

РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАХИСТУ ОПЕРАТОРІВ ТА СПОЖИВАЧІВ

Михайлов Станіслав Вікторович*, аспірант
Савіна Наталія Борисівна**, доктор економічних наук, професор,
Національний університет водного господарства та природокористування

*ORCID 0000-0003-4120-4686

**ORCID 0000-0001-8339-1219

© Михайлов С.В., 2023

© Савіна Н.Б., 2023

Стаття отримана редакцією 11.10.2023 р.

The article was received by editorial board on 11.10.2023

Вступ. В сучасному світі інновації в соціально-економічному захисті операторів та споживачів стають ключовим фактором у забезпеченні сталого розвитку та підвищенні якості життя. Швидка зміна технологічного середовища, посилення конкуренції та складність викликів, які ставляться перед цими стейкхолдерами, вимагають нових інструментів і стратегій для забезпечення їх соціально-економічного захисту.

Ця наукова стаття присвячена розгляду реалізації інноваційних інструментів у сфері соціально-економічного захисту операторів та споживачів. Досліджуються актуальні тенденції, стратегії та практичні заходи, які спрямовані на поліпшення умов життя цих стейкхолдерів та на забезпечення їхньої фінансової стабільності. У роботі розглядаються найбільш важливі аспекти інноваційного підходу до соціально-економічного захисту, включаючи сучасні технології, правові аспекти, та роль державних та громадських інституцій у цьому процесі.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. У ситуації, де розмір цифрової платформи прямо пропорційний кількості інформації, яку вона може збирати про своїх користувачів та використовувати у своїй взаємодії з ними, також виникають серйозні побоювання щодо використання даних, збереження конфіденційності та забезпечення безпеки. В окремих аспектах такі платформи дійсно допомагають ліквідувати традиційну інформаційну нерівність. Наприклад, пошукова система чи цифровий посередник може допомагати споживачам порівнювати ціни та репутацію широкого кола можливих постачальників товарів та послуг, які їм потрібні, і це робиться з надзвичайною легкістю, яка була б недосяжною без існування таких платформ.

Але в той самий час методи збору даних на цих платформах можуть призвести до ситуації, яку один з аналітиків Силіконової долини описав як «надзвичайну інформаційну нерівність» [1], коли користувач стає повністю відкритим для платформи, але сама платформа залишається заволодітою значною кількістю інформації, недоступної користувачеві. Крім цього, платформи використовують алгоритми, які базуються на цих даних, для формування вражень споживачів від надання послуг, включаючи визначення того, що користувачі можуть бачити, і що залишається поза їхнім полем зору.

Алгоритми, які використовують дані, також можуть, принаймні у теорії, визначати ціни, які пропонують окремим споживачам [2]. Відсутність можливості відмовитися від цих функцій або вимкнути їх ставить споживачів перед вибором «прийняти чи відхилити» під час використання таких платформ.

Тому належно розроблений та адаптований до контексту захист споживачів та забезпечення конкурентних ринків є важливими факторами для побудови необхідного рівня довіри, який сприяє подальшому розвитку цих ринків, користь від яких отримують як споживачі, так і підприємства. Більш ефективне втілення прав споживачів є необхідним для того, щоб електронна комерція могла повністю розкрити свій потенціал.

Мета статті. Пропоноване дослідження має на меті проаналізувати та систематизувати інноваційні рішення та практики, що впливають на соціально-економічний захист операторів та споживачів, і надати читачам обґрунтоване уявлення про цей важливий аспект сучасного соціуму. Наш досвід та дослідження допоможуть визначити перспективи подальшого розвитку цієї сфери та вирішити проблеми, що стоять перед суспільством у контексті забезпечення соціально-економічної стабільності.

Основний матеріал і результати. Соціальний та економічний захист операторів та споживачів стає все більш важливим завданням в умовах сучасного світу. Інноваційні інструменти грають ключову роль у досягненні цієї мети, оскільки вони дозволяють покращити якість послуг, забезпечити безпеку та зручність взаємодії для обох сторін – операторів та споживачів. У цьому розділі розглянемо різні інноваційні інструменти, що використовуються для соціального та економічного захисту, та проаналізуємо їхні переваги та обмеження.

Для гравців, які беруть участь в онлайн-гемблінгу, ця діяльність може відкрити перед ними низку переваг і можливостей, які можна узагальнити наступним чином:

1. **Розширений вибір:** Онлайн-гемблінг пропонує гравцям значно більший спектр можливостей. Також, цей вид гемблінгу робить глобальний ринок доступним для гравців, надаючи їм можливість грати за кордоном у набагато зручніший спосіб, ніж це було можливо раніше.

2. **Зручність:** Онлайн-гемблінг знижує витрати на транзакції та надає гравцям можливість ефективно взаємодіяти з ринком у вибраній ними час і місце, не будучи обмеженими робочим часом і місцем розташування гральних закладів. Інноваційні технології, такі як віртуальні персональні помічники з можливостями голосового керування, можуть покращити цю зручність.

3. **Цінність:** Постійні інновації, масштабність успішних платформ, низькі операційні витрати для онлайн-постачальників і сильна конкуренція можуть призвести до зниження цін і надання безкоштовних послуг для гравців [3].

4. **Доступ до інформації:** Інтернет надає доступ до великої кількості інформації про якість і ціни продуктів і послуг, а також репутацію їх постачальників. Це сприяє більшій прозорості та дозволяє гравцям краще порівнювати та обґрунтовано приймати рішення.

5. **Доступ до інструментів порівняння:** Інтернет надає споживачам доступ до різних інструментів цифрового порівняння і платформ агрегації, які допомагають аналізувати ринкову інформацію та отримувати кращі пропозиції з усього ринку [4].

6. **Збільшена активність гравців:** Соціальні медіа і системи оглядів і рейтингів дозволяють гравцям висловлювати свою думку та взаємодіяти з провайдерами.

Проте, разом з цими перевагами, існують ризики, які потрібно враховувати, і принципи зменшення яких є важливими для соціального та економічного захисту операторів та споживачів:

1. **Нечесна підприємницька та рекламна практика:** Гравці можуть стати жертвами агресивного маркетингу та недостовірної реклами, що може призвести до оманливих методів.

2. **Проблеми з розголошенням інформації та умовами угод:** Довгі та складні умови угоди або приховані положення на веб-сайтах можуть привести до непорозумінь та невідомих зобов'язань.

3. **Проблеми з платежами:** Без належної безпеки платежів, дані транзакцій можуть бути скомпрометовані.

4. **Проблеми з даними та конфіденційністю:** Збір великих обсягів даних може призвести до маніпуляцій та проблем з конфіденційністю.

5. **Доступ до небезпечних продуктів:** небезпечні продукти можуть залишатися доступними через електронну торгівлю.

Усі ці ризики вимагають відповідних заходів безпеки та регулювання для захисту операторів та споживачів.

Наразі існує міжнародний консенсус щодо рекомендованих практик для підприємств, що беруть участь у транзакціях зі споживачами в Інтернеті, включаючи негрошові операції та послуги, а також діяльність, яка сприяє інтересам споживачів. Ці рекомендації складаються з шести загальних принципів високого рівня, які служать основою для розробки політики та оцінки діяльності в цифровому сегменті онлайн-гемблінгу. Ці принципи включають наступне:

1. **Чесна практика ведення бізнесу та реклами:** Підприємства електронної комерції повинні дотримуватися чесних стандартів у справедливому веденні бізнесу та рекламі. Вони не повинні надавати недостовірну, обманливу або несправедливу інформацію.

2. **Доступ до інформації:** Підприємства електронної комерції повинні надавати чітку та точну інформацію про свої товари та послуги, а також умови транзакцій, щоб споживачі могли приймати обґрунтовані рішення.

3. **Ефективність процесу підтвердження та оплати транзакцій:** Підприємства електронної комерції не повинні обробляти транзакції без згоди споживачів і мають забезпечувати доступні механізми оплати з відповідними обмеженнями щодо відповідальності споживачів за несанкціоноване використання.

4. **Заходи для забезпечення конфіденційності та безпеки:** Практика збору даних про споживачів повинна бути законною, прозорою та справедливою, забезпечуючи участь та вибір споживачів та гарантії безпеки.

5. **Безпека продукту в ланцюгах поставок електронної комерції:** Підприємства електронної комерції не повинні пропонувати чи рекламувати товари чи послуги, які становлять непропорційний ризик для здоров'я або безпеки споживачів, і повинні співпрацювати з компетентними органами для усунення таких ризиків.

6. **Змістовний доступ до ефективних механізмів вирішення спорів:** Споживачі мають мати доступ до справедливих і легких у використанні механізмів вирішення спорів та отримання компенсації без надмірних витрат.

Ці принципи встановлюють стандарти для діяльності в сфері онлайн-гемблінгу і служать основою для захисту та розширення можливостей цифрових споживачів.

Деталізуючи принципи чесного бізнесу, реклами та маркетингу для гемблінг індустрії, можна сформулювати їх таким чином:

1. **Заборона оманливих практик:** Оператори азартних ігор повинні утримуватися від будь-яких дій, які можуть бути оманливими, шахрайськими або несправедливими. Це включає уникання хибних методів, пов'язаних зі збором та використанням персональних даних споживачів.

2. **Прозорі умови транзакцій:** Умови, що можуть вплинути на рішення гравця щодо транзакції, повинні бути чіткими та доступними. Гравці мають право відмовитися від підтверженої операції відповідно до обставин, навіть якщо це не є обов'язковим, та отримувати відшкодування за порушення умов, які вони можуть зазнати, навіть якщо це призведе до збитків.

3. **Дотримання галузевих стандартів:** Оператори та гравці повинні дотримуватися галузевих кодексів, програм саморегулювання, повідомлень про конфіденційність та інших політик та практик, які можуть бути явними або неявними.

4. **Етична реклама та маркетинг:** Реклама та маркетинг повинні бути чітко визначеними, інформувати від імені кого вони проводяться, відповідати фактичним характеристикам товарів та послуг, не спотворювати інформацію та не приховувати загальну вартість. Вони повинні підкреслювати відповідальну гру. Якщо в рекламі та маркетингу використовуються рекомендації гравців, вони мають бути правдивими та прозорими, і будь-які зв'язки між операторами та онлайн-індосантантами мають бути чітко вказані.

Розглядаючи гемблінг індустрію, важливо враховувати, що онлайн-гемблінг може створювати особливі умови для споживачів, де їхня увага та сприйняття ризиків може бути зниженою. Тому дотримання принципів чесного бізнесу та етичної реклами є критично важливим для забезпечення довіри споживачів та захисту їх інтересів в цій галузі.

Оскільки електронна комерція відкриває низькі бар'єри для вступу на ринок для нових операторів, включаючи будь-яку юридичну особу, яка бажає емулювати відомі бренди, це призводить до збільшення кількості копіюючих веб-сайтів. Ці сайти використовують маніпуляцію результатами пошукових систем, щоб привернути споживачів на свої ресурси. Також, оператори можуть недостатньо точно представляти себе гравцям і публікувати відгуки, які можуть підвищувати їх власну репутацію та/або знижувати репутацію конкурентів. З метою отримання конкурентної переваги над конкурентами, які пропонують кращі товари та послуги за більш доступними цінами, оператори можуть перебільшувати якість чи спотворювати характеристики своїх продуктів чи послуг [5].

Оператори також можуть впливати на ціноутворення таким чином, щоб використовувати упередження споживачів і маніпулювати їхніми виборами, наприклад, шляхом неповної розкритості всіх складових ціни або основних умов, а також використовувати оманливі цінові практики або стратегії крапельного ціноутворення. Орієнтовне ціноутворення, коли ціна вказується разом з посиланням на вищу ціну, і крапельне ціноутворення, коли рекламуються низькі ціни, але додаткові витрати розкриваються поступово під час транзакції, можуть вводити споживачів в оману і призводити до збитків [6].

Приховані ціни можуть впливати на споживачів, оскільки ціни можуть бути непередбачуваними та неявними. Споживачі можуть стикатися з ними, не маючи можливості розуміти повну вартість продукту чи послуги перед покупкою.

Дослідження, спрямовані на кількісне визначення ступеня шкоди для споживачів, яка може виникати внаслідок нечитання онлайн-положень та умов, були проведені в різних країнах. У звіті The Guardian за 2011 рік зазначається, що під час опитування британських споживачів, 21% з них заявили про випадки, коли вони постраждали від погодження з умовами, які вони не були готові або не змогли повністю прочитати. Серед них 10% зазначили, що були укладені контракти на більш тривалий термін, ніж очікувалося, а 5% не могли скасувати або змінити бронювання готелів чи відпочинку [7].

Подібне дослідження було проведено для Європейської комісії і включало опитування споживачів у Нідерландах і Польщі з метою визначення ступеня шкоди для споживачів, яка виникає внаслідок непрочитаних або неповністю розумітих умов. В цьому дослідженні було встановлено, що 26% респондентів стикнулися з такими проблемами за 12 місяців до проведення опитування, і з цієї кількості дві третини відносяться до ситуацій онлайн-покупок [8].

Висновки. Стаття досліджує важливі аспекти онлайн-гемблінгу та його вплив на споживачів у контексті цифрової економіки. Дослідження підкреслює зростаючу роль онлайн-платформ у галузі гемблінгу та звертає увагу на ризики, пов'язані з віртуальними транзакціями. Однією з ключових проблем є непрозорість умов і положень, які споживачі нерідко не читають або розуміють не в повному обсязі, що може призвести до серйозних проблем для споживачів, зокрема під час онлайн-покупок.

Згідно з дослідженнями, значна частина споживачів зазнає збитків через недбале відношення до умов використання, що може включати у себе нерозуміння та невірні інтерпретації. Це підкреслює важливість прозорості та доступності інформації щодо умов та обмежень транзакцій для споживачів.

Дослідження також виявляє ризики, пов'язані з маркетинговими практиками, такими як фальшиві відгуки та неправдива реклама, які можуть вводити споживачів в оману та спричиняти невірне сприйняття продуктів та послуг. Це підкреслює потребу у суворому контролі та регулюванні в цій сфері, щоб забезпечити чесність та правдивість інформації, що надається споживачам.

Запропоновані інструменти соціально-економічного захисту операторів та споживачів в онлайн-гемблінгу можна розглядати як комплекс заходів і принципів, спрямованих на підвищення чесності та безпеки в цій галузі:

– Чесна практика ведення бізнесу та реклами: Забезпечення чесною та правдивою реклами та бізнес-практик в галузі гемблінгу.

– Доступ до інформації: Забезпечення доступу споживачів до важливої інформації про продукти та умови гри.

– Ефективне підтвердження транзакцій: Використання надійних механізмів для підтвердження та захисту транзакцій гравців.

– Заходи щодо усунення ризиків конфіденційності та безпеки: Захист особистої інформації гравців та запобігання несанкціонованому доступу до неї.

– Безпека продукту в ланцюгах поставок електронної комерції: Забезпечення безпеки та якості продуктів та послуг на всіх етапах ланцюга постачання.

– Змістовний доступ до ефективних механізмів вирішення спорів: Забезпечення доступу гравців до ефективних механізмів вирішення суперечок та конфліктів.

Загальний мета цих інструментів полягає в створенні ефективного середовища для гравців та операторів гемблінгу, де забезпечується чесна практика, безпека та захист прав споживачів у цифровому середовищі.

Таким чином, прозорість, правдивість та доступність інформації є ключовими в аспекті забезпечення довіри споживачів до цифрових платформ гемблінгу та їх продуктів, що є важливими аспектами для стабільного та довгострокового розвитку цієї галузі в епоху цифрової економіки.

REFERENCES:

1. Lanier J. (2013) *Who Owns the Future?* New York: Simon & Schuster, 396 p.
2. Mohammed R. (2017) How retailers use personalized prices to test what you're willing to pay. *Harvard Business Review*. Available at: <https://bit.ly/2qWuYjh> (accessed October 4, 2023).
3. Wigglesworth R. (2017) Will the death of US retail be the next big short? Available at: <https://www.ft.com/content/d34ad3a6-5fd3-11e7-91a7-502f7ee26895> (accessed October 4, 2023).

4. OFT (2013) Price Comparison Websites: trust choice and consumer empowerment in online markets. Available at: <http://www.oft.gov.uk/OFTwork/consumer-protection/campaign11-12/price-comparison-websites/> (accessed October 4, 2023).
5. OECD Committee on Consumer Policy (2022) Report on the Implementation of the OECD Recommendation on Consumer Protection in E-commerce. Available at: <https://www.oecd.org/sti/consumer/oecdguidelinesforconsumerprotectioninthecontextofelectroniccommerce1999.htm> (accessed October 4, 2023).
6. Ahmetoglu G. (2010) Pricing practices: Their effects on consumer behaviour and welfare. *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 21, issue 5, pp. 696–707.
7. Smithers R. (2011) Terms and conditions: Not reading the small print can mean big problems. London. Available at: <https://www.theguardian.com/money/2011/may/11/terms-conditions-small-print-big-problems> (accessed October 4, 2023).
8. Elshout M. et al. (2016) Study on Consumers' Attitudes Towards Terms Conditions (T&Cs) Final Report. Report for the European Commission, Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (Chafea) on behalf of Directorate-General for Justice and Consumers. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2847546 (accessed October 4, 2023).

УДК 330. 37.07

JEL D12, F19, H22, L 83

Михайлов Станіслав Вікторович, аспірант. **Савіна Наталія Борисівна**, доктор економічних наук, професор, Національний університет водного господарства та природокористування. **Реалізація інноваційних інструментів соціально-економічного захисту операторів та споживачів.**

Стаття розглядає інструменти соціально-економічного захисту операторів та споживачів у сфері онлайн-гемблінгу. Основною темою статті є розвиток системи заходів, спрямованих на забезпечення чесності та безпеки для операторів і споживачів у цій галузі. Проблеми, пов'язані з оманливими практиками, копіюванням веб-сайтів, а також нечесним ціноутворенням та рейтингами гральних продуктів, обговорюються докладно. Метою даного дослідження є підвищення рівня довіри гравців до онлайн-гемблінгу і запобігання шахрайству та нечесним практикам у цій галузі. Стаття розглядає загальні принципи вищого рівня, такі як чесна практика ведення бізнесу та реклами, доступ до інформації та ефективне підтвердження транзакцій. Узагальнені результати статті включають рекомендації щодо впровадження інструментів соціально-економічного захисту для поліпшення умов гри та захисту прав споживачів в онлайн-гемблінгу. За допомогою цих інструментів можна сприяти розвитку справедливого та надійного гемблінг-середовища, де оператори та гравці можуть користуватися вигодами цієї індустрії, дотримуючись етичних та правових стандартів.

Ключові слова: гемблінг, онлайн-гра, соціально-економічний захист, рейтинги та відгуки, чесна практика.

UDC 330. 37.07

JEL D12, F19, H22, L 83

Stanislav Mykhailov, Postgraduate Student. **Nataliia Savina**, Doctor of Economic Sciences, Professor, National University of Water and Environmental Engineering. **Implementation of innovative tools for socio-economic protection of operators and consumers.**

This article explores the tools for socio-economic protection in the online gambling industry. It delves into various aspects of this field, including honest business practices, access to information, transaction security, data privacy, supply chain product safety, dispute resolution mechanisms, and combating fraudulent activities. The main focus is to enhance trust and safeguard the interests of both operators and consumers within the online gambling sector. The primary theme of the article centers around creating a framework that fosters fair and secure online gambling practices. It delves into the prevalent issues such as deceptive practices, website cloning, dishonest pricing strategies, and the reliability of user reviews and ratings. The article aims to address these concerns and provide recommendations for a more transparent and trustworthy online gambling environment. The overarching goal of this research is to elevate the level of trust among players in online gambling and prevent fraudulent activities within the industry. By examining high-level principles, the article lays the foundation for ethical business conduct, accessibility to crucial information, and effective transaction verification. The article's comprehensive results include a set of guidelines and recommendations for implementing socio-economic protection tools. These tools aim to improve the gaming experience and protect consumers' rights in the online gambling sphere. By introducing these measures, the industry can promote a fair and reliable gambling environment where operators and players alike adhere to ethical and legal standards. Furthermore, this article sheds light on the critical role of digital comparison tools in empowering consumers with accurate information and ensuring the integrity of online gambling platforms. Overall, this research serves as a valuable resource for stakeholders in the online gambling industry, offering insights and strategies to create a safer and more trustworthy gaming ecosystem. It underscores the importance of honest business practices, transparency, and consumer protection, ultimately contributing to a healthier and more sustainable online gambling landscape.

Key words: gambling, online gaming, socioeconomic protection, ratings and reviews, fair practices.