

ISSN (Print): 2521-666X
ISSN (Online): 2706-9079

Науковий погляд: економіка та управління

№1 (71) / 2021



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

Науковий погляд: економіка та управління
(правонаступник наукового журналу
“Вісник Академії митної служби України. Серія: “Економіка”)
Заснований Університетом митної справи та фінансів у травні 1999 р.

Головний редактор:

Заруцька Олена Павлівна – доктор економічних наук, завідувач кафедри банківської справи та фінансових послуг, Університет митної справи та фінансів

Заступники головного редактора:

Лисяк Любов Валентинівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри державних, місцевих та корпоративних фінансів, Університет митної справи та фінансів

Петруня Юрій Євгенович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Університет митної справи та фінансів

Члени редакційної колегії:

Баранник Лілія Борисівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціального забезпечення та податкової політики, Університет митної справи та фінансів

Вакульчик Олена Михайлівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування, Університет митної справи та фінансів

Григораш Ольга Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри державних, місцевих та корпоративних фінансів, Університет митної справи та фінансів

Жадько Костянтин Степанович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, маркетингу та економіки підприємств, Університет митної справи та фінансів

Фесенко Валерія Валеріївна – доктор економічних наук, професор кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування, Університет митної справи та фінансів

Фролов Сергій Михайлович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри державних, місцевих та корпоративних фінансів, Університет митної справи та фінансів

Павлов Роман Анатолійович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дорина Елена Борисовна – доктор економічних наук, професор, завідувача кафедрою національної економіки державного управління, Белорусский государственный экономический университет (Республика Беларусь)

Olexandr Nekhay – D.Sc. (Economics), Professor of the Department of Economics, University Loyola Andalusia (Sevilla, Spain)

Деревянко Тетяна Пилипівна (відповідальний секретар)

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 21856-11756 ПР,
видане Міністерством юстиції України 21 грудня 2015 року.

Науковий журнал включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 17 березня 2020 року № 409 (Додаток 1)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;
072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 232 – Соціальне забезпечення

Періодичність видання: шість разів на рік

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази **Index Copernicus**

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет відповідно до рішення вченої ради
Університету митної справи та фінансів (від 13 січня 2021 року протокол №9)

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою
програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Краус Н.М., Краус К.М., Манжура О.В.

Інститут довіри в умовах цифровізації економіки: теорія та практика управління.....5

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Грабар М.В., Кашка М.Ю.

Аюрведа як перспективний напрям розвитку лікувально-оздоровчого туризму.....12

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Грущинська Н.М., Михальченко О.А.

Евристика тенденцій управління у сучасних світових процесах.....17

Кепко В.М., Новікова В.В., Стаднік Л.І.

Захист прав споживачів непродовольчих товарів у сфері електронної торгівлі: європейський досвід.....23

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Сотніков Ю.М., Єрешко А.І.

Маркетингові проблеми розвитку ритейлу.....29

Ліпич Л.Г., Хілуха О.А., Кушнір М.А.

Інформаційна система управління підприємством та її ІТ-підсистеми.....33

Табенська О.І.

Особливості діяльності сфери гостинності в умовах пандемії.....40

Чура С.-Г. Т.

Холістичне управління економічною безпекою підприємства46

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Міщенко Р.О., Гордей О.Д.

Теоретико-організаційні аспекти бюджетного стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні.....50

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Банера Н.П., Гелей Л.О.

Фінансова звітність суб'єктів малого підприємництва: оцінка та шляхи підвищення інформативності показників.....55

Вакульчик О.М., Брайко В.С.

Перспективи та проблеми впровадження блокчейн-технологій в обліку та аудиті.....63

Гончаренко Н.Г.

Бухгалтерський облік як засіб забезпечення управління фінансами бюджетних установ в умовах переходу до міжнародних стандартів – теоретичний аспект71

Дубицький Д.П., Волкова О.А.

Особливості обліку витрат продукції текстильної промисловості під час експорту за тендерними контрактами.....76

CONTENTS

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Kraus Nataliia, Kraus Kateryna, Manzhura Oleksandr

Institute of trust in economic digitalization conditions: management theory and practice.....5

WORLD ECONOMY

AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Hrabar Maryna, Kashka Mariya

Ayurveda as a prospective direction of health tourism development.....12

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Hrushchynska Natalia, Mikhalchenko Alexey

Heuristics of management trends in modern world processes.....17

Kepko Valentyna, Novikova Victoria, Stadnik Leonid

Protection of the rights of consumers of non-food goods
in the field of electronic commerce: European experience..... 23

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Sotnikov Yurii, Ereshko Andrii

Marketing problems of retail development.....29

Lipych Lubov, Khilukha Oksana, Kushnir Myroslava

Enterprise management information system and IT-subsystems.....33

Tabenska Oksana

Features of hospitality activity in the conditions of a pandemic.....40

Chura Sophia-Anna

Of holistic management of economic security of the enterprise46

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Mishchenko Rafael, Gordey Oksana

Theoretical and organizational aspects of budget stimulation
of innovation and investment activity in Ukraine.....50

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Banera Nadiia, Heley Lyudmila

Financial statements of small enterprises:
assessment and ways to increase the informativeness of indicators.....55

Vakulchyk Olena, Brayko Vladislav

Prospects and problems of integration blockchain technology into accounting and auditing.....63

Honcharenko Natalia

Accounting as a means of providing financial management of budgetary institutions
in the conditions of transition to international standards – theoretche theoretch.....71

Dubytskyi Denys, Volkova Olena

Features of accounting of costs of textile industry products at export under tender contracts.....76

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2021-71-1>

УДК 330.837:330.341.1

Краус Н.М.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри фінансів та економіки,
Київський університет імені Бориса Грінченка

Краус К.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління,
Київський університет імені Бориса Грінченка

Манжура О.В.

доктор економічних наук, доцент, проректор,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Kraus Nataliia, Kraus Kateryna

Borys Grinchenko Kyiv University

Manzhura Oleksandr

Poltava University of Economics and Trade

ІНСТИТУТ ДОВІРИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ

INSTITUTE OF TRUST IN ECONOMIC DIGITALIZATION CONDITIONS: MANAGEMENT THEORY AND PRACTICE

Досліджено інститут довіри крізь призму цифровізації та визначено її важливу роль в управлінні на різних рівнях економічної агрегації. Запропоновано авторське бачення механізму формування й управління довірою клієнтів на засадах цифровізації. Важлива роль у побудові довіри в компанії належить топ-менеджменту. Відповідальність за розвиток відповідної культури лежить на плечах керівництва, а потім – кожного співробітника. Встановлено, що довіра і недовіра існують на всіх рівнях взаємодії: всередині організації, ринку, суспільства, країни і за їх межами. Наведено рейтинг інституту довіри до урядових інститутів в окремих країнах світу в 2011 р. і 2018 р. За цим рейтингом лідером у 2011 р. та 2018 р. був Сінгапур. Україна за цим показником у 2011 р. була на останній позиції, а у 2018 р. – на 4-му місці з кінця.

Ключові слова: інститут довіри, управління довірою клієнтів, цифровізація економіки, інституціональна довіра.

Исследован институт доверия сквозь призму цифровизации и определена его важная роль в управлении на разных уровнях экономической агрегации. Предложено авторское видение механизма формирования и управления доверием клиентов на основе цифровизации. Важная роль в построении доверия в компании принадлежит топ-менеджменту. Ответственность за развитие соответствующей культуры лежит на плечах руководства, а потом – каждого сотрудника. Установлено, что доверие и недоверие существуют на всех уровнях взаимодействия: внутри организации, рынка, общества, страны и за их пределами. Представлен рейтинг института доверия к правительственным институтам в отдельных странах мира в 2011 г. и 2018 г. По рейтингу лидером в 2011 г. и 2018 г. был Сингапур. Украина по этому показателю в 2011 г. была на последней позиции, а в 2018 г. – на 4-м с конца месте.

Ключевые слова: институт доверия, управление доверием клиентов, цифровизация экономики, институциональное доверие.

The article examines the institute of trust through the prism of digitization and defines its important role in managing at different levels of economic aggregation. An attempt has been made to fully convey content of latest Big data digital technology in the trust management system. Author's vision of the mechanism of formation and management of customer trust on basis of digitalization is offered, to define its characteristic features and to reveal content. Authors have expressed the opinion that today: most investors' decisions are based on trust; top management plays a decisive role in building trust, but it is important that everyone in the organization learns how to build trust; trust or distrust exists at all levels of interaction: inside the organization, the market, society, country and beyond. It was determined that an important role in building trust in a company belongs to top management. Responsibility for the development of an appropriate culture lies with the leadership, and only then – with each employee. It has been established that trust or distrust exist at all levels of interaction: within an organization, market, society, country and beyond. However, today the need for trust is expanding in trust in machines, algorithms and data analytics. The article also presents mechanism of building customer confidence on basis of

digitalization, which will cover four important components. It is justified by the research, importance of building trust-based relationships, tools for building trust-based relationships, the problems that arise in building long-term relationships in trust in the context of digitalization, based on the success of two Ukrainian companies. The correlation between the level of institutional and interpersonal trust from the point of view of digitization of the economy is revealed. Rating of Institute of trust in governmental institutions in selected countries in 2011 and 2018 is presented. According to rating of Institute of Public Trust in Government Institutions, Singapore was the leader in 2011 and 2018. Ukraine was in the last position in 2011, in 2018 it was in 4th place at the end of the ranking.

Key words: institute of trust, customer trust management, digitalisation of economy, organization trust management, institutional trust.

Постановка проблеми. Довіра – це фундаментальна основа розвитку бізнесу та економіки будь-якої країни. Довіру важко отримати, але досить легко втратити. Довіра є визначальним фактором успіху або невдачі суб'єктів господарювання чи країни загалом. У сучасну епоху прискореної та динамічної діджиталізації і невідворотного хаосу довіра дає змогу представникам бізнесу зменшити невизначеність та підтримує його стійкість. Довіра є нині дієвим та ефективним інструментом заохочення працівників, вимірником ступеня задоволення та лояльності споживачів, індикатором успіху суб'єктів господарювання на світовій арені.

Саме низкою вищеперахованих чинників і викликана потреба у цьому науковому дослідженні, що полягає у з'ясуванні та обґрунтуванні ключових індикаторів довіри до бізнесу та країни загалом; виявленні засад, на яких ґрунтується довіра між людьми, суспільством, бізнесом і владою; простеженні, як цифрова економіка змінює модель управління довірою; розробленні заходів для стимулювання та розвитку організаційної культури суб'єктів господарювання, заснованої на довірі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із дослідженням загальних аспектів факторів довіри та недовіри у процесі здійснення господарської діяльності та проблемами відновлення рівня довіри до різного роду інститутів пов'язані імена М. Безгубої [1], О. Голобородька [2], О. Дзюблюка [3], О. Кузьміна [4], Н. Лухмана [5], Г. Лоурі [6], П. Леоненка [7], О. Манжури [8], В. Мельника [9], М. Пасічного [10], Р. Нуреева [11], В. Нападистої [12], Дж. Стігліца [13] та інших.

Водночас значна кількість проблем, таких, наприклад, як інституційні засади суспільної довіри до реформування системи органів державної влади, структурні складники довіри, розбудова відносин, що засновані на довірі, та загалом шляхи відновлення міжособистісної довіри та механізм формування довіри клієнта на засадах цифровізації залишаються недостатньо дослідженими і потребують глибокого вивчення. До того ж відсутнє чітке трактування категоріального ряду, що супроводжує розкриття змісту понять «довіра», «інституційна довіра», «цифровізація».

Формування цілей статті. Запропонувати авторське бачення механізму формування довіри клієнтів на засадах цифровізації, визначити його характерні особливості та розкрити зміст. Дослідити співвідношення рівня інституціональної й міжособистісної довіри з позиції цифровізації економіки. Вказати рейтинг інституту довіри до урядових інститутів в окремих країнах світу в 2011 і 2018 роках. Визначити вагомість розбудови відносин, заснованих на довірі, інструменти для

побудови відносин на довірі, проблеми, що мають місце у розбудові довготривалих відносин на довірі в умовах цифровізації, на прикладі успіху двох українських компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Криза довіри спостерігається в усьому світі. За невеликими винятками, рівень довіри впав майже у кожній розвиненій країні та у багатьох країнах, що розвиваються (табл. 1). Довіра важлива в усіх сферах суспільного життя. Роль довіри до економічних процесів і довіри всередині них нині недооцінена [13, с. 189].

Таблиця 1
Рейтинг інституту суспільної довіри до урядових інститутів в окремих країнах світу в 2011 і 2018 роках

Країна	Суспільна довіра до урядових інститутів	
	2011 р.	2018 р.
Сінгапур	6,4	6,4
Швеція	5,8	5,2
Фінляндія	5,0	5,8
Данія	5,4	5,1
Швейцарія	5,1	5,5
Нідерланди	5,1	5,6
Канада	4,4	5,0
Велика Британія	3,4	4,8
Німеччина	3,7	5,1
Японія	3,2	4,5
Франція	3,7	3,6
США	3,2	4,8
Китай	4,2	4,5
Індія	2,3	4,2
Бразилія	2,1	1,3
Польща	2,5	2,3
Грузія	2,8	2,9
Росія	2,7	3,4
Казахстан	3,3	3,8
Латвія	2,4	2,3
Естонія	3,9	3,8
Україна	2,0	2,5

Примітка: оцінка за семибальною шкалою

Джерело: 14, с. 18–19, 391–394; 15, с. 70–71, 82–83, 90–91, 104–105, 114–115, 118–121, 124–127, 146–147, 160–161, 164–165, 218–219, 240–248, 262–263, 276–279, 296–297, 300–303.

Довіра виникає за наявності бажаного блага й очікування користі. До того ж довіра – це гуманна і гуманістична позиція, яка можлива за наявності загальної установки на довіру. Довіра може бути вибірковою як

результат довіри або розрахунку, відповідно її можна розглядати як ситуативно зумовлену [16, с. 183–187].

Усі бренди існують нині в межах великого інформаційного нарративу, але сьогоdnішній нарратив – цинічний і не сприяє встановленню довіри. На цьому тлі те, що споживачі сприймають як бренд, зазнає стрімких змін. Сприйняття бренду споживачами формується на основі їхнього власного досвіду, воно будується у кожному акті взаємодії, у кожній точці зіткнення та кожній публікації у соціальних медіа. Бренд – це сума слів, вчинків та операційної філософії компанії. Так, міленіали тяжіють до організацій, які демонструють, що їхні цінності та переконання виходять за межі простого заробляння грошей. Вони шукають фірми, які доносять свої ключові принципи відкрито і переконливо, які вибудовують свій бренд навколо захоплюючої мети і в яких «чому» та «як» не менш важливі, ніж «що».

К. Ерроу, лауреат Нобелівської премії в галузі економіки, тлумачить довіру як очікування членів суспільства щодо етичного, передбачуваного, чесного відношення один до одного. Це своєрідне «мастило суспільного механізму», вважає науковець [6]. Знаний закордонний дослідник Н. Луман у своїй праці «Влада і довіра» наголошував, що риси сучасного суспільства, зокрема ускладненість соціальних відносин, збільшення ризиків і, як наслідок, невпевненість у завтрашньому дні, тільки підвищують значимість соціальної довіри як вагомого принципу суспільних інтеракцій [5, с. 112].

Більшість дослідників відзначає, що довіра у відносинах, у т.ч. господарських, виникає в умовах відкритості, невизначеності, вразливості, відсутності контролю і характеризується як установка тієї чи іншої особи до зниження суб'єктивної оцінки ризиків, пов'язаних із поведінкою партнера із взаємодії. Проте недовіра також виникає лише за наявності всіх перерахованих вище умов. За відсутності відкритості, вразливості і невизначеності не було б і побоювань, пов'язаних з ними, а отже, підстав не тільки для довіри, але і для недовіри [9, с. 71].

Не таємниця, що більшість рішень інвесторів будуються на довірі. Інвестори мають розуміти, у що інвестують, які є проблемні питання та ймовірні ризики. Інвестори опікуються досить широким колом питань: від того, чи підлягатиме бізнес санкціям, до того, чи практикує певний суб'єкт господарювання шахрайство та нечесні «правила гри» у бізнесі. У разі хоча б найменшого сумніву будь-яку інформацію від такого суб'єкта господарювання інвестор буде сприймати як ненадійну, недостовірну, неповну. Логіка інвесторів проста: якщо бізнес-суб'єкт раз вчинив нечесно та недобросовісно, то чи можна довіряти усій іншій інформації, яку він надає публічно? За відсутності довіри до роботодавця виникає ситуація замкнутого кола: роботодавець не може долучити найкращих працівників, а без них, ймовірно, не зможе підтримувати довіру з боку інших стейкхолдерів.

Визначальна роль у побудові довіри в компанії належить топ-менеджменту, але важливо, щоб кожен

в організації навчався того, як вибудовувати довіру. Відповідальність за розбудову відповідної культури лежить на плечах керівництва, а вже потім – кожного співробітника, який повинен розуміти та підтримувати цю культуру. Крім того, важливо знаходити час на аналіз, щоб зрозуміти, що є чинниками формування довіри для ділових партнерів, співробітників і колег зі всього світу. На окремих ринках важливо створити відносини поза роботою, в інших – важливіше зосередити увагу на знаннях і вражаючій презентації під час зустрічі.

Для визначення рівня довіри слід прислухатися до працівників і клієнтів, проводити анонімні дослідження та отримувати реальну оцінку ситуації з боку стейкхолдерів. Правда завжди є незручною, але вона повинна підказати, як краще змінити стан речей. Ще один результативний спосіб – гаряча лінія, яку можна застосувати у разі, якщо співробітники мають змогу повідомити про неправомірні дії, а роботодавець повідомляє команду про те, яких кроків він вжив, не розкриваючи конфіденційну і приватну інформацію. Це допоможе побудувати справжню культуру довіри. Механізм формування довіри клієнта на засадах цифровізації наведено на рис. 1.

Українські науковці О. Кузьмін та І. Литвин у своїх дослідженнях виокремили як чинник успіху діяльності будь-якого суб'єкта господарювання довіру. Під нею вони розуміють «суб'єктивну віру в ймовірність чесної дії потенційного партнера». Дослідники пропонують розрізняти загальну і персональну довіру. Варто зауважити, що загальна – це довіра між групами осіб (керуючою і керованою системою, інвесторами та групою менеджерів, які хочуть залучити інвестиції) [4, с. 131]. Цей фактор можна вважати як зовнішнім, так і внутрішнім.

Окрім вищевказаних двох видів довіри, в межах проблеми статті є потреба в розкритті змісту інституціональної довіри. Ця довіра є «основою складно організованих суспільств, де існують спеціальні організації, що генерують і підтримують «правила гри». Довіра до конкретних «правил гри» проектується на довіру до тих організацій, котрі створюють і реалізують ці правила. Оскільки головним «конструктором» інститутів у сучасному суспільстві є держава, то найбільш важливим аспектом інституціональної довіри слід вважати довіру до уряду» [11, с. 54].

Співвідношення рівня інституціональної і міжособистісної (міжособистісна є фундаментом будь-якого суспільства) довіри можна вважати своєрідним «термометром здоров'я суспільства» [11, с. 58]. Розрізняють чотири варіанти такого співвідношення, які з позиції цифровізації економіки потрібно розуміти таким чином:

– висока особистісна та інституціональна довіра (суспільство володіє значним соціальним капіталом, а влада сприяє його збереженню і відтворенню; цифровізація економіки проходить у сприятливому інституційному середовищі);

– високий рівень особистісної довіри при низькому рівні довіри інституціональної (суспільство існує

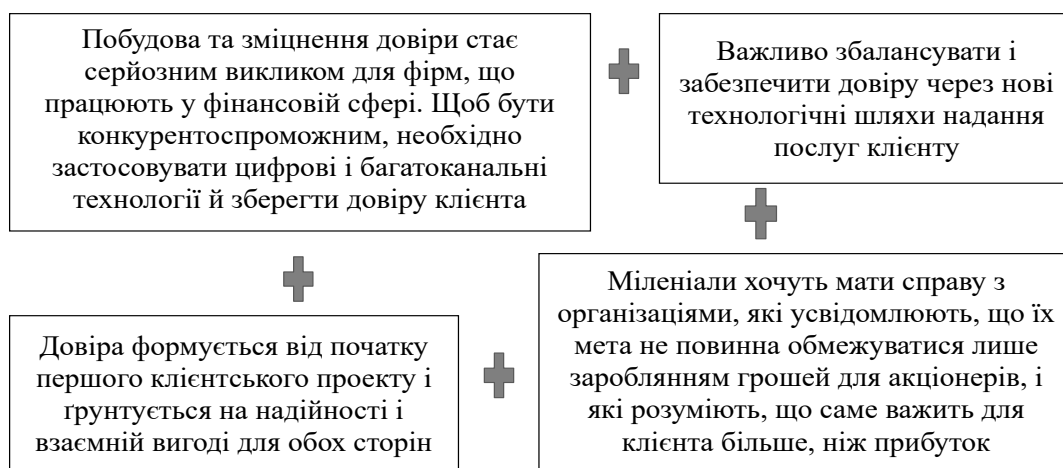


Рис. 1. Механізм формування довіри клієнта на засадах цифровізації

Джерело: розробка авторів

автономно від влади; цифровізація економіки можлива при бажанні, високій активності, інноваційній ментальності та економічній можливості громадянського суспільства);

– високий рівень інституціональної довіри при низькому рівні довіри особистісної – суспільство не може функціонувати самостійно і залежить від влади (цифровізація економіки можлива, але з відчутними перешкодами під час кооперації та взаємодії в середині бізнес-інкубаторів, науково-технічних парків, інноваційно-цифрових кластерів. Непорозуміння в середині цих структур уповільнить інноваційно-цифрові процеси);

– низька особистісна та інституціональна довіра – соціальна взаємодія в суспільстві «паралізована», влада не здатна контролювати ситуацію, координаційні дії ускладнені через взаємну недовіру. Цифровізація економіки за таких умов майже неможлива.

Розглянувши всі чотири варіанти співвідношень довіри та їх наслідки для проходження цифровізації економіки, стає очевидним, що відсутність довіри в українському суспільстві є однією з причин існуючих труднощів запланованої модернізації та реформування [17]. Вагомість розбудови відносин, заснованих на довірі, інструменти для побудови відносин на довірі, проблеми, що мають місце у розбудові довготривалих відносин на довірі, наведені в таблиці 2, в розрізі прикладів по двох компаніях.

Довіра і недовіра існують на всіх рівнях взаємодії: всередині організації, ринку, суспільства, країни та поза їх межами. Проте сьогодні потреба у довірі розширюється до довіри до машин, алгоритмів та аналітики даних. Не можна оминати увагою в системі управління довірою т.з. «революцію», що створила новітня цифрова технологія Big Data [18]. Ця технологія дозволяє аналізувати чимало показників, що сприяє ухваленню ефективних рішень. Вона дозволяє підвищувати продуктивність і прибутковість бізнесу.

Однак чим глибша інтеграція великих даних у бізнес-процеси, тим актуальніше звучить для компаній питання про управління довірою до цієї інформації. Як і будь-яке явище, Big Data також має два боки [19]. З одного боку, масив даних створює конкурентні переваги і дозволяє компанії бути гнучкішою за інших учасників ринку. З іншого – несе і вищий рівень ризиків: фактично керівники ухвалюють важливі рішення, грунтуючись на результатах алгоритмів, які вони досконало не розуміють.

Інтеграція Big Data в бізнес породжує тісний зв'язок між людиною і машиною, як наслідок, відповідальність керівників вищого рівня за якість даних порівняно з працівниками технічних підрозділів підвищується. Однак, на думку більшості керівників бізнесів, основна відповідальність за наслідки неправильних рішень, ухвалених на основі аналітичних матеріалів, має покладатися на технічні підрозділи. І це створює додаткові ризики під час використання даних. Приймаючи виклик з боку Big Data, компанії повинні вчитися ефективніше управляти стратегічним та операційним контролем, а менеджмент машин має стати настільки ж важливим, як і менеджмент людей.

Такий підхід забезпечить формування та підтримку довіри до компанії. Щоб вибудувати довіру та вимірювати її, слід постійно проводити «аудит» штучного інтелекту. При цьому вдаються до принципів і практики традиційних аудитів: три лінії захисту та оцінка ступеня впливу потенційних помилок. Як і у разі з фінансовою звітністю, громадські інтереси повинні бути найвищим пріоритетом для «аудитора», включаючи абсолютну готовність бути прозорими та тісно співпрацювати з національними та міжнародними регулюючими органами [20]. У цьому разі аудитор також підзвітний широкій громадськості, регуляторам і корпоративному сектору.

Сучасний розвиток суспільства створює нові передумови для налагодження комунікації між урядом,

Історії успіху компаній в Україні крізь призму інституту довіри

	Компанія	
	ПАТ “Укрпошта”	KPMG Law Ukraine
Вагомість розбудови відносин, заснованих на довірі	1. Лише відносини на довірі закладають основу для розбудови і втілення довгострокової стратегії. 2. Довіра між стейкхолдерами дозволяє готуватися до найгіршого, враховуючи ризики ймовірних змін у правилах гри.	1. Довіра – це основа успішного бізнесу, що дозволяє розвивати довготривалі ділові відносини та формувати лояльність клієнтів
Стейкхолдери компанії	Регулятор, акціонери, співробітники, клієнти	Судові органи, антикорупційні органи держави (НАБУ, САП, НАЗК)
Інструменти для побудови відносин на довірі	1. Спільні інтереси для всіх учасників (матеріальні чи нематеріальні) 2. Розбудова власної репутації, а не “покровительство” державних структур	1. Підвищення довіри до органів місцевого самоуправління 2. Проведення тренінгів, що спонукають до самореалізації, забезпечать можливість для навчання і кар’єрного зростання
Проблеми у розбудові довготривалих відносин на довірі	1. Відсутність змоги спілкуватися через e-mail через відсутність належної кількості ПК у співробітників 2. Офіційним “релізам” і “сторінкам” не довіряють, потрібні особисті зустрічі 3. Більшість клієнтів досі не сприймають цифрові канали отримання інформації	1. Відсутність макроекономічної стабільності 2. Високий рівень корупції в державі 3. Відсутність єдиних правил гри

Джерело: розробка авторів

бізнесом та громадою. Саме розбудова партнерських відносин стає для інституцій як одним із найважливіших підходів на шляху до досягнення спільних цілей, так і запорукою важливих змін у громадах і суспільстві загалом.

Розбудова відносин, заснованих на довірі, – досить складна і тривала робота. Тож надзвичайно важливо дотримуватися обіцянок. Це перший сигнал, що не можна покладатися не лише на офіційні документи, але й на звичайні людські стосунки [21]. Так зрозуміло, що будь-яке слово людини чи обіцянки влади справді чогось вартують. Довіра досить сильно впливає на надходження іноземних інвестицій, економічну активність всередині країни та створення іміджу країни за кордоном.

Сьогодні, на жаль, щодо України спостерігається брак довіри. Вкрай мало довіри є і всередині держави. Очевидно, що коли до дотримання зобов’язань ставляться не зовсім відповідально, це порушує баланс у відносинах зі стейкхолдерами – як українськими, так й іноземними. А це, у свою чергу, викликає недовіру і до країни загалом. І може бути причиною не зовсім коректних та однозначних висловлювань щодо ситуації в державі. Складно коментувати історію всього європейського суспільства. Природа людських стосунків в кожній країні схожа. Безумовно, нашаровуються ще релігія, політика, менталітет, економічний стан краї-

ни, зрілість суспільства. Історія накладає відбиток на свідомість людей та впливає на формування відносин із представниками влади, бізнесу та неурядовими організаціями.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективно працюючий інститут довіри дає змогу клієнту вирішити свої питання з компанією максимально швидко, не контактуючи з нею віч-на-віч, а через телефон, інтернет або мобільний додаток. До того ж з’являється інститут впевненості, який виступає гарантом того, що якщо клієнт звернувся, то проблема повністю вирішиться. Але нині компанії зіштовхуються з тим, що в Україні значна кількість людей не знають про онлайн-рішення, тобто особисті кабінети на сайтах компаній. Щоправда, й цифрові рішення для клієнта, як от, наприклад, в енергокомпаній теж ще недосконалі. Тож ми переконані, що довіру і культуру взаємодії за допомогою технологій ще потрібно формувати.

Незважаючи на масштабність наукових здобутків, що вже є наявними, все ж важливо в майбутньому відпрацювати стратегію смарт-спеціалізації й реформування регіональних дослідницьких та інноваційних систем в частині формування високого рівня довіри, що дозволить розподіляти державні інвестиції відповідно до галузевих пріоритетів та потреб ринку інновацій з досить високою ефективністю.

Список літератури:

1. Безгуба М.О. Напрями вдосконалення системи державних фінансів України. Вісник ДДФА. *Економічні науки*. 2014. № 1. С. 118–124.
2. Голобородько О.П., Краус Н.М., Краус К.М. Діагностика впливу R&D сектора вищої освіти на інновації підприємств в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6817> (дата звернення: 05.01.2020).
3. Дзюблук О. Соціально-економічні засади суспільної довіри до банківського сектору. *Вісник THEU*. 2016. № 2. С. 54–69.
4. Кузьмін О.Є. Венчурний бізнес : навч. посіб. Київ : Знання, 2012.

5. Luhmann N. *Trust and Power*. Chichester, England, John Wiley & Sons, 1979.
6. Loury G.A. *Dynamic Theory of Racial Income Differences. Women Minorities and Employment Discrimination*. Lexington : Lexington Books, 1977.
7. Краус Н.М., Леоненко П.М. Інституційні засади суспільної довіри до реформування системи управління державними фінансами. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Луцьк, 7 груд. 2017 р. Ч. 1. Луцьк : РВВ Луцького НТУ. С. 305–308.*
8. Манжура О.П., Краус Н.М., Краус К.М. Діагностика впливу досліджень та інноваційних розробок на трансфер технологій в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6873> (дата звернення: 10.03.2020).
9. Мельник В.П. Факторы доверия и недоверия в хозяйствовании. *Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая*. 2009. № 37–1. С. 74–75.
10. Пасічний М.Д. Інституційні засади розвитку фінансового регулювання економіки. *Економічний вісник університету*. 2015. № 27/1. С. 137–144.
11. Нуреев Р.М. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. Ч. I: *Российские домохозяйства. Серия “Научные доклады: независимый экономический анализ”*. 2010. С. 212. Москва : Москов. общественный науч. фонд.
12. Нападиста В. Феномен довіри у соціогуманітарному дискурсі сучасної України. *Наукові записки. ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2015. № 1 (81). С. 207–222.
13. Стігліц Дж. Ціна нерівності. Київ: Темпора, 2017.
14. The Global Competitiveness Report 2011–2012. *World Economic Forum. Geneva*. 2011. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf (дата звернення: 15.01.2020).
15. The Global Competitiveness Report 2017–2018. *World Economic Forum. Geneva*. 2018. URL: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2017-2018/Global_Competitiveness_Report_2017-2018.pdf (дата звернення: 14.01.2020).
16. Краус Н.М. Інноваційна економіка в глобальному світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019.
17. Марченко О.В., Краус К.М., Краус Н.М. Платформена економіка: наратив інноваційного становлення підприємницьких університетів та філософія розвитку на засадах цифровізації. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7566> (дата звернення: 30.01.2020).
18. Манжура О.В., Краус К.М., Краус Н.М. Екосистема гіг-економіки та підприємницького університету: еволюційна синергетика “вірусу інновацій” та “цифрового стрибка”. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7642> (дата звернення: 02.03.2020).
19. Марченко О.В., Краус К.М., Краус Н.М. Цифрова економіка та інноваційно-підприємницький університет крізь призму конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7705> (дата звернення: 01.12.2020).
20. Осецький В.Л., Краус К.М., Краус Н.М. Інститут власності та довіри в національній економіці: пріоритетизація, імпульси розвитку та кристалізація обрисів. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 39. С. 9–14. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/4.pdf (дата звернення: 30.12.2020).
21. Osetskiy V.L., Kraus K.M., Kraus N.M. New quality of financial institutions and business management. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2020. Vol. 6, no. 1, pp. 59–66. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/766> (дата звернення: 31.12.2020).

References:

1. Bezguba M.O. (2014) Napriamy vdoskonalennia systemy derzhavnykh finansiv Ukrainy [Directions for improving the public finance system of Ukraine]. *DSFA Bulletin. Economic Sciences*, no. 1, pp. 118–124.
2. Goloborodko O.P., Kraus N.M., Kraus K.M. (2019) Diahnostyka vplyvu R&D sektora vyshchoi osvity na innovatsii pidpriemstv v Ukraini [Diagnosis of the impact of R&D of higher education sector on enterprise innovation in Ukraine]. *Effective Economy*, no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6817> (accessed 05 January 2020).
3. Dzyublyk O. (2016) Sotsialno-ekonomichni zasady suspilnoi doviry do bankivskoho sektoru [Socio-economic principles of public confidence in the banking sector]. *Bulletin of TNEU*, no. 2, pp. 54–69.
4. Kuzmin, O.E. (2012) *Venchurnyi biznes* [Venture business]. Kyiv: Knowledge. (in Ukrainian)
5. Luhmann, N. (1979) *Trust and Power*. Chichester, England, John Wiley & Sons. (in English)
6. Loury G.A. (1977) *Dynamic Theory of Racial Income Differences. Women Minorities and Employment Discrimination*. Lexington: Lexington Books. (in English)
7. Leonenko P.M., Kraus N.M. (2017) Instytutsiini zasady suspilnoi doviry do reformuvannia systemy upravlinnia derzhavnymy finansamy [Institutional principles of public confidence in reforming public financial management system]. *Proceeding of the Actual problems of management of social and economic systems: International Scientific-Practical Internet conference (Lutsk, Ukraine, December 7, 2017)*. Part 1. Lutsk: RVV Lutsk NTU, pp. 305–308.
8. Manzhura O.P., Kraus N.M., Kraus K.M. (2019) Diahnostyka vplyvu doslidzhen ta innovatsiinykh rozrobok na transfer tekhnolohii v Ukraini [Diagnosis of the impact of research and innovation on technology transfer in Ukraine]. *Effective Economy*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6873> (accessed 10 March 2020).
9. Melnyk V.P. (2009) Faktori doveriya i nedoveriya v khozyaystvovanii [Factors of trust and distrust in management]. *Scientific works of DonNTU. Series: economic*, no. 37–1, pp. 74–75.

10. Pasichnyi M.D. (2015) Instyutysiini zasady rozvytku finansovoho rehuludannia ekonomiky [Institutional principles of development of financial regulation of economy]. *Economic Bulletin of the University*, no. 27/1, pp. 137–144.
11. Nureyev R.M. (2010) Ekonomicheskie cubekty postsovetskoy Rossii (institutsionalnyi anakiz): dekyat let spustya [Economic subjects of post-Soviet Russia (institutional analysis): ten years later]. Part I. *Russian households. Series "Scientific reports: independent economic analysis"*, no. 212. Moscow: Moskov public scientist fund. (in Russian)
12. Napadista V. (2015) Fenomen doviry u sotsiohumanitarnomu dyskursi suchasnoi Ukrainy [The phenomenon of trust in the socio-humanitarian discourse of modern Ukraine]. Proceedings of the *IPiEND named after I.F. Kuras of the National Academy of Sciences of Ukraine*, no. 1 (81). 207–222.
13. Stiglitz J. (2017) *Tsina nerivnosti* [The price of inequality]. Kyiv: Tempora. (in Ukrainian)
14. The Global Competitiveness Report 2011–2012 (2011). *World Economic Forum. Geneva*. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf (accessed 15 January 2020).
15. The Global Competitiveness Report 2017–2018 (2018). *World Economic Forum. Geneva*. Available at: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2017-2018/Global_Competitiveness_Report_2017-2018.pdf (accessed 14 January 2020).
16. Kraus N.M. (2019) *Innovatsiina ekonomika v hlobalnomu sviti: instyutysiinyi bazis formuvannia ta treiektoriia rozvytku* [Innovative economy in a globalized world: institutional basis of formation and development trajectory]. Kyiv: Agrar Media Group. (in Ukrainian)
17. Marcenko O.V., Kraus N.M., Kraus K.M. (2020) Platformena ekonomika: naratyv innovatsiinoho stanovlennia pidpriemnytskykh universytetiv ta filosofii rozvytku na zasadakh tsyfrovizatsii [Platform economics: the narrative of innovative formation of business universities and the philosophy of development on the basis of digitalization]. *Effective Economy*, no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7566> (accessed 30 January 2020).
18. Manzhura O.P., Kraus N.M., Kraus K.M. (2020) Ekosystema hih-ekonomiky ta pidpriemnytskoho universytetu: evoliutsiina synerhetyka "virusu innovatsii" ta "tsyfrovoho strybka" [Ecosystem of gig-economy and business university: evolutionary synergetics of "innovation virus" and "digital leap"]. *Effective Economy*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7642> (accessed 02 March 2020).
19. Marcenko O.V., Kraus N.M., Kraus K.M. (2020) Tsyfrova ekonomika ta innovatsiino-pidpriemnytskui universytet kriz pryzmy konkurentospromozhnosti [Digital economics and innovation and entrepreneurship university through the prism of competitiveness]. *Effective Economy*, no. 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7705> (accessed 01 December 2020).
20. Osetskyi V.L., Kraus K.M., Kraus N.M. (2020) Instytut vlasnosti ta dovira v natsionalnii ekonomitsi: prioretuzatsiia, impulsy rozvytku ta krystalizatsiia obrysiv [The institution of property and trust in the national economy: prioritization, impulses of development and crystallization of outlines]. *Market infrastructure*, vol. 39, pp. 9–14. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/4.pdf (accessed 30 December 2020).
21. Osetskyi V.L., Kraus K.M., Kraus N.M. (2020) New quality of financial institutions and business management. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 6, no. 1, pp. 59–66. Available at: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/766> (accessed 30 December 2020).

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2021-71-2>
УДК 339.9:338.46

Грабар М.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»

Кашка М.Ю.

кандидат історичних наук, доцент кафедри туризму,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»

Hrabar Maryna, Kashka Mariya
Uzhhorod National University

АЮРВЕДА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

AYURVEDA AS A PROSPECTIVE DIRECTION OF HEALTH TOURISM DEVELOPMENT

Статтю присвячено теоретико-аналітичному огляду ринку аюрведичних послуг. Установлено, що лікувально-оздоровчий туризм набуває дедалі більшого розвитку та популярності. З'ясовано, що перспективним напрямом лікувально-оздоровчого туризму є аюрведа, що за своєю сутністю є давньоіндійською медициною. Ринок аюрведи поділено на дві групи: виробництво продукції та послуги. Розглянуто аналітичні показники кількості аюрведичних курортів по округах штату Керала. Наведено динаміку туристичних потоків Керали. Установлено, що просування Керали на міжнародному ринку здійснюється державною корпорацією з розвитку туризму. Ефективність управління підтверджується перемогою в номінації «Найкраща лікувальна дестинація Індії». Сформовано чинники зростання ринку аюрведичної продукції та аюрведичних послуг.

Ключові слова: лікувально-оздоровчий туризм, аюрведа, Керала, здоров'я, чинники.

Статья посвящена теоретико-аналитическому обзору рынка аюрведических услуг. Установлено, что туризм с целью лечения и оздоровления приобретает все большее развитие и популярность. Выяснено, что перспективным направлением лечебно-оздоровительного туризма является аюрведа, что по своей сути является древнеиндийской медициной. Рынок аюрведы разделен на две группы: производство продукции и услуги. Рассмотрены аналитические показатели количества аюрведических курортов по округам штата Керала. Приведена динамика туристических потоков Кералы. Установлено, что продвижение Кералы на международном рынке осуществляется государственной корпорацией по развитию туризма. Эффективность управления подтверждается победой в номинации «Лучшая лечебная дестинация Индии». Сформированы факторы роста рынка аюрведической продукции и аюрведических услуг.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, аюрведа, Керала, здоровье, факторы.

People are becoming increasingly aware of the importance of a healthy lifestyle and are taking preventive measures to maintain and improve their health. They are becoming more familiar with alternative wellness treatments. This is mainly due to the high availability of information on the Internet about health treatment, as well as many celebrities who advocate for health and promote internal health practices such as meditation, yoga and Ayurveda. Previously, health tourism was mainly associated with older travelers, now the average age of health tourists is declining. For the younger generations, health services can relieve the stress of their busy working lives. An analytical study of information sources and websites of government agencies has divided the Ayurvedic market in India into: production of Ayurvedic products and services. Products include medicines, cosmetics, food. Ayurveda services include hospitals, clinics, wellness centers and resorts. Ayurvedic clinics are organized like hospitals with a special regime and a small degree of freedom. Ayurvedic packages include stress relief, cleansing and rejuvenation, weight loss, anti-aging program. The main factor driving the market of Ayurvedic products is the increasing popularity of natural and organic medicines and their benefits among consumers. The Indian state of Kerala is considered to be the birthplace of Ayurvedic practices. Kerala has a large number of Ayurvedic resorts, hospitals, sanatoriums and hotels. Over the past year, the State Tourism Development Corporation in Kerala has focused on infrastructure development, nature and heritage conservation, new tourism products and quality assurance, promotion in target markets and international, effective use of information technologies. The government has acted as a facilitator and catalyst to encourage private sector investment in tourism infrastructure development. Today, Kerala is a global brand and is considered one of the best destinations. In 2020, Kerala was recognized as the best health center in India according to the leading international travel magazine Outlook Traveler.

Key words: health tourism, Ayurveda, Kerala, health, factors.