

УДК 334.061.27

В. І. Кифяк,  
к. е. н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6104-6403>  
Н. В. Філіпчук,  
к. е. н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1023-923X>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.10.69

# ДОВІРА ЯК ІНСТИТУЦІЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НОВИХ СОЦІАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

V. Kyfyak,  
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Business Economics  
and HR Management, Yurii Fedkovych Chernivtsi National University  
N. Filipchuk,  
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Business Economics  
and HR Management, Yurii Fedkovych Chernivtsi National University

TRUST AS AN INSTITUTION OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE NEW SOCIAL CHALLENGE  
CONDITIONS

*У статті досліджено феномен "довіри в бізнесі" з позицій системного погляду. як базисної інституції у відносинах між суб'єктами економічних відносин. Описано полівекторне значення довіри для розвитку бізнесу. Визначено функції довіри як інституції бізнес-середовища та її важливість у формуванні комунікаційних зв'язків, як внутрішніх, так і зовнішніх. Охарактеризовано особливості інституції довіри як регулятора соціально-економічної взаємодії бізнесу. Розглянуто різні типи взаємозв'язків, які формують довіру, в інституційній архітектоніці, на основі чого зроблено висновок про системоутворюючий вплив довіри на інституційне середовище розвитку бізнесу.*

*Систематизовано різні методи оцінювання рівня розвитку довіри в бізнесі та на основі досліджень ставлення до криптовалюти як нової інституції описано складові довіри в умовах цифровізації. Досліджено інструменти розвитку інституції довіри та соціально-економічні ефекти від застосування інструментів розвитку довіри в інституційній взаємодії бізнесу в умовах флуктуацій.*

*Today's socio-economic challenges, which are exacerbated by uncertainty and fluctuations, have fundamentally complicated the relations of economic entities and business connections around the world. Communications that were guaranteed by regulations and relationships built on trust institutions need reconfiguration and new approaches in connection with which the basic principles of stability and sustainability have become insufficient. A significant decrease in the level of confidence in the business environment was reflected in the general global increase in prices, which is a consequence of the increase in transaction costs due to a decrease in the general level of confidence in the economic environment. Therefore, the institution of trust needs its scientific rethinking in the new realities of business functioning, such as the uncertainty of the new formation, digitalization, geopolitical risks and their consequences.*

**The purpose of the article is the study of trust as an institution of business development in the new social challenge conditions and its importance in the business environment formation.**

**The article examines the phenomenon of "trust in business" from a systemic point of view, as a basic institution in relations between subjects of economic relations. The multi-vector value of trust for business development is described. The functions of trust as the business environment institution and its importance in the formation of communication ties, both internal and external, were studied. The peculiarity of the trust institution as a business regulator of socio-economic interaction is determined. Various types of relationships that form trust in institutional architecture are considered, based on which a conclusion is made about the system-forming influence of trust on the institutional environment of business development.**

**Various methods of assessing the level of trust development in business are systematized, and based on studies of the attitude to cryptocurrency as a new institution, the components of trust in the conditions of digitalization are described. The main ways to achieve trust are the development of relations between business, the state and the public, the identification of responsibility and ethics in the enterprise activities, as well as openness and honesty in reporting on one's activities. The use of such trust development tools leads to a synergistic effect on business development, the socio-economic effect of which is based on reduced transaction costs, increased profitability, customer loyalty and improved institutional business interaction in general.**

*Ключові слова: довіра, розвиток бізнесу, інституційне середовище, мультиплікатор довіри, бізнес-середовище, флуктуації.*

*Key words: trust, business development, institutional environment, trust multiplier, business environment, fluctuations.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Соціально-економічні виклики сьогодення, які посилюються невизначеністю та флуктуаціями, ускладнюють комунікаційні зв'язки всіх суб'єктів економічних відносин, що в результаті негативно відображається на бізнес-середовищі здійснення підприємницької діяльності та на векторі розвитку національних економік. У пошуках шляхів зниження впливу геополітичних та соціально-економічних ризиків бізнесу приходять інструменти цифровізації, з одного боку, та формування нових інституційних зв'язків — з іншого, що потребує формування додаткових механізмів їх імплементації для забезпечення розвитку окремих суб'єктів господарювання в єдиній системі національної економіки. У вирі формування нових підходів та методів комунікацій, довіра як механізм та базис формування інституційного середовища в новітніх умовах набуває значення та особливої актуальності.

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну докорінно ускладнили відносини економічних суб'єктів та бізнес-зв'язки у всьому світі. Комунікації, які були гарантовані нормативними актами та побудовані відносини на довірчих інституціях потребують переналаштування та нових підходів у зв'язку з чим базові засади стабільності та сталості стали недостатніми. Значне зниження рівня довіри у бізнес-середовищі відобразилося на загальному світовому зростанні цін, що є наслідком зростання трансакційних витрат через зниження загального рівня довіри у економічному середовищі.

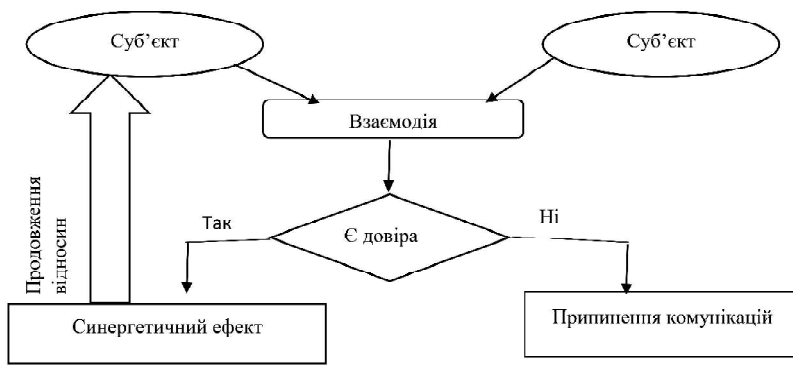
Тож, інституція довіри потребує свого наукового переосмислення у нових реаліях функціонування таких як невизначеність нової формації, цифровізація, геополітичні ризики та їх наслідки. При чому, вважаємо, що у

побудові ефективного інституційного середовища функціонування суб'єктів національної економіки довіра повинна стати фундаментальним інструментом та висхідним механізмом його розвитку у нових соціально-економічних флуктуаціях.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Довіра є базисною категорією відносин загалом та економічних, зокрема. З економічного погляду довіра розглядається різними вченими як інституція, яка визначає доцільність комунікацій між суб'єктами. У економічному вченні ще А. Сміт у праці "Теорії моральних почуттів" [1] розглядав довіру з мотиваційного погляду. Дж. Кейнс досліджує вплив довіри на інвестиції як умову зростання економіки. На думку Ф. Фукуями, дуже багато економічних операцій стають можливими тільки тому, що люди довіряють один одному. Співробітництво створює взаємозалежність, а інвестиції окупляться тільки тоді, коли партнери будуть дотримуватися своїх зобов'язань. Це стосується і простих виробничих відносин, а ще більшою мірою фінансових відносин, де гроші позичаються та повертаються на довгостроковій основі [2]. Дослідження Ф. Фукуями показало, що в обох випадках успіх або невдача виявляються пов'язаними з розповсюдженням у суспільстві міжособистісної довіри. С. Кові визначає у своїй науковій праці "Швидкість довіри". Те, що змінює все" багаторівневу структуру довіри та виділяє п'ять її хвиль — довіра на рівнях особистості, відносин, організацій, ринку, суспільства в цілому [3].

Дж. Ходжсон неодноразово вказує на довіру як необхідну передумову забезпечення різних сторін функціонування інституціональних систем [4].



**Рис. 1. Сутнісна схема інституції довіри**

Джерело: складено авторами.

Ряд вчених зазначають, що інституція довіри є інструментом врегулювання відносин за умов невизначеності та постійних флуктуацій, є субституту контролю над ризиками зумовленими людським чинником. У свою чергу, довіряти — означає діяти так, ніби ризик відсутній.

Г. Андрущенко виявив, що ключовим елементом довіри є невизначеність, що супроводжується ризиком; а "між довірою і передбачуваністю існує прямо пропорційна залежність: рівень довіри тим вищий, чим більш передбачуваним є рівень безпеки та надійності налагодженого контакту" [5].

На думку О. Бонецького, суспільству важливо збільшувати рівень довіри, бо концепція економічної довіри тісно пов'язана з конкурентоспроможністю економіки загалом і підприємства зокрема, рівнем добробуту як власників підприємства, так і його працівників, оздоровленням фінансової складової суспільних відносин тощо. В його дослідженнях чітко простежується зв'язок між довірою до товару та довірою до виробника, а також роль і значення держави у формуванні довірливих відносин на ринку [6].

У сучасних умовах зросла увага до довіри як базисної інституції середовища економічного зростання міжнародних дослідницьких центрів та проєктів. Так, відомі такі комплексні дослідження у цій сфері: Європейське соціальне дослідження (European Social Survey, ESS), Світове дослідження цінностей (World Values Survey, WVS), Європейське дослідження цінностей (European Value Survey, EVS) Всесвітнє опитування Геллапа (Gallup World Poll), Євробарометр (Eurobarometer), Глобальний барометр (Global Barometer Study), Індекс довіри споживачів та ін.

Так, з початком війни посилилась криза довіри у бізнес-середовищі. Тож актуальність проблема довіри є необхідною інституцією формування середовища в нових флуктуаційних умовах господарювання.

## МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження довіри як інституції розвитку бізнесу в умовах нових соціальних викликів та її важливості у формування бізнес-середовища.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

З погляду системної теорії синергетичний ефект від взаємодії систем, а не математичну рівність можна от-

римати лише через механізм довіри. Тож фактично довіра є інституцією, яка опосередковує відносини суб'єктів господарювання, працівників, керівника та працівників, тобто визначає комунікаційні зв'язки як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Як інституційна одиниця, довіра може бути визначена як соціальне явище, що відображає відносини між людьми, групами і організаціями в рамках певного контексту, що ґрунтується на взаємному відчутті безпеки, надійності та віри в інших.

Довіра є ключовою інституцією розвитку бізнесу, що полягає у взаємній вірі та сподіванні на позитивний результат у відносинах між бізнесом, урядом, споживачами та іншими стейкхолдерами. Довіра має велике значення для розвитку бізнесу, оскільки вона забезпечує взаємне розуміння, сприяє стабільності та прозорості в бізнес-відносинах, зменшує ризики та сприяє залученню інвестицій та розвитку нових проєктів. Одним із основних елементів довіри є взаємна відповідальність та повага до прав та інтересів всіх сторін взаємодії.

Значення та сутність довіри як інституції, що опосередковує відносини економічних суб'єктів господарювання зображено на рис. 1.

На думку економіста С. Хорвиця [7], прогрес людства напряму пов'язаний із змінами, які дозволяли зменшувати транзакційні затрати. Ідея полягає в тому, що чим легший обмін товарами та послугами, тим вища їх ліквідність, а відповідно й вартість, і тим краще працює економіка. У світі невизначеності та постійно зростаючої конкуренції інструментом полегшення комунікацій та відповідно зменшення транзакційних витрат є інституція довіри. Розвиток інституції довіри призводить до економічного зростання країни та навпаки, на чому побудовані ряд міжнародних індексів та досліджень.

Науковці Університету Aarhus (Данія) під керівництвом К. Бьорнсков провели емпіричне дослідження та визначили, що збільшення показника взаємної довіри в суспільстві на 10% транслюється в додаткове щорічне зростання ВВП на 0,5% [8]. Україні це давало б понад 500 млн дол щорічно і далі, при зростанні ВВП, — більше.

Сучасний етап характеризується такими ознаками розвитку інституційного середовища як присутність невизначеності у найближчому часовому періоді та високий рівень волатильності довіри, яка за своєю сутнісною характеристикою є мультифункціональною, багатфакторною та має різновекторний вплив на різних інституційних рівнях, що буде мати важливе значення при відновленні економіки післявоєнний період для України.

Таке полівекторне значення інституції довіри найбільш повно описане Дж. Акерлофом і Р. Шиллером, які сформували мультиплікатор довіри (confidence multiplier) на основі мультиплікатора Дж. М. Кейнса. "Мультиплікатор довіри" вступає в дію на тлі загального емоційного піднесення, відповідно збільшуючи сформований рівень довіри та підсилюючи надмірну впе-

неність економічних агентів у контексті недооцінювання ризиків. Інвестиційні рішення часто економічними агентами приймаються інстинктивно [9]. Відповідно, така позитивна динаміка спонукає подальше піднесення економічного розвитку країни, відбуваються істотні розриви між зміною в обсягах грошової маси, реальним ВВП і наявними кредитними ресурсами. У даному випадку можна стверджувати, що рівень довіри є циклічним показником, який незначно випереджає економічне зростання країни [10].

Особливістю довіри, як регулятора соціально-економічної взаємодії та елементу інституціональної архітектури соціально-економічних систем є те, що вона може проявлятися і як ціннісна установка, і як базовий інститут, може втілюватися у великому різноманітті інституціональних форм (інституцій, як норм соціальної взаємодії та інститутів, як організаційних форм її забезпечення) [11]. Оскільки інституції являють собою усталені алгоритми відносин між суб'єктами господарювання, то довіра є механізмом формування типу цих взаємозв'язків.

Отже, основними функціями довіри як інституції у бізнес-середовищі є:

- 1) зниження рівня ризику комунікаційних зв'язків;
- 2) компенсація рівня значної невизначеності та складнопрогнозованості середовища;
- 3) формування позитивних очікувань, що формує стратегічне бачення розвитку бізнесу та сприяє розвитку інновацій,
- 4) формування лояльності відносин з працівниками та зі споживачами;
- 5) є інституцією реалізації механізму сталого розвитку у бізнесі;
- 6) формує аспект соціальної відповідальності бізнесу;
- 7) знижує рівень транзакційних витрат через спрощення бюрократичних процедур;
- 8) визначає інвестиційну привабливість бізнесу та його позиції у багатьох рейтингах;
- 9) відіграє роль компенсуючого засобу у випадку нестачі інформації та гарантій;
- 10) є базисом формування системи формальних та неформальних інституцій.
- 11) є активом бізнесу, який формує партнерські відносини, його інвестиційну привабливість, транзакційні витрати та навіть визначає вартість бізнесу.

Отже, на рівні суб'єктів господарювання довіра формує імідж компанії, вартість бізнесу, витрати (зокрема транзакційні), належить до нематеріальних активів, реалізовується через соціальну відповідальність, партнерські відносини, лояльність клієнтів.

Довіру можна розглядати з позицій таких відносин: відносин населення і суб'єктів господарювання та органів державної влади; постачальників та підприємств; позичальників і кредиторів; фізичних і юридичних осіб та грошової системи; керівників і працівників; споживачів та виробників тощо.

У інституційній системі довіра є неформальною та соціальною інституцією, такою, що визначає межі дії формальних. У формуванні інституційного середовища довіра визначає тип комунікаційних зв'язків та механізм впливу неформальних та формальних інсти-

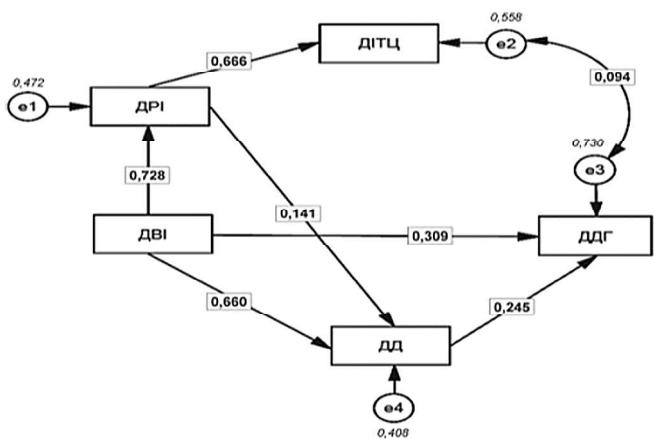


Рис. 2. Зв'язки між рівнями довіри до різних груп інституцій

Джерело: [12].

туцій. Фактично ступінь розвитку інституцій визначається рівнем довіри населення до цих інституцій. Низький рівень розвитку довіри формує несприятливе для розвитку бізнесу інституційне середовище, що відображається як низький рівень інвестиційної привабливості бізнесу, інноваційної активності та економічний спадом. Також довіра впливає на очікування суб'єктів бізнесу, що визначає їх активність та розвиток. Тож розвиток інституції довіри може стати інструментом налагодження комунікаційного середовища бізнесу та партнерських відносин.

Щоб зрозуміти довіру як системоутворюючий чинник інституційного середовища слід розглянути взаємозв'язки різних типів довіри до інституцій. Таке дослідження проведено у роботі [12], у якому проаналізовано такі типи довіри як: ДД — довіра до держави; ДДГ — довіра держави до громадян; ДРІ — довіра до регулятивних інституцій; ДВІ — довіра до владних інституцій; ДІТЦ — довіра до інституцій, що транслюють цінності. А також за допомогою методів математичного моделювання встановлено їх взаємозв'язки (рис. 2).

У дослідженні, зроблено висновки, що рівень довіри майже до всіх груп інституцій визначається довірою до владних інституцій: чим вона вища, тим більша довіра до регулятивних інституцій, держави та тим вищою, на думку індивіда, є довіра держави до нього. При цьому, вплив довіри до владних інституцій на рівні довіри до інших груп інституцій є не лише прямим, а й опосередкованим або комбінацією обох типів впливу [12, с. 6]. Тож таке дослідження підкреслює системоутворюючий вплив довіри на інституційне середовище.

Так, в Україні згідно дослідження [13] серед соціальних інститутів найбільшу довіру українців мають Збройні сили (96% повністю або певною мірою їм довіряють), Президент України (82%), гуманітарні та добровільні організації (78%), Церква (70%), університети (62%), жіночі організації (59,5%), державні установи (55%), поліція (55%), екологічні організації (54%). Суперечливим є ставлення до Уряду країни (51,5% йому висловлюють довіру, але ненабагато менше (48%) — висловлюють недовіру), те ж само стосується телебачення (відповідно 51% і 49%), і преси (відповідно 49% і 50%).

Таблиця 1. Найпопулярніші метрики довіри

Індекс	Характеристика
Індекс клієнтської лояльності, який скорочено називають NPS (Net Promoter Score) [15]	Це ефективний і визнаний метод аналізу довіри клієнтів. Він використовується в усьому світі та показує готовність ваших клієнтів рекомендувати ваш бренд, його окремі товари чи послуги своїм знайомим. Тобто аналізує, наскільки лояльним є цей покупець по відношенню до вашої компанії.
Nielsen Global Consumer Confidence and Spending Intentions Survey [16]	На індекс впливають три показники: оцінка споживачами перспектив на ринку праці в найближчі 12 місяців, рівень фінансового благополуччя в найближчі 12 місяців і готовність витратити гроші в даний момент.
Глобальний індекс довіри [17], [18], [19]	За допомогою нашого онлайн-дослідження Ipsos Global Advisor, що проводиться у 28 країнах, щомісячно ми отримуємо нові дані з найактуальніших проблем сучасності. У березні 2020 року Україна приєдналась до цього міжнародного дослідження Global Advisor охоплює теми, що варіюються від імміграції та біженців, прав людини та релігії до задоволеності напрямком розвитку країни, ступеня популізму. Дослідження Global Advisor проводиться щомісяця для клієнтів і медіа партнерів. Це дозволяє задавати додаткові питання у всіх або кількох країнах, які охоплює дослідження, при значній економічній витраті у порівнянні зі звичайним розміщенням.
LOOQME R-index Індекс репутаційного здоров'я бренду [20]	Показує рівень довіри до компанії та помітність в медіа та соцмережах. Репутаційний індекс – сучасна метрика, що демонструє вплив комунікацій на бізнес-результати.
Індекс довіри споживачів – Consumer confidence [21]	Індекс впевненості споживачів у США базується на даних щомісячного опитування 5 000 сімей, що проводиться для з'ясування реакції споживачів на поточну ситуацію і ступеня споживчих надій на майбутнє або сумнівів. Індекс розраховується з 1967 року. Початкове значення було прийнято рівним «100». Індекс розраховується як відносний показник кількості позитивних / негативних відповідей із загальної кількості. Індекс включає 2 компоненти: впевненість споживачів в поточній економічній ситуації (present conditions) і перспективи її подальшого розвитку (expectations). Водночас загальний індикатор впевненості споживачів визначається як 2/5 від оцінки поточного стану і 3/5 від очікувань. Традиційно індекс споживчої довіри використовується для прогнозування тенденцій в області зайнятості і загального стану економіки, вважається випереджаючим індикатором ділового циклу.

Джерело: систематизовано авторами.

Недовіра найчастіше висловлюється до таких інституцій як політичні (не довіряють їм 77%), юридичні (72%), банківські (66%), профспілки (64%), Верховної ради України (60%), великих компаній (57%) та до виборів як соціального інституту (56%).

**КОМПАНІЇ У ЯКИХ ПРОПИСАНІ КОРПОРАТИВНІ ЦІННОСТІ ТА СТАНДАРТИ**

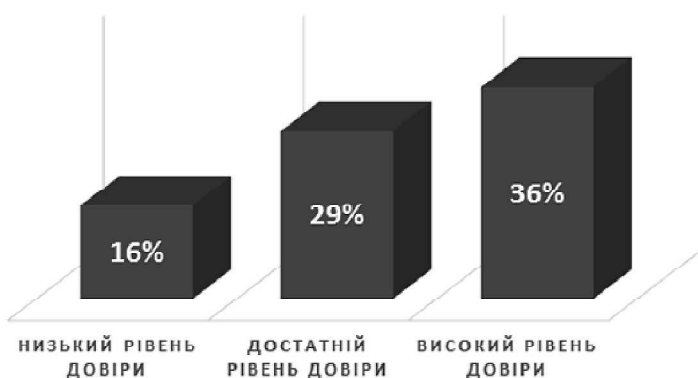


Рис. 3. Взаємозв'язок наявності корпоративних стандартів та рівня довіри до компанії

Джерело: [23].

Загалом, вплив війни значно знизив рівень довіри до бізнесу у світі. Про це свідчать економічні результати опитування Purchasing managers Index (PMI) [14], засновані на опитуваннях понад 30 тис. компаній у 45 країнах, які показали відновлення підвищувального тиску на витрати компаній, оскільки збої в ланцюжках постачання та зростання цін на енергоносії внаслідок війни в Україні посилили існуючі проблеми з цінами та постачаннями, що виникли через пандемії. Комерційні витрати нині зростають темпами, небаченими з 2008 року. Зростаючий рівень витрати зумовлений в тому числі і наслідком зростання трансакційних витрат та зниженням рівня довіри між суб'єктами економічного середовища загалом.

Оцінювання рівня розвитку інституції довіри здійснюється через такі індекси як Індекс клієнтської лояльності, Глобальний індекс довіри, Глобальне опитування споживчої довіри та намірів витратити гроші Nielsen, Індекс репутаційного здоров'я бренду LOOQME R-index та індекс довіри споживачів. Їх характеристика у розвитку бізнесу наведено у таблиці 1.

В умовах цифровізації, появи криптовалюти та нових соціальних умовах з'явилося багато нових

суб'єктів господарювання, інституцій відносин та рівнів довіри. Проведене дослідження командою BDC Consulting [22], спрямоване на визначення складових інституції довіри в умовах цифровізації, об'єктом дослідження став крипторинок. У дослідженні взяло участь 200 респондентів з 60-ти країн, згідно оцінок яких мали скласти рейтинг довіри до інституцій крипторинку. Структура дослідження дозволила визначити індекс довіри та його структуру, а також сформулювати основні напрями розвитку довіри під час становлення ринку криптовалюти в умовах невизначеності.

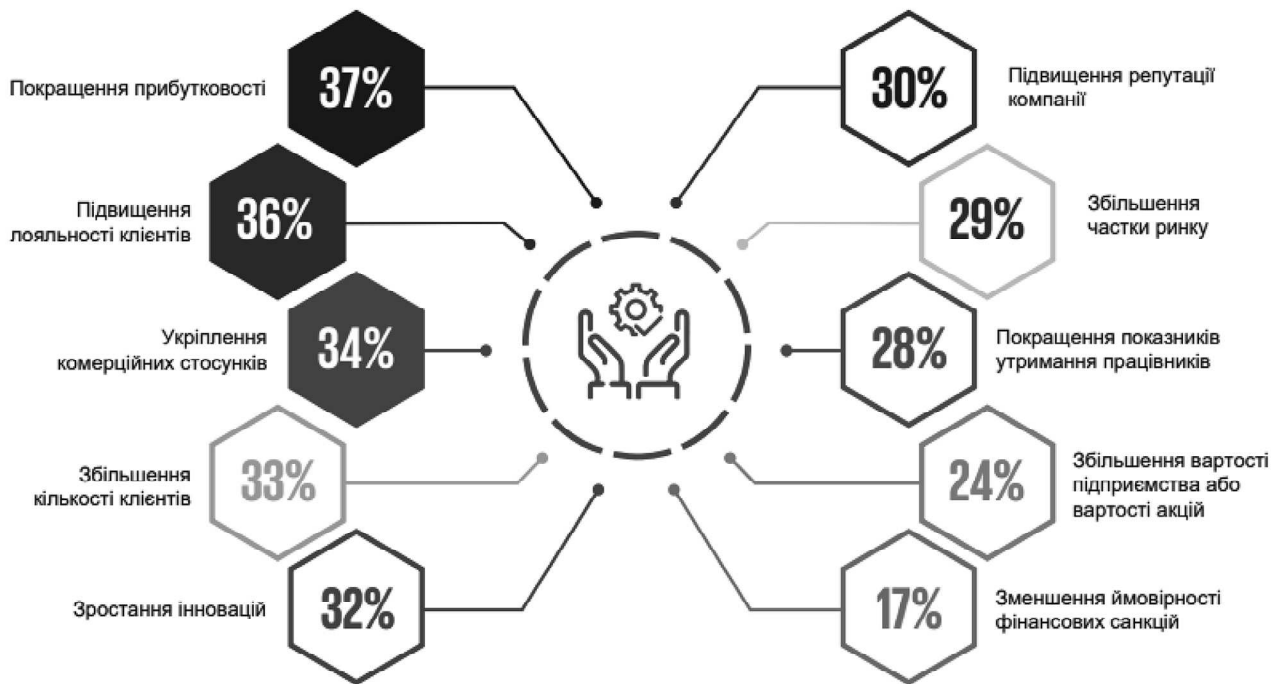
У ході дослідження яким інституціям крипторинку найбільше довіряє населення було виявлено основні характеристики довіри в економічних відносинах, а саме:

- наявність досвіду;
- представлення про чесність;
- компетентність;
- прогнозованість економічної поведінки;
- відповідальність (у тому числі напрями соціальної відповідальності).

Для досягнення зазначених характеристик довіри у бізнесу найдієвішим способом, як показало дослідження [23], необхідно прописати корпоративні цінності, у якій довірчі відносини займуть провідне місце (рис. 3).

**Головні переваги збільшення довіри**

Нижче на діаграмі показаний % респондентів, які включили відповідний варіант до трьох основних.



**Рис. 4. Динаміка зміни кількості готельних підприємств**

Джерело: [24].

Результати дослідження свідчать, що компанії, які мають низький рівень довіри лише 16% мають прописані корпоративні цінності. Тобто, 84% компаній з низьким рівнем довіри не мають прописаних корпоративних цінностей і стандартів. У той час, як компанії у яких рівень довіри "достатній" або "високий", мають прописані цінності та стандарти. Серед компаній малого бізнесу з високою довірою між працівниками та керівниками 36% тих, у яких прописані корпоративні стандарти: цей показник на 20% вищий у порівнянні з показником, де низький рівень довіри [23].

Один з найважливіших аспектів довіри в бізнесі — це етика. Дослідження "Етика в бізнесі 2022: Стан етики та ризику корупції в світі" (Business Ethics 2022: The State of Ethics and Corruption Risks Around the World), проведене компанією EY, показало, що 64% опитаних менеджерів зізналися, що несправедливе обходження з працівниками може стати причиною порушення етичних стандартів компанії.

Інше дослідження, проведене компанією Edelman, показало, що довіра до бізнесу після пандемії COVID-19 зростає, особливо серед молоді. Але дослідження також показало, що бізнес повинен робити більше, щоб заробити довіру громадськості, зокрема, шляхом покращення відносин зі співробітниками та відповідального підходу до впливу на соціальні проблеми.

Дослідження McKinsey & Company показали, що організації, які активно працюють над розвитком довіри своїх клієнтів, домагаються кращих фінансових результатів. Це дослідження дало рекомендації компаніям, які хочуть збільшити рівень довіри клієнтів до своєї організації, зокрема, шляхом відкритої комунікації, за-

безпечення якості товарів та послуг, а також вдосконалення процесів взаємодії з клієнтами.

Соціально-економічними ефектами застосування інструментом розвитку довіри в інституційному середовищі України на думку представників бізнесу, які представлені у дослідженні [24], стануть такі (рис. 4).

- Отже, інструментами розвитку інституції довіри є:
- нормативно-правове середовище, яке формує основи комунікаційних зв'язків;
  - розвиток партнерства між державою та бізнесом у напрямі розбудови принципів сталого розвитку;
  - покращення інвестиційного клімату країни, зокрема через розвиток інтеграційних форм бізнесу
  - соціально-орієнтовані програми на співпрацю та інтеграцію,
  - формування партнерства на основі усталених неформальних інституцій таких як традиції, звичаї та норми;
  - прозорість, достовірність та надійність інформаційного середовища бізнесу в умовах цифровізації має важливе значення.

Розвиток інституції довіри має відповідати принципам мультирівневості та багатофакторності. Розбудова за цими принципами інституції довіри буде мати довгостроковий сприятливий вплив на сфері економічних відносин.

**ВИСНОВОК**

У статті було розглянуто довіру як інституцію розвитку бізнесу в умовах нових соціальних викликів. Було показано, що довіра є ключовим елементом стійкого розвитку бізнесу та сприяє підвищенню ефективності

діяльності підприємств. Важливим аспектом становлення довіри є розвиток взаємин між бізнесом, державою та громадянами.

В умовах нових соціальних викликів, таких як пандемія COVID-19, війна та невизначеність, довіра стає ще більш важливою. Бізнес повинен виявити свою відповідальність перед громадськістю та проявити соціальну чутливість, що сприятиме підвищенню рівня довіри до підприємств.

Крім того, зростає значення етичного бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності, що сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та підвищує рівень довіри до нього. У цьому контексті, важливо не тільки виявляти свою відповідальність, але й відкрито та чесно повідомляти про свою діяльність та результати.

Отже, можна зробити висновок, що довіра є необхідним елементом стійкого розвитку бізнесу та важливим інструментом у подоланні нових соціальних викликів. Розвиток взаємин між бізнесом, державою та громадськістю, виявлення відповідальності та етичність у діяльності підприємств, а також відкритість та чесність у повідомленні про свою діяльність є ключовими факторами у формуванні та підтриманні рівня довіри. Вважаємо, що перспективами досліджень у цьому напрямі повинні стати механізми моделювання інституції довіри з використанням штучного інтелекту як динамічної флуктуації.

#### Література:

- Smith A. Theory of Moral Sentiments. Strand & Edinburgh: A. Millar; A. Kincaid & J. Bell. 1761. (2 ed.). URL: [https://books.google.co.uk/books?id=bZhZAAAACAAJ&q=editions:u\\_L0P5LRqXkC&pg=PP3&redir\\_esc=y#v=onepage&q=editions%3Au\\_L0P5LRqXkC&f=false](https://books.google.co.uk/books?id=bZhZAAAACAAJ&q=editions:u_L0P5LRqXkC&pg=PP3&redir_esc=y#v=onepage&q=editions%3Au_L0P5LRqXkC&f=false) (дата звернення: 10.05.2023).
- Fukuyama F. Trust: The Social Virtue and the Creation of Prosperity. New York: Free Press, 1995. p. 457.
- Kovi S., Merrill R. Speed of trust: what changes everything. New York, Free Press, 2008. p. 354.
- Evolution and Institutions: On Evolutionary Economics and the Evolution of Economics: Geoffrey M. Hodgson, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 1999, 345 pp.
- Андрущенко Г. І. Довіра як засіб нейтралізації ризику та протидії невизначеності. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2009. Вип. 43. С. 13—18.
- Бонецький О.О. Довіра до товару як чинник успішної маркетингової діяльності. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2010. № 690. С. 14—21.
- Transaction Costs and the Progress of Humanity. FEE Stories URL: <https://fee.org/articles/transaction-costs-and-the-progress-of-humanity> (дата звернення: 05.05.2023).
- Ковальський М. Довіра в суспільстві і наш дохід: як вони пов'язані. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/05/13/647691/> (дата звернення: 04.05.2023).
- George A. Akerlof, Robert J. Shiller. Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy and Why It Matters for Global Capitalism. NJ: Princeton University Press. Princeton, 2009. 230 p.
- Бричко М. М. Довіра як засіб синхронізації фінансового та бізнес-циклів. Бізнес-інформ. Економіка. фінанси, грошовий обіг і кредит. 2018. Вип. № 5. С. 281—287. URL: [https://business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2018-5\\_0-pages-281\\_-286.pdf](https://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-5_0-pages-281_-286.pdf) (дата звернення: 05.05.2023).
- Липов В. В. Довіра: від ціннісних засад до конкретних інституціональних форм та функцій. Формування та трансформація. Творення простору суспільної довіри в Україні XXI століття: матер. наук.-практ. конф., м. Львів, 17—19 лютого 2016 року. К.: ДВНЗ "Університет банківської справи", 2017. С. 58—75.
- Малиш Л.О. Взаємозв'язки між рівнями довіри українців до певних груп соціальних інституцій. Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. 2012. Т. 135. С. 3—7.
- Оцінка громадянами ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політико-ідеологічні орієнтації громадян України в умовах російської агресії (вересень-жовтень 2022 р.). Разумков Центр. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-sotsialnykh-institutiv-politykoideologichni-orientatsii-gromadian-ukrainy-v-umovakh-rosiiskoi-agresii-veresen-zhovten-2022r> (дата звернення: 04.05.2023).
- Harker A. War in Ukraine leads to drop in global business confidence. S&P Global Market Intelligence. URL: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/research-analysis/war-in-ukraine-leads-to-drop-in-global-business-confidence-apr22.html> (дата звернення: 11.05.2023).
- Індекс NPS та навіщо його вимірювати. Integrіca. URL: <https://blog.integrіca.com.ua/2021/11/30/indeks-nps-2/> (дата звернення: 11.05.2023).
- Nielsen: В Україні індекс споживчої довіри зростає другий квартал поспіль. Ukrainian Retail Association. URL: <https://rau.ua/novyni/nielsen-ukraine/> (дата звернення: 11.05.2023).
- Глобальний індекс довіри: яким професіям найбільше довіряють люди. Київ Інформ. URL: <https://kiev-inform.com/news-ukraine-and-worlds/102443-global-niy-ndeks-dov-ri-yakim-profes-yam-nayb-l-she-dov-ryayut-lyudi.html> (дата звернення: 04.05.2023).
- Щомісячне опитування громадян по всьому світу. Public Affairs Global Advisor. URL: <https://www.ipsos.com/ua-ua/global-advisor> (дата звернення: 04.05.2023).
- Global trustworthiness index 2021. Ipsos. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-10/Global%20trustworthiness%202021%20deck%20-%20US%20version%20Final.pdf> (дата звернення: 04.05.2023).
- Індекс репутаційного здоров'я бренду. LOOQME R-index. URL: <https://www.looqme.io/ua/r-index> (дата звернення: 04.05.2023).
- Індекс довіри споживачів. Alpari. URL: <https://alpari.com/ua/beginner/glossary/consumer-confidence-usa/> (дата звернення: 04.05.2023).

22. In crypto we trust" mantra hold? BDC. Consulting. URL: <https://bdc.consulting/insights/MarketResearch/to-what-extent-does-the-in-crypto-we-trust>.

23. Чорний М. Довіра у бізнесі. Аналітично-інформаційний центр стратегічного розвитку суспільства. URL: <https://www.ccssd.org.ua/post/dovira-bisness> (дата звернення: 04.05.2023).

24. Кібердовіра 2022 Ключові висновки. Побудова довіри через кібербезпеку та конфіденційність. KPMG International. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ua/pdf/2022/12/ua-kpmg-cyber-trust-report-2022.pdf> (дата звернення: 04.05.2023).

References:

1. Smith, A. (1761), Theory of Moral Sentiments, 2 ed, Strand & Edinburgh: A. Millar; A. Kincaid & J. Bell, London, UK, available at: [https://books.google.co.uk/books?id=bZhZAAAACAAJ&q=editions:u\\_L0P-5LRqXkC&pg=PP3&redir\\_esc=y#v=onepage&q=editions%3Au\\_L0P5LRqXkC&f=false](https://books.google.co.uk/books?id=bZhZAAAACAAJ&q=editions:u_L0P-5LRqXkC&pg=PP3&redir_esc=y#v=onepage&q=editions%3Au_L0P5LRqXkC&f=false) (Accessed 10 May 2023).

2. Fukuyama, F. (1995), Trust: The Social Virtue and the Creation of Prosperity, New York, Free Press, USA.

3. Kovi, S. and Merrill, R. (2008), Speed of trust: what changes everything, New York, Free Press, USA.

4. Hodgson, M., Elgar, E. and Cheltenham, G. (1999), Evolution and Institutions: On Evolutionary Economics and the Evolution of Economics, Edward Elgar, Cheltenham, UK.

5. Andrushchenko, H. I. (2009), "Trust as a means of neutralizing risk and countering uncertainty", Sotsialni tekhnologii: aktualni problemy teorii ta praktyky, vol. 43. pp.13—18.

6. Bonetskyi, O.O. (2010), "Confidence in the product as a factor of successful marketing activity", Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika", vol. 690, pp. 14—21.

7. FEE Stories (2017), "Transaction Costs and the Progress of Humanity", available at: <https://fee.org/articles/transaction-costs-and-the-progress-of-humanity> (Accessed 5 May 2023).

8. Kovalskiy, M. (2019), "Trust in society and our income: how they are connected", Ekonomichna pravda, [Online], available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/05/13/647691/> (Accessed 5 May 2023).

9. Akerlof, George A., Shiller and Robert J. (2009), Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy and Why It Matters for Global Capitalism, Princeton University Press., Princeton, USA.

10. Brychko, M. M. (2018), "Trust as a means of synchronizing financial and business cycles", Biznesinform. Ekonomika Finansy, hroshoviy obih i kredyt, [Online], vol.8, available at: [https://business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2018-5\\_0-pages-281\\_286.pdf](https://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-5_0-pages-281_286.pdf) (Accessed 5 May 2023).

11. Lypov, V. V. (2017), "Trust: from value foundations to specific institutional forms and functions. Formation and transformation." Tvorenna prostoru suspilnoi doviry v Ukraini XXI stolittia: Naukovo-praktychna konferentsiia. [Creation of space of public trust in Ukraine of the 21st century: Mater. science and practice conf.], "Universytet bankivskoi spravy", Lviv, Ukraine, pp. 58—75.

12. Malysh, L.O. (2012), "Relationships between the levels of trust of Ukrainians in certain groups of social institutions". Naukovi zapysky NaUKMA. Sotsiologichni nauky, vol. 135. pp. 3—7.

13. Harker, A. (2022), "War in Ukraine leads to drop in global business confidence. S&P Global Market Intelligence", available at: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/research-analysis/war-in-ukraine-leads-to-drop-in-global-business-confidence-apr22.html> (Accessed 10 May 2023).

14. Razumkov Tsent (2022), "Citizens' assessment of the situation in the country, trust in social institutions, political and ideological orientations of Ukrainian citizens in the conditions of Russian aggression (September-October 2022)", available at: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinkagromadianamy-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-sotsialnykh-institutiv-politykoideologichni-orientatsii-gromadian-ukrainy-v-umovakh-rosiiskoi-agresii-veresen-zhovten-2022r> (Accessed 4 May 2023).

15. Integrica (2021), "NPS index and why measure it.", available at: <https://blog.integrica.com.ua/2021/11/30/indeks-nps-2/> (Accessed 4 May 2023).

16. Ukrainian Retail Association (2022), "Nielsen: In Ukraine, the consumer confidence index is growing for the second quarter in a row", available at: <https://rau.ua/novyni/nielsen-ukraine/> (Accessed 4 May 2023).

17. Kyiv Inform (2021), "Global trust index: which professions people trust the most", available at: <https://kiev-inform.com/news-ukraine-and-worlds/102443-global-niy-ndeks-dov-ri-yakim-profes-yam-nayb-l-she-dov-ryayut-lyudi.html> (Accessed 4 May 2023).

18. Public Affairs Global Advisor (2021), "A monthly survey of citizens around the world", available at: <https://www.ipsos.com/ua-ua/global-advisor> (Accessed 4 May 2023).

19. Ipsos (2021), "Global Trustworthiness Index 2021", available at: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-10/Global%20trustworthiness%202021%20deck%20-%20US%20version%20Final.pdf> (accessed 4 May 2023).

20. LOOQME R-index.(2022) "Brand Reputational Health Index.", available at: <https://www.looqme.io/ua/r-index> (Accessed 4 May 2023).

21. Alpari (2022), "Consumer confidence index", available at: <https://alpari.com/ua/beginner/glossary/consumer-confidence-usa/> (accessed 4 May 2023).

22. BDC.Consulting (2021), "How relevant is the phrase "in crypto we trust", available at: <https://bdc.consulting/ru/insights/MarketResearch/to-what-extent-does-the-in-crypto-we-trust> (Accessed 4 May 2023).

23. Chornyi, M. (2022), "Trust in business", Analitichno-informatsiyni tsentr stratehichnoho rozvytku suspilstva, available at <https://www.ccssd.org.ua/post/dovira-bisness> (data zvernennia: 04.05.2023).

24. KPMG International (2022), "Cyber trust 2022. Key findings. Building trust through cybersecurity and privacy", available at: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ua/pdf/2022/12/ua-kpmg-cyber-trust-report-2022.pdf> (Accessed 4 May 2023).

*Стаття надійшла до редакції 12.05.2023 р.*