & Peng, L. (2018). Manufactured opinions: The effect of manipulating online product reviews. *Journal of Business Research*, 87, 24-35 [in English].
4. Duan, W., Gu, B. & Whinston, A. B. (2008). Do online reviews matter? – An empirical investigation of panel data. *Decision Support Systems*, 45(4), 16 [in English].
5. Proserpio, D. & Zervas, G. (2017). Online reputation management: Estimating the impact of management responses on consumer reviews. *Marketing Science*, 36(5), 645 [in English].
6. Lappas, T. (2012). *Fake reviews: The malicious perspective*, 23-34 [in English].
7. Chevalier, J. A. & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 54 [in English].
8. Anderson, E. T. & Simester, D. I. (2014). Reviews without a purchase: Low ratings, loyal customers, and deception. *Journal of Marketing Research*, 51(3), 69 [in English].
9. Plotkina, D., Munzel, A. & Pallud, J. (2018). Illusions of truth—Experimental insights into human and algorithmic detections of fake online reviews. *Journal of Business Research*, in press [in English].
10. Lappas, T., Sabnis, G. & Valkanas, G. (2016). The impact of fake reviews on online visibility: A vulnerability assessment of the hotel industry. *Information Systems Research*, 27(4), 61 [in English].
11. Ellson, A. (2018). Times Investigation: A third of TripAdvisor reviews are fake' as cheats buy five stars. *The Times* 22.09 [Stand: 12.09.2019]. Retrieved from <https://www.thetimes.co.uk/article/hotel-and-caf-cheats-are-caught-trying-to-buy-tripadvisor-stars-027fbcwc8> [in English].
12. Feng, S., Xing, L., Gogar, A. & Choi, Y. (2012). *Distributional footprints of deceptive product reviews*. Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 98-105 [in English].
13. Ott, M., Choi, Y., Cardie, C. & Hancock, J. T. (2011). *Finding Deceptive Opinion Spam by Any Stretch of the Imagination*. Proceedings of the 49th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, 19 [in English].
14. Choi, S., Mattila, A. S., van Hoof, H. B. & Quadri-Felitti, D. (2017). The role of power and incentives in inducing fake reviews in the tourism industry. *Journal of Travel Research*, 56(8), 87 [in English].
15. Jindal, N. & Liu, B. (2008). Opinion spam and analysis. *WSDM*, 219 [in English].
16. Ott, M., Cardie, C. & Hancock, J. (2012). Estimating the prevalence of deception in online review communities. *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web*, 201 [in English].
17. Banerjee, A. V. (1992). A Simple Model of Herd Behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, 107(3), 797-817 [in English].
18. Yoo, K.-H. & Gretzel, U. (2008). Comparison of deceptive and truthful travel reviews, 15, 37-47 [in English].

19. Zablocki, A., Schlegelmilch, B. & Houston, M. J. (2019). How valence, volume and variance of online reviews influence brand attitudes. *AMS Review*, 9(1-2), 61-77 [in English].
20. Harmon, A. (2004). Amazon glitch unmasks war of reviewers. *The New York Times*. 14.02. [Stand: 12.09.2019]. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2004/02/14/us/amazon-glitch-unmasks-war-of-reviewers.html> [in English].
21. Luca, M. & Zervas, G. (2013). Fake it Till You Make it: Reputation, Competition, and Yelp Review Fraud. *SSRN. Electronic Journal* [in English].
22. Mayzlin, D., Dover, Y. & Chevalier, J. A. (2012). Promotional Reviews: An Empirical Investigation of Online Review Manipulation. *SSRN. Electronic Journal* [in English].
23. Leary, M. R. & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47 [in English].
24. Darby, M. R. & Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. *The journal of law & economics*, 16, 67-88 [in English].
25. Gonçalves, H. M., Silva, G. M. & Martins, T. G. (2018). Motivations for posting online reviews in the hotel industry. *Psychology & Marketing*, 35(11), 17 [in English].
26. Petrescu, M., O'Leary, K., Goldring, D. & Ben Mrad, S. (2018). Incentivized reviews: Promising the moon for a few stars. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 95 [in English].
27. Allard, T., Dunn, L. & White, K. (2016). Customer empathetic responses toward brands being treated unfairly. *Advances in Consumer Research*, 44, 80 [in English].
28. Larson, L. R. L. & Denton, L. T. (2014). eWOM watchdogs: Ego-threatening product domains and the policing of positive online reviews. *Psychology & Marketing*, 31(9), 11 [in English].
29. Malbon, J. (2013). Taking Fake Online Consumer Reviews Seriously. *Journal of Consumer Policy*, 36(2), 57 [in English].
30. Reimer, T. & Benkenstein, M. (2016). When good WOM hurts and bad WOM gains: The effect of untrustworthy online reviews. *Journal of Business Research*, 69(12), 5993-6001 [in English].
31. Zhao, Y., Yang, S., Narayan, V. & Zhao, Y. (2013). Modeling consumer learning from online product reviews. *Marketing Science*, 32(1), 69 [in English].
32. Mishra, A. & Sat. *The Journal for Decision Makers*, 41(3), 22-33 [in English].

The article submitted to editor's office on 12.03.2020.

Фідлер М., Кіслінг М. Фейкові відгуки в маркетингу в електронній торгівлі.

Передмова. Електронна торгівля стала істотним каналом розповсюдження продукції. Таким чином, відгуки в Інтернеті перетворюються на важливе джерело інформації в процесі прийняття рішення про покупку. Однак, оскільки платформи електронної торгівлі стикаються зі збільшенням кількості маніпульованого контенту, створення фейкових відгуків стало суттєвим викликом для електронної індустрії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Учені зробили перші спроби аналізу мотивів та причин виникнення так званих фейкових оглядів. Однак всебічного та диференційованого дослідження з цієї теми бракує.

Метою статті є отримання корисної інформації про причини та наслідки фейкових відгуків, отриманих у межах цього дослідження. Проаналізовано фейкові відгуки, пов'язані з постачальниками та користувачами, досліджено наслідки їх впливу

за трьома аспектами: одержувач; постачальник товару чи послуги; платформа огляду. Визначивши ключові прогалини з цього питання, розкрито потенційні сфери майбутнього дослідження з метою полегшення розуміння фейкових відгуків.

Матеріали та методи. Здійснено систематичний огляд літератури серед декількох баз даних та надано рекомендації для подальшого дослідження. Об'єднавши наявні висновки, визначено недоліки у наявних дослідженнях.

Результати дослідження. Розглянуто мотиви та наслідки фейкових відгуків. виділено причини щодо перспектив, які орієнтовані на користувачів та постачальників. Наслідки поділено на ефекти, пов'язані з одержувачем, постачальником та платформою. Визначено основні недоліки для кожної з цих сфер.

Висновки. Проаналізовано дослідження щодо маніпулювання електронною торгівлею та різноманітні фейкові відгуки з різних точок зору з метою врахування специфіки кожного аспекту. Розкрито причини та наслідки маніпульованих відгуків в Інтернеті.

Ключові слова: фейкові відгуки, онлайнвідгуки, система рекомендацій в Інтернеті, відгуки про товар, маніпулювання, електронна торгівля.

ЧУГУНОВ Ігор,
д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів
Київського національного
торговельно-економічного університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: Chugunov_iya@knute.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4915-1267>

КАЧУЛА Світлана,
к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Дніпровського державного
аграрно-економічного університету
вул. Сергія Єфремова, 25, м. Дніпро, 49600, Україна
E-mail: s.kachula@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2540-862X>

ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Розкрито сутність державної фінансової політики як інструменту забезпечення соціального розвитку суспільства. Здійснено аналіз та оцінку основних показників державної фінансової та соціальної політики України у 2000–2018 рр. Удосконалено положення щодо оцінки впливу державної фінансової політики на розвиток бюджетної архітекτονіки. Досліджено особливості бюджетних видатків соціального спрямування як інструменту бюджетної політики. Обґрунтовано пріоритети бюджетної політики соціального розвитку суспільства. Запропоновано концептуальні засади формування та реалізації стратегічних напрямів державної фінансової політики соціального розвитку.

Ключові слова: державна фінансова політика, соціальний розвиток, бюджет, бюджетна політика, бюджетна архітектоніка, фінансові інструменти, соціальна відповідальність, публічно-приватне партнерство.

Чугунов И., Качула С. Государственная финансовая политика обеспечения социального развития общества. Раскрыта сущность государственной финансовой политики как инструмента обеспечения социального развития общества. Осуществлен анализ и оценка основных показателей государственной финансовой и социальной политики Украины в 2000–2018 гг. Усовершенствовано положение по оценке воздействия государственной финансовой политики на развитие бюджетной архитектуры. Исследованы особенности бюджетных расходов социальной направленности как инструмента бюджетной политики. Обоснованы приоритеты бюджетной политики социального развития общества. Предложены концептуальные основы формирования и реализации стратегических направлений государственной финансовой политики социального развития.

Ключевые слова: государственная финансовая политика, социальное развитие, бюджет, бюджетная политика, бюджетная архитектоника, финансовые инструменты, социальная ответственность, публично-частное партнерство.

Постановка проблеми. Ефективна державна фінансова політика на загальнодержавному та місцевому рівнях сприяє розвитку суспільних відносин. Інституційні перетворення в економіці та соціальній сфері потребують посилення дієвості фінансової політики країни, спрямованої на реалізацію пріоритетів соціального розвитку, використання ефективних фінансово-економічних механізмів, формування сприятливого інституційного середовища, зміцнення інститутів соціальної відповідальності та партнерства. Важливим є обґрунтування концептуальних положень координації інструментарію державної фінансової політики з цілями і завданнями соціальної політики з урахуванням економічної циклічності та стану інституційного середовища. Адаптивність державної фінансової політики є необхідною умовою підвищення її дієвості у системі забезпечення суспільного розвитку, доцільним є подальший розвиток бюджетної архітекτονіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування та реалізації державної фінансової політики присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених: А. Афонсо, В. Гейця, А. Даниленка, Е. Лібанової, А. Гриценка, Г. Кучер, І. Лук'яненко, А. Мазаракі, С. Волосович, М. Пасічного, Л. Лисяк, А. Павелко, Т. Канєвої, В. Макогон ін. [1–9]. Разом з тим в умовах економічних перетворень вагомим є вдосконалення регуляторних фінансових механізмів забезпечення процесів соціального розвитку суспільства, розробка концептуальних засад формування та реалізації державної фінансової політики соціального розвитку з врахуванням динамічних змін інституційного середовища.

Метою статті є розкриття теоретичних засад та вдосконалення методологічних положень формування і реалізації державної фінансової політики як інструменту забезпечення соціального розвитку суспільства.

Матеріали та методи. У роботі використано сукупність методів і підходів, зокрема: діалектичний, системний та інституційний підходи – при розкритті сутності державної фінансової політики як складової системи фінансового забезпечення суспільного розвитку; узагальнення та структурний методи – для оцінки впливу державної фінансової політики на розвиток бюджетної архітекτονіки; аналізу і синтезу, наукового абстрагування – при розробці концептуальних засад формування та реалізації стратегічних напрямів державної фінансової політики соціального розвитку. Інформаційним підґрунтям дослідження слугували матеріали Державної казначейської служби України, Державної служби статистики [10; 11], а також праці провідних науковців світу у сфері державних фінансів [12–16].

Результати дослідження. Державна фінансова політика є вагомим інструментом забезпечення суспільного розвитку. Підвищення її результативності ґрунтується на збалансуванні інтересів держави, місцевого самоврядування, суб'єктів економіки, соціальних груп та кожної особи для реалізації основної цілі соціального розвитку – досягнення такої

якості життя населення, що узгоджується з певним рівнем світових стандартів, станом національної економіки, рівнем науково-технологічних досягнень, моделлю фінансової архітекtonіки та сформованими фіскальними, інвестиційними, монетарними, інституційними умовами. Функціональна дієвість інституційних фінансових механізмів обумовлюється характером взаємозв'язку із завданнями сталого розвитку суспільства.

Важливою умовою сталого суспільного розвитку є формування і реалізація ефективної та результативної державної фінансової політики країни, сукупність методів, інструментів і важелів якої забезпечуватиме здійснення державою суспільно необхідних функцій. Під час розроблення адекватної вимогам часу та стратегічно орієнтованої державної фінансової політики у процесі державного регулювання суспільного розвитку важливим є дотримання системи принципів, зокрема: системності, адаптивності, ефективності, результативності, відкритості, які забезпечують її соціальну спрямованість. Системність передбачає розгляд архітекtonіки фінансової політики, у тому числі ідентифікованого набору складових елементів як цілісного утворення із системною ознакою – рух фінансових потоків на соціальний розвиток суспільства, а також взаємозв'язків, взаємодії та взаємозалежності між цими складовими, формування ієрархічної системи та визначення її структури, внутрішньої архітектури, важливості та ролі в системі. Важливим є чітке визначення стратегічних і тактичних цілей соціального розвитку, які повинні бути досягнуті при реалізації державної фінансової політики, та завдань залежно від певної стадії розвитку країни та інших чинників, вибір і реалізація методів їх досягнення. Цілі, завдання та результати виконання фінансової політики мають бути публічними та прозорими, підконтрольними суспільству.

Соціальний розвиток суспільства залежить як від посилення фінансового потенціалу [3], так і його ефективного використання в інтересах соціуму. Фінансові ресурси та суспільні відносини регулюються засобами фінансової політики з врахуванням ступеня перерозподілу валового внутрішнього продукту, фази економічного циклу та якісного стану інституційного середовища. Вагому роль у цьому процесі відіграє розвиток фінансової системи, її архітекtonіки, динамізм фінансових відносин та збалансованість фінансових інтересів, які сприяють ефективному, відповідальному використанню інструментів державної фінансової політики, зокрема бюджетної та монетарної політики.

Підвищення дієвості державної фінансової політики суспільного розвитку потребує врахування зв'язку між необхідністю забезпечення стабільного економічного зростання і соціального розвитку, формування оптимальної комбінації інструментів і важелів бюджетної і податкової політики, врахування фіскальних та соціальних функцій, можливостей балансування між необхідністю наповнення державного та місцевих

бюджетів і реалізацією політики підтримання економічної активності шляхом оптимізації оподаткування, активізації економічної динаміки, сприяння зростання якості життя населення, вирішення комплексу соціальних питань. Ефективність механізму фінансового регулювання та фінансового забезпечення соціального розвитку залежить від рівня взаємоузгодженості, координації інструментів бюджетної, податкової, монетарної та соціальної політики.

Результати аналізу основних показників державної фінансової та соціальної політики в Україні впродовж 2000–2018 рр. свідчать про їх нестабільність (табл. 1).

Таблиця 1

Основні показники державної фінансової та соціальної політики України у 2000–2018 рр.

Період	Частка видатків бюджету, державного боргу у ВВП, %						Індекс споживчих цін, %	Рівень безробіття, %	Середньомісячна зарплата, грн	Співвідношення мінімальної заробітної плати і прожиткового мінімуму, %
	усього	соціальний захист та соціалзабезпечення	освіта	охорона здоров'я	духовний і фізичний розвиток	державний борг				
2000	28.28	3.53	4.17	2.88	0.53	45.3	25.8	12.4	230	38.5
2001	27.18	5.68	4.85	3.18	0.64	36.5	6.1	11.7	311	37.9
2002	26.70	5.58	5.45	3.32	0.62	33.5	-0.6	10.3	376	30.0
2003	28.35	4.86	5.61	3.63	0.79	29.0	8.2	9.7	462	57.0
2004	29.70	5.65	5.30	3.54	0.78	24.7	12.3	9.2	590	65.4
2005	32.17	9.08	6.07	3.51	0.77	17.7	10.3	7.8	806	78.5
2006	32.25	7.63	6.21	3.62	0.79	14.8	11.6	7.4	1041	79.4
2007	31.58	6.74	6.15	3.70	0.79	12.3	16.6	6.9	1351	83.3
2008	32.91	7.84	6.43	3.54	0.83	20.0	22.3	6.9	1806	90.1
2000–2008	29.90	6.29	5.58	3.44	0.73	25.98	12.51	9.14	774.78	62.23
2009	33.66	8.64	7.31	4.01	0.91	34.8	12.3	9.6	1906	92.8
2010	34.90	9.66	7.37	4.14	1.06	39.9	9.1	8.8	2250	106.1
2011	31.66	8.01	6.55	3.72	0.82	36.3	4.6	8.6	2648	105.4
2012	34.96	8.89	7.21	4.15	0.97	36.8	-0.2	8.1	3041	105.1
2013	34.76	9.97	7.25	4.23	0.94	40.1	0.5	7.7	3282	103.5
2014	33.39	8.81	6.39	3.65	0.89	70.2	24.9	9.7	3480	103.5
2015	34.35	8.91	5.77	3.59	0.82	79.4	43.3	9.5	4195	110.0
2016	35.06	10.84	5.43	3.16	0.71	81.00	12.4	9.7	5183	111.8
2009–2016	34.09	9.22	6.66	3.83	0.89	52.31	13.36	8.96	3248.13	104.78
2017	35.43	9.58	5.96	3.43	0.81	71.80	13.7	9.90	7104	192.5
2018	35.13	8.69	5.90	3.26	0.81	60.90	9.80	9.10	8865	209.5
2017–2018	35.28	9.14	5.93	3.35	0.81	66.35	11.75	9.50	7984.5	201.00
2000–2018	32.23	7.82	6.07	3.59	0.80	41.32	12.79	9.11	2575.1	94.75

Джерело: розраховано авторами на основі даних Державної казначейської служби України та Державної служби статистики України [10; 11].

З табл. 1 видно, що останніми роками суттєво зростає середньомісячна зарплата і співвідношення мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму.

Трансформація вітчизняного механізму реалізації державної фінансової політики соціального розвитку відбувається послідовно, проте з певною інтенсивністю згідно з розробленими стратегічними

документами соціально-економічного розвитку. На відповідних етапах суспільного розвитку основні складові державної фінансової політики – бюджетна та грошово-кредитна відігравали значну роль у впливі на соціальний розвиток. Набір та особливості використання їх інструментів і важелів змінювався залежно від фази економічного циклу, рівня розвитку економіки, стану соціальної сфери, необхідності вирішення виникаючих соціальних проблем. Архітектура фінансових інструментів повинна визначатися, виходячи із соціального стану суспільства, який змінюється під дією ендогенних та екзогенних факторів [4; 5; 17].

Провідну роль у системі інструментів державної фінансової політики соціального розвитку відіграє бюджетна політика [6–8]. Інструменти бюджетної політики впливають на формування бюджету та напрями бюджетних видатків. Основні показники бюджетної політики України та їх зміни впродовж 2009–2018 рр. (табл. 2) свідчать, що дефіцит державного бюджету після зростання в 2012–2014 рр. у середньому до 4.28 % ВВП поступово у подальшому зменшується в 2015–2018 рр. у середньому до 2.12 % ВВП.

Таблиця 2

Основні показники бюджетної політики України відносно ВВП, %

Показники	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Державний бюджет</i>										
Доходи	22.14	21.47	23.32	23.72	22.28	22.50	26.89	25.86	26.59	26.08
Видатки	25.60	27.09	24.72	27.12	26.50	27.11	29.01	28.74	28.13	27.70
Кредитування	-0.29	-0.12	-0.35	-0.26	-0.03	-0.31	-0.15	-0.07	-0.06	-0.04
Дефіцит	3.75	5.73	1.75	3.66	4.25	4.92	2.27	2.95	1.60	1.66
<i>Місцеві бюджети</i>										
Доходи	14.21	14.22	13.45	15.44	14.52	14.60	14.81	15.36	18.56	15.80
Видатки	14.39	14.26	13.41	15.25	14.45	14.22	14.07	14.71	16.64	16.04
Дефіцит	0.18	0.04	-0.04	-0.19	-0.07	-0.38	-0.74	-0.65	-1.92	0.24

Джерело: розраховано авторами на основі даних Державної казначейської служби України [10].

Зростання профіциту місцевих бюджетів у 2015–2017 рр. (див. табл. 2) стало наслідком розширення податкової бази місцевих бюджетів у процесі бюджетної децентралізації. Для реалізації ефективної бюджетної політики соціального розвитку в країні вагоме значення має бюджетна політика у сфері формування видатків бюджету [8; 9; 18]. Видатки бюджету як інструмент бюджетної політики відіграють провідну роль у фінансуванні соціального захисту та соціального забезпечення, розвитку освіти, науки, культури, охорони здоров'я. Склад та структура видаткової частини державного та місцевих бюджетів суттєво впливає на динаміку реалізації соціальних цілей і завдань. Динаміка структури видатків соціального спрямування зведеного та державного бюджету за 1999–2018 рр. свідчить, що на соціальні видатки спрямовується в середньому 55 % видатків зведеного бюджету та близько 40 % видатків державного бюджету [10]. Загалом зростання частки видатків державного та місцевих бюджетів у ВВП у 2009–2018 рр. та зміни

структури бюджетних видатків свідчить про активізацію регулюючої функції бюджетної політики у напрямі стабілізації соціальних процесів. Прогнозний показник частки видатків зведеного бюджету України у ВВП на 2021–2030 рр. на: соціальний захист і соціальне забезпечення – 9.34 %; освіти – 5.84 %; охорону здоров'я – 3.32 %, духовний і фізичний розвиток – 0.79 % [17]. Інфляційні процеси значною мірою нівелювали стабілізаційну та компенсаторну функцію бюджетних видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення, суттєво вплинули на ефективність інвестиційної функції бюджетних видатків на соціальний розвиток, зменшуючи реальне фінансування відповідних соціальних програм.

Адаптивність державної фінансової політики є важливою умовою підвищення її дієвості у системі забезпечення суспільного розвитку, необхідним є розвиток бюджетної архітекtonіки [6]. Оцінка впливу державної фінансової політики на розвиток бюджетної архітекtonіки має враховувати трансформації управління державних фінансів, що сприятиме розбудові інституційного середовища і досягненню результативних показників соціальних програм.

Пріоритетними напрямками соціально орієнтованої бюджетної політики, підвищення ефективності соціальних видатків бюджету є відповідальне вирішення функціональних соціальних завдань, посилення інституційної спроможності місцевого самоврядування, забезпечення фінансової стійкості, збалансованості державного і місцевих бюджетів. На сучасному етапі особливої значущості набувають питання покращання дієвості інституту бюджетного планування, досягнення збалансованості державного та місцевих бюджетів, оптимізації розподілу видаткових бюджетних повноважень між рівнями державного управління та місцевого самоврядування з метою якісного надання суспільних послуг. Використання сучасних методів бюджетного планування сприятиме посиленню ефективності використання бюджетних коштів.

Підвищення дієвості бюджетно-податкової політики як інструменту державної фінансової політики соціального розвитку потребує узгодження стратегічних орієнтирів суспільного розвитку і бюджетних програм, ефективного задіяння складових механізму фінансового регулювання соціального розвитку і механізмів монетарного регулювання. Дієвість бюджетно-податкової політики має поєднуватися з її відповідальністю та ефективністю. Цілі, принципи та пріоритети ефективної та відповідальної бюджетно-податкової політики мають бути орієнтовані на стабільний соціальний розвиток, що передбачає забезпечення науково обґрунтованих соціальних стандартів, зростання якості життя населення. Відповідно потребує вдосконалення система бюджетного прогнозування і планування, державного аудиту з підвищенням рівня прозорості бюджетного процесу, бюджетного регулювання.

Важливим завданням стає підвищення ефективності місцевих бюджетів як інструменту реалізації соціальних пріоритетів бюджетної політики, що характеризується їх можливостями регулювання процесів

соціального розвитку суспільства та стійкості до негативних впливів зовнішнього середовища. Формуванню збалансованих, стійких місцевих бюджетів у сучасних умовах сприятиме забезпечення макроекономічної стабільності, зокрема формування та реалізації скоординованої податкової, бюджетної політики та соціальної політики [9;19].

Формування та реалізація стратегічних напрямів державної фінансової політики соціального розвитку має здійснюватися на основі зміцнення інституту соціальної відповідальності всіх суб'єктів фінансово-економічних відносин з урахуванням розвитку інституційної архітектури фінансової системи, її фінансово-регулятивного потенціалу, що полягає у формуванні системи цілей і завдань, дотриманні оптимальних співвідношень бюджетно-податкових і монетарних складових, їх узгодженості із зовнішніми впливами і внутрішніми трансформаціями соціального, інституційного й економічного середовища. Важливим аспектом є ідентифікація домінуючих факторів впливу на формування та реалізацію державної фінансової політики соціального розвитку, що генеруються екзогенним та ендогенним середовищем та впливають на дієвість її фінансового інструментарію. Врахування їх значущості на певному етапі розвитку суспільства при формуванні цілей і завдань державної фінансової політики сприятиме підвищенню адаптивності та дієвості фінансових інструментів у контексті прогнозування та оцінки наслідків впливу на соціальний розвиток на середньострокову перспективу та визначенні стратегічних напрямів подальшого розвитку соціуму.

Удосконалення інституту державної фінансової політики соціального розвитку має здійснюватися на основі формування єдиного фінансового (бюджетного, податкового, монетарного, інвестиційного тощо) і соціального простору, тісно пов'язаних з національним інституційним середовищем.

Стратегічними орієнтирами державної фінансової політики соціального розвитку суспільства має стати розвиток малого і середнього підприємництва та публічно-приватного партнерства. В умовах рецесії важливо задіяти важелі та інструменти, що стабілізують умови функціонування малих підприємств, сприяють самозайнятості населення та підтримці певного рівня життя громадян. На стадії економічного зростання держава має активно задіяти фінансові інструменти і важелі стимулювання розвитку та зміцнення малих і середніх підприємств. Активізація механізмів публічно-приватного партнерства у системі соціального розвитку суспільства щодо фінансування пріоритетних соціальних програм та проектів потребує використання стимулюючих фінансових механізмів, інструментів і важелів. В умовах обмеженості бюджетних коштів зростає роль публічно-приватного партнерства у розвитку фінансування суспільно значимих соціальних проектів у галузі освіти, науки, охорони здоров'я. Важливим є використання потенціалу співробітництва з міжнародними організаціями як одного з можливих джерел

фінансового забезпечення реалізації інноваційних проєктів і програм соціального спрямування. Реалізація зазначеного приведе до зростання зайнятості населення, підвищення кількості й якості суспільних послуг, впровадження інновацій, підвищення ефективності видатків державного та місцевих бюджетів, прозорості бюджетного процесу.

В умовах поглиблення глобалізаційних процесів важливо створювати відповідні інституційні механізми, здатні позитивно впливати на розвиток соціальної сфери, комплексне використання фінансового інструментарію з урахуванням гармонізації інтересів держави, економічних суб'єктів, суспільства, потреб населення та проведення дієвої державної фінансової політики, що сприятиме розвитку системи соціальної відповідальності у суспільстві.

Висновки. Державна фінансова політика на загальнодержавному та місцевому рівнях за умов динамізму соціально-економічного середовища формується для сприяння стабілізації розвитку суспільства. Вагомими завданнями державної фінансової політики суспільного розвитку є забезпечення соціальної стабільності, створення сприятливих умов для стійкого ендегенного економічного зростання, досягнення якості життя населення, стимулювання людського потенціалу, забезпечення достатнього рівня зайнятості населення.

Важливим є узгодження державної фінансової та соціальної політики, що має ґрунтуватися на діалектичній єдності цілей щодо соціального розвитку суспільства з процесами посилення його фінансового потенціалу. Обсяг і структура фінансових ресурсів та заходів мають координуватися із завданнями соціального розвитку країни.

Стратегічні напрями державної фінансової політики соціального розвитку, ґрунтуючись на результатах аналізу існуючих соціально-економічних тенденцій, достовірних прогнозах, врахуванні факторів економічного та інституційного середовища, передбачають: підвищення дієвості бюджетно-податкової політики як інструменту забезпечення соціального розвитку суспільства, задіяння фінансових важелів активізації підприємницької діяльності як основи формування середнього класу, підвищення ролі державно-приватного партнерства у системі соціального розвитку суспільства.

Потребують подальшого вдосконалення підходи до розробки та реалізації державної фінансової політики на основі формування та зміцнення інституту соціальної відповідальності економічних суб'єктів з урахуванням розвитку інституційної архітектури фінансової системи, посилення взаємозв'язку фінансово-економічних відносин та необхідності узгодження поточних потреб соціуму зі стратегічними пріоритетами розбудови соціально орієнтованої економіки. Вплив інструментів державної фінансової політики на якість життя населення ґрунтується на поєднанні складових фінансової архітектури, урахуванні змін економічного й інституційного середовища та перетворень фінансової

системи. Важливо дотримуватися вимог адаптивності та результативності державної фінансової політики у системі забезпечення соціального розвитку суспільства на основі реалізації регуляторного потенціалу, посилення дієвості інструментарію бюджетно-податкової та грошово-кредитної політики.

Розробка і реалізація державної фінансової політики соціального розвитку має здійснюватися з обґрунтуванням доцільності та особливостей використання фінансового інструментарію як розвинених країн, так і країн з трансформаційною економікою. У сучасних умовах доцільно формувати державну фінансову політику соціального розвитку, яка сприяла б: реалізації завдання оптимальних обсягів перерозподілу валового внутрішнього продукту через систему публічних фінансів; підтримці соціальної політики випереджаючого характеру; забезпеченню активної політики щодо підтримки зайнятості працездатного населення; реалізації соціальної солідарності та субсидіарності; наданні дієвої допомоги соціально незахищеним верствам населення. Для досягнення збалансованості між податковим та борговим навантаженням доцільним є впровадження дієвих фінансових механізмів, що дасть змогу активізувати якісні зміни відповідного інституційного середовища, забезпечити динамічну стійкість публічних фінансів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Afonso A., Jalles J. Fiscal composition and long-term growth. *Applied Economics*. 2014. Vol. 46 (3). P. 349-358.
2. Геєць В. М., Даниленко А. І., Лібанова Е. М., Гриценко А. А. та ін. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь; за заг. ред. В. М. Геєця та ін. Київ: НАН України, 2015. 336 с.
3. Чугунов І. Я., Кучер Г. В. Фінансові ресурси державного сектора економіки. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 3. С. 40-52.
4. Лук'яненко І. Г., Фарина О. І. Макрофінансова стабільність: моделі та методи оцінки: монографія. Київ: НаУКМА, 2016. 185 с.
5. Мазаракі А. А., Волосович С. В. Домінанти інституційної модернізації фінансової системи України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. № 1. С. 5-23.
6. Budget policy of social development. Chugunov I., Kaneva T., Pasichnyi M. et al. General editorship Chugunov I. Scientific Route. Tallinn, Estonia. 2018. 348 p.
7. Лисяк Л. В., Журавель М. О. Бюджетна політика як інструмент забезпечення фінансової безпеки України. *Modern economics*. 2018. № 9. С. 53-59.
8. Чугунов І. Я., Павелко А. В., Канєва Т. В. та ін. Державне фінансове регулювання економічних перетворень: монографія; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2015. 376 с.
9. Chugunov I., Makohon V. Fiscal strategy as an instrument of economic growth. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2019. Vol. 5. No. 3. P. 213-217.
10. Державна казначейська служба України. Офіційний сайт. URL: <http://www.treasury.gov.ua>.

11. Державна служба статистики. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Afonso A., Sousa R. M. The macroeconomic effects of fiscal policy. *Applied Economics*. 2012. Vol. 44 (34). P. 439-454.
13. Б'юкенен Дж. М., Масгрейв Р. А. Суспільні фінанси і суспільний вибір: два протилежних бачення держави; пер. з англ. Київ: Академія. 2004. 175 с.
14. Delong J., Summers L. Fiscal policy in a depressed economy. *Brookings Papers on Economic Activity*. 2012. Vol.1. P. 233-297.
15. Stiglitz J., Ocampo J. A., Spiegel S. et. al. Stability with Growth: Macroeconomics, Liberalization and Development. Oxford: Oxford University Press, 2006. 352 p.
16. Tanzi V. Fiscal policies in economies in transition. Washington DC: International Monetary Fund. 2004. 359 p.
17. Качула С. В. Державна фінансова політика соціального розвитку: монографія. Київ: КНТЕУ, 2019. 424 с.
18. Чугунов І. Я., Самошкіна О. А. Видатки бюджету в системі державного регулювання соціально-економічного розвитку країни. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 2. С.103-121.
19. Chugunov I., Kachula S. State financial policy as a component of social-economic development of society. The potential of modern science. Vol. 2. Sciecee Publishing. London, United Kingdom. 2019. P. 29-44.

Стаття надійшла до редакції 28.01.2020.

Chugunov I., Kachula S. State financial policy of ensuring social development of society.

Background. Institutional transformations in the economy and social sphere need to strengthen the effectiveness of the country's financial policies aimed at realizing the priorities of social development, using effective financial and economic mechanisms, creating a favorable institutional environment, strengthening the institutions of social responsibility and partnership. It is important to substantiate the conceptual provisions of the coordination of public financial policy instruments with the goals and objectives of social policy, taking into account economic cyclicity and the institutional environment standing. Public financial policy adaptability is a prerequisite for increasing its effectiveness in the system of social development, and it is advisable to budgetary architecture further development.

The **aim** of the article is to reveal the theoretical foundations and to improve the methodological provisions of the formation and implementation of public financial policy as the society social development ensuring tool.

Materials and methods. The set of methods and approaches are used in the work, in particular: dialectical, systemic and institutional approaches are used – disclosure of the essence of the state financial policy as a component of social development financial support system; analysis and synthesis, scientific abstraction applied in the development of conceptual foundations for the formation and implementation of social development state financial policy strategic directions.

Results. We have revealed the essence of public financial policy as a component of the system of social development financial support. The system of principles that should be observed in the formulation and implementation of social development financial policy is defined. The main indicators of the public financial and social policy of Ukraine in 2000-2018 are analyzed and evaluated. The provisions on the assessment of the impact of public financial policy on the development of budgetary architecture are improved, taking into account public

finance management transformation, which will contribute to the institutional environment building and social programs indicators achieving. Institutional framework for social development budgetary policy development is grounded, based on scientifically justified country and administrative-territorial units social development priorities, strategic goals of social policy, social programs financing sources optimization, which will contribute to strengthening of budgetary system balance and stability in the conditions of limited budget. Approaches to enhancing the role of public financial policy in the development of small and medium-sized enterprises is developed to increase employment rates and public-private partnerships to provide priority funding for socially significant innovation projects and social programs in the fields of education, health care, and culture.

Conclusion. An important condition for sustainable social development is an effective model of public financial policy. Measures of influence of the main components-instruments of the state financial policy of social development – fiscal, monetary and credit policy – should be coordinated not only among themselves but also with the state social policy. In today's context, it is advisable to formulate the social development public financial policy that would help to achieve the goal of optimal redistribution of gross domestic product through the system of public finances; supporting proactive social policies; providing active policies to support the working population employment; the share of private and public organizations in providing social services increasing stimulating; realization of social solidarity and subsidiarity; effective help to vulnerable populations. It is necessary to update the state and local government social obligations, to draw up a list of standards and public services guaranteed by the budget, standards of their financial support.

It is determined that the implementation of social development state financial policy strategic directions includes the involvement of small and medium-sized businesses activation financial levers, increasing the role of public-private partnership in the social development system.

Keywords: state financial policy, social development, budget, budget policy, budget architectonics, financial instruments, social responsibility, public-private partnership.

REFERENCES

1. Afonso, A., Jalles, J. (2014). Fiscal composition and long-term growth. *Applied Economics*. (Vol. 46 (3), 349-358 [in English].
2. Heets, V. M., Danilenko, A. I., Libanova, E. M., Gritsenko, A. A. et. al. (2015). *Innovatsiina Ukraina 2020: natsionalna dopovid [Innovative Ukraine 2020: National Report]*. V. M. Heits (Ed.). Kyiv: NAN Ukraine [in Ukrainian].
3. Chugunov, I. Ya. & Kucher, G.V. (2019). Finansovi resursi derzhavnogo sektora ekonomiki [Public sector financial resources]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 40-52 [in Ukrainian].
4. Luk'janenko, I. G., & Faryna, O. I. (2016). Makrofinansova stabil'nist': modeli ta metody ocinky [Macrofinancial stability: models and methods of assessment]. Kyiv: NaUKMA [in Ukrainian].
5. Mazaraki, A. A., & Volosovych, S. V. (2016). Dominanty instytucijnoi' modernizacii' finansovoi' systemy Ukrainy [Dominants of institutional modernization of financial system of Ukraine]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 1, 5-23 [in Ukrainian].
6. Chugunov I., Kaneva T., Pasichnyi M. et al. Budget policy of social development (2018). Chugunov I. (Ed.). Scientific Route. Tallinn, Estonia [in English].
7. Lysjak, L. V., & Zhuravel', M. O. (2018). Bjudzhetna polityka jak instrument zabezpechennja finansovoi' bezpeky Ukrainy [Budget policy as an instrument of financial security of Ukraine]. *Modern economics*, 9, 53-59 [in Ukrainian].

8. Chugunov, I. Y., Pavelko, A. V., & Kanjeva, T. V. et al. (2015). *Derzhavne finansove reguljuvannja ekonomichnyh peretvoren'* [State financial regulation of economic transformations]. A. A. Mazaraki (Ed). Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics [in Ukrainian].
9. Chugunov, I. Y., & Makohon, V. D. (2019). Byudzhetna stratehiya v umovakh ekonomichnyh peretvoren' [Budget strategy in the context of economic transformations]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 5, 5-18 [in Ukrainian].
10. Derzhavna kaznachejs'ka sluzhba Ukrayiny' [The State Treasury Service of Ukraine]. Retrieved from <http://www.treasury.gov.ua> [in Ukrainian].
11. Derzhavna sluzhba statystyky [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
12. Afonso, A., & Sousa Ricardo, M. (2012). The macroeconomic effects of fiscal policy. *Applied Economics*. (Vol. 44 (34), 439- 454 [in English].
13. B'yukenen, J. M., & Musgrave, R. A. (2004). *Suspil'ni finansy i suspil'nyy vybir: dva protylezhnykh bachennya derzhavy* [Public finance and public choice: two opposing visions of the state]. [Trans]. Kyiv: Akademiya [in Ukrainian].
14. Delong, J., & Summers L. (2012). Fiscal policy in a depressed economy. *Brookings Papers on Economic Activity*. (Vol.1), 233-297 [in English].
15. Stiglitz, J., Ocampo, J. A., Spiegel, S. et. al. (2006). *Stability with Growth: Macroeconomics, Liberalization and Development*. Oxford: Oxford University Press [in English].
16. Tanzi, V. (2004). *Fiscal policies in economies in transition*. Washington DC: International Monetary Fund [in English].
17. Kachula S. V. (2019). *Derzhavna finansova polityka sotsial'noho rozvytku* [State financial policy of social development]. Kyiv: Kyiv. nac. torg.-ekon. un-t [in Ukrainian].
18. Chugunov, I. Y., & Samoshkina, O. A. (2019). Vydatky biudzhetu v systemi derzhavnogo rehuliuвання sotsialno ekonomichnoho rozvytku krainy [Budget expenditures in the system of state regulation of socio-economic development of the country]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 2, 103-121 [in Ukrainian].
19. Chugunov I., Kachula S. (2019). State financial policy as a component of socio-economic development of society. The potential of modern science. (Vol. 2). Science Publishing. London, United Kingdom, 29-44 [in English].