

СЕРГЄЄВА Л. Н.

Запорізький державний медичний університет

МАКАРЕНКО О. І.

Запорізький національний університет

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню питання розвитку підприємництва в Україні. Проаналізовано особливості соціального капіталу як складової підприємницької діяльності. Запропоновано когнітивну модель впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва. Встановлено, що позитивний вплив соціального капіталу на розвиток підприємництва більший за від'ємний та є достатньо визначеним. Використання запропонованої моделі, на державному рівні, дозволить прискорити становлення підприємницького сектору в Україні.

Ключові слова: вплив, зв'язок, когнітивна модель, підприємництво, соціальний капітал, фактори.

SERGEEVA L. N.

Zaporizhzhia State Medical University

МАКАРЕНКО О. І.

Zaporizhzhia National University

INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL ON DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

The article studies entrepreneurship development in Ukraine. Social capital is one of the basic resources which enables entrepreneurial activity. Therefore, effective social capital management is a key factor in improving the performance of entrepreneurial activity. Thus, the problem of study of social capital influence on development of entrepreneurship in Ukraine is important today. To resolve it the authors propose to use apparatus of cognitive modelling. Social capital peculiarities as part of entrepreneurial activity are analyzed herewith. The authors propose the procedure of building of cognitive model of influence of social capital on entrepreneurship development in Ukraine, which includes several stages. First stage: important factors, in terms of the studied problem, are determined. In particular, the following factors are taken into account: employment, tax burden imposed on entrepreneur, grey economy, competition, demand for goods and services, availability of financial resources, quality of legislation, and skills of entrepreneur. Second stage: links between the determined elements are established and cognitive model is built. Third stage: basic factors are highlighted and levers of influence are determined. Fourth stage: analysis of influence and balance in cognitive model is performed. This stage can contain both static and dynamic analyses. It is found that positive influence of social capital on entrepreneurial activity is greater than negative one, and such influence is enough considerable. The proposed cognitive model of influence of social capital on entrepreneurship development allows to evaluate the synergistic effect of factors on the rate of development of entrepreneurship. The application of this model on the state level will allow to accelerate process of entrepreneurial sector formation within Ukraine.

Key words: influence, link, cognitive model, entrepreneurship, social capital, factors.

Вступ. Економічний розвиток будь-якої країни залежить від ефективності використання суспільного капіталу, а саме матеріального (економічного) капіталу та нематеріального (гуманітарного) капіталу. Обмеженість ресурсів спонукає суспільство до пошуку новихощадних технологій, а отже на перше місце виходять такі ресурси як: трудовий капітал, інтелектуальний капітал, соціальний капітал. Тобто мова вже йде не про кількість ресурсу, а про його якість. На тлі цього науковці виділяють такі фактори, що впливають на економічне зростання, як: якість соціальних відносин, характер зв'язків між економічними агентами, ділову репутацію, рівень довіри тощо. Всі ці чинники розглядаються в межах поняття «соціальний капітал» та впливають на розвиток підприємницької діяльності.

Згідно з Законом України «Про підприємництво», під підприємництвом розуміється «безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством» [1].

За даними Державної служби статистики України обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами підприємництва збільшився з 2004 р. по 2014 р. більш ніж у 3 рази, тобто з 1405096,2 млн грн до 4459702,2 млн грн, а кількість зайнятих працівників за означений період скоротилася майже на 10 % (з 9581,7 тис. осіб до 8796,7 тис. осіб) [2]. Отже, можна припустити, що розвиток підприємництва в Україні відбувається не екстенсивним, а інтенсивним шляхом, за рахунок підвищення кваліфікації персоналу, використання нових технологій тощо, а також за рахунок ефективного використання соціального капіталу. Тому дослідження впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва є достатньо актуальним як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі розвитку економіки людське суспільство сягає все більших висот, але є очевидним, що подальший прогрес зумовлений таким потужним ресурсом, як соціальний капітал.

Психологія прийняття економічних рішень як науковий напрям з'явилась в кінці 70-х рр. 20 століття завдяки зусиллям таких вчених як Д. Канеман [3] та В. Сміт [4], які розглядали аксіоматичні засади «теорії очікуваної вигоди». Вчені у своїх дослідженнях довели, що прийняття рішень економічними агентами не базується на раціональних очікуваннях, а здійснюється під впливом емоцій, моральних та соціальних норм, особистого досвіду, а інколи взагалі навмання.

Термін «соціальний капітал» став широко застосовуватися в 80-і роки 20 ст. Дж. Колеманом [5], Р. Патнемом [6], Ф. Фукуямой [7]. Згідно з трактовкою Дж. Колемана «соціальний капітал – це потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги, який цілеспрямовано сформований в якості міжособистих відносин» [5, с. 254], автор вважав, що соціальний капітал – це ресурс дії.

Роль соціального капіталу в економічних відносинах досліджував Р. Патнем, який зробив висновок, що «по аналогії з фізичним та людським капіталом, які втілені в засобах праці та навчанні, та які збільшують індивідуальну продуктивність, соціальний капітал міститься в таких елементах суспільної організації, як соціальні зв'язки, соціальні норми та довіра, що створюють умови для координації та кооперації з метою отримання взаємної вигоди» [6, с. 136]. Джерелами соціального капіталу можуть бути групи і соціальні інститути, зокрема, найважливішим джерелом є родина і держава.

Ф. Фукуяма дає визначення соціального капіталу через поняття довіри. «Довіра – це очікування, яке з'являється у членів певного суспільства, що поведінку інших членів в більшій або меншій мірі можливо спрогнозувати, тобто така поведінка є чесною, з певною мірою уваги до оточуючих, та узгодженою з загальними нормами. Соціальний капітал – це певний потенціал суспільства або його частини, що виникає як результат існування довіри між його членами» [7, с. 58].

Сутність та поняття соціального капіталу досліджено в працях М. Горожанкіної, Ю. Дем'яненко, С. Никоненко, І. Радіонової, Л. Стрельникової, В. Сікори, О. Тітаренко та інших. У науковій літературі в даний час виділяється декілька підходів до дослідження сутності соціального капіталу. М. Горожанкіною [8] запропоновано такі підходи до визначення категорії соціальний капітал: мережевий, інституційний та синергетичний.

Ю. Дем'яненко [9] досліджує процеси формування соціального капіталу підприємств сфери послуг та дає таке визначення соціального капіталу – «це сукупність тих існуючих чи потенційних ресурсів окремої економічної системи, які створюють переваги нематеріального характеру та дозволяють діяти більш ефективно, забезпечують взаємодію серед економічних агентів, яка базується на принципі «довіра – обов'язки», та зменшує рівень трансакційних витрат».

Альтернативне визначення соціального капіталу пропонує С. Никоненко [10]: «Соціально-економічна система, що має соціальний капітал, – це скінченна множина функціональних елементів разом з їх властивостями та відношеннями між ними, виокремлена з еколого-економіко-соціального середовища відповідно до певної мети в межах певного часового інтервалу, яка має зв'язки з визначеними елементами зовнішнього середовища та між власними елементами, засновані на взаємній довірі. Соціальний капітал соціально-економічної системи – це множина зв'язків між елементами системи та з елементами зовнішнього середовища, заснованих на взаємній довірі. Під використанням соціального капіталу будемо розуміти зменшення трансакційних витрат на здійснення взаємодії в процесі функціонування системи за рахунок довіри між учасниками взаємодії». В даній роботі будемо використовувати саме це визначення.

Досліджуючи питання управління соціальним капіталом страхової компанії, С. Никоненко [10] застосовує структурний підхід до моделювання, а саме пропонує для оцінювання рівня довіри будувати дерево факторів впливу.

В роботах І. Радіонової [11] досліджено опосередкований вплив рівня освіти, як елемента соціального капіталу, на економіку країни. Автором доведено, що зростання рівня освіти буде позитивно впливати на прискорення економічного зростання у разі, якщо буде сформовано демократичне суспільство з високим вихідним рівнем інституціональної довіри.

Л. Стрельникова [12] всі існуючі погляди на соціальний капітал розглядає з точки зору джерел формування, цілей використання, форм, підходів до вивчення концепції соціального капіталу. Український вчений В. Сікора вважав, що «соціальний капітал виробляє те, без чого не може існувати ринкова економіка – довіру між людьми» [13].

Дослідженню форм існування соціального капіталу присвячено праці О. Тітаренко [14]. Автор зазначає, що не існує єдиного підходу до встановлення форм соціального капіталу та пропонує уніфікувати всі форми в єдину систему, а саме розглядати дві основні форми соціального капіталу – довіру та репутацію.

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень соціального капіталу як економічної категорії, питання його впливу на економіку, а саме на розвиток підприємництва за допомогою економіко-математичних методів висвітлено в науковій літературі недостатньо, що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Метою статті є побудова когнітивної моделі впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва з урахуванням реалій української економіки, яка дозволить оцінювати синергетичну дію факторів на темпи розвитку підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємництво – це багатогранна діяльність,

результативність якої залежить від багатьох факторів. Складність та невизначеність впливу факторів один на одного та на розвиток підприємництва зумовлюють необхідність використання апарату економіко-математичного моделювання, а саме когнітивного моделювання. Сутність якого полягає в наступному: виокремлюються елементи системи, які є важливими з точки зору досліджуваної проблеми; встановлюються зв'язки між цими елементами; графічно відображається когнітивний граф; взаємозв'язкам у вигляді дуг графу приписуються знаки, що визначають характер впливу факторів один на одного; виділяються цільові фактори та визначаються важелі впливу; здійснюється аналіз отриманих результатів [15].

Авторами запропоновано процедуру побудови когнітивної моделі впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва в Україні, яка включає декілька кроків.

На першому кроці визначаються важливі з точки зору досліджуваної проблеми фактори. Так, розвиток підприємництва можна оцінювати за допомогою кількісних та якісних показників. До якісних показників відносяться: якість задоволення потреб населення суб'єктами підприємницької діяльності, рівень професійної підготовки підприємців тощо. До кількісних показників відносяться, наприклад, обсяг реалізації або виробництва продукції, послуг суб'єктами підприємницької діяльності, частка ВВП в загальному обсязі ВВП країни, яку створюють суб'єкти підприємницької діяльності, тощо. Проте, дієвість органів влади щодо розвитку підприємництва важливо оцінювати в динаміці, тому, на нашу думку, найбільш адекватним показником можна вважати темп розвитку підприємництва. Наприклад, темп розвитку підприємництва можна визначати за допомогою таких статистичних показників, як темп приросту або темп росту підприємницької діяльності.

Аналіз джерел та публікацій дозволив визначити такі фактори, що впливають на розвиток підприємництва в Україні: доступність до фінансових ресурсів, якість законодавчого забезпечення підприємницької діяльності, податкове навантаження на бізнес, зайнятість населення, наявність тіньової економіки, професійні навички підприємця, попит на товари та послуги, конкуренція. Означені фактори прямо або опосередковано формують соціальний капітал, який є одним з основних ресурсів підприємницької діяльності. Соціальний капітал створюється і накопичується всередині соціальних груп і організацій та вимірюється в більшості випадків за допомогою показників рівня довіри. Класифікацію видів довіри представлено в роботі М. Дубини [16]. При побудові когнітивної моделі впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва в Україні доцільно враховувати, по-перше, джерела формування довіри, по-друге, об'єкти довіри. За об'єктами довіри виділяють: довіру до себе, довіру до інших людей (підприємців) та довіру до організацій (інституціональна довіра). Відповідно, джерелами формування довіри можуть виступати: підприємці, споживачі та держава. Показники, що характеризують довіру у відповідності до її джерел формування та об'єкта довіри представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Показники, що характеризують довіру у відповідності до її джерела та об'єкта

Джерело	Об'єкт довіри	Показник, що характеризує довіру
Підприємець	Сам до себе	Професійні навички Попит на товари, послуги
	Інші підприємці	Доступність до фінансових ресурсів Конкуренція
	Споживачі	Зайнятість населення Попит на товари, послуги
	Держава	Тіньова економіка
Споживач	Підприємці	Попит на товари, послуги Зайнятість населення
	Держава	Тіньова економіка
Держава	Споживачі	Якість законодавства
	Підприємці	Податкове навантаження Якість законодавства Доступність до фінансових ресурсів

Проаналізуємо більш детально означені показники. Так, об'єктом довіри підприємця може виступати: він сам, інші підприємці, споживачі та держава. Показником, що віддзеркалює довіру до самого себе може слугувати рівень професійних навичок (освіта, досвід роботи, наявність спеціальних знань тощо), тобто рівень довіри зростає із зростанням професійних навичок. Додатковим фактором формування довіри до себе є попит на товари, послуги – якщо він зростає, то довіра до себе підвищується і навпаки. Довіра до інших підприємців реалізується через доступність до фінансових ресурсів, тобто якщо підприємці довіряють один одному, то вони спільно фінансують проекти, кооперуються, об'єднуються у кластери тощо. Зростання рівня конкуренції негативно впливає на рівень довіри між підприємцями. Зайнятість населення є показником довіри підприємця до споживача, оскільки недовіра до персоналу не стимулює підприємців розширяти свій бізнес, а отже і працевлаштовувати їх.

Так звана інституціональна довіра є довірою підприємця до держави (державних інститутів та організацій). Якщо у суспільстві низький рівень довіри до держави, то зростає рівень тіньової економіки, тобто підприємці намагаються приховувати доходи з метою мінімізації податків.

Також джерелом довіри може виступати споживач. У разі високого рівня довіри до підприємців зростає зайнятість населення, а отже зростає попит на товари та послуги. Якщо рівень довіри споживача до держави високий, то рівень корупції у суспільстві знижується, оскільки споживачі за необхідністю, звертаючись до державних органів влади, отримують необхідну підтримку.

Якщо джерелом довіри є держава, то довіряючи як споживачу, так і підприємцю, вона розробляє якісне законодавство, яке може їх захистити. Довіряючи підприємцям держава встановлює такі податкові ставки, які підприємці можуть сплачувати; розробляє державні програми розвитку та фінансує їх, тобто доступність до фінансових ресурсів зростає.

На другому кроці необхідно встановити зв'язки між визначеними елементами та побудувати когнітивну модель (рис. 1).

Виокремленні фактори є вершинами моделі, а взаємозв'язки між ними визначаються дугами, причому суцільна дуга вказує на позитивний зв'язок між факторами, а пунктирна – на від'ємний.

На третьому кроці необхідно виділити цільові фактори та визначити важелі впливу. Цільовим фактором в запропонованій моделі є темп розвитку підприємництва в Україні, а важелем впливу – соціальний капітал, але варто зазначити, що важелів впливу може бути декілька залежно від обраної стратегії розвитку.

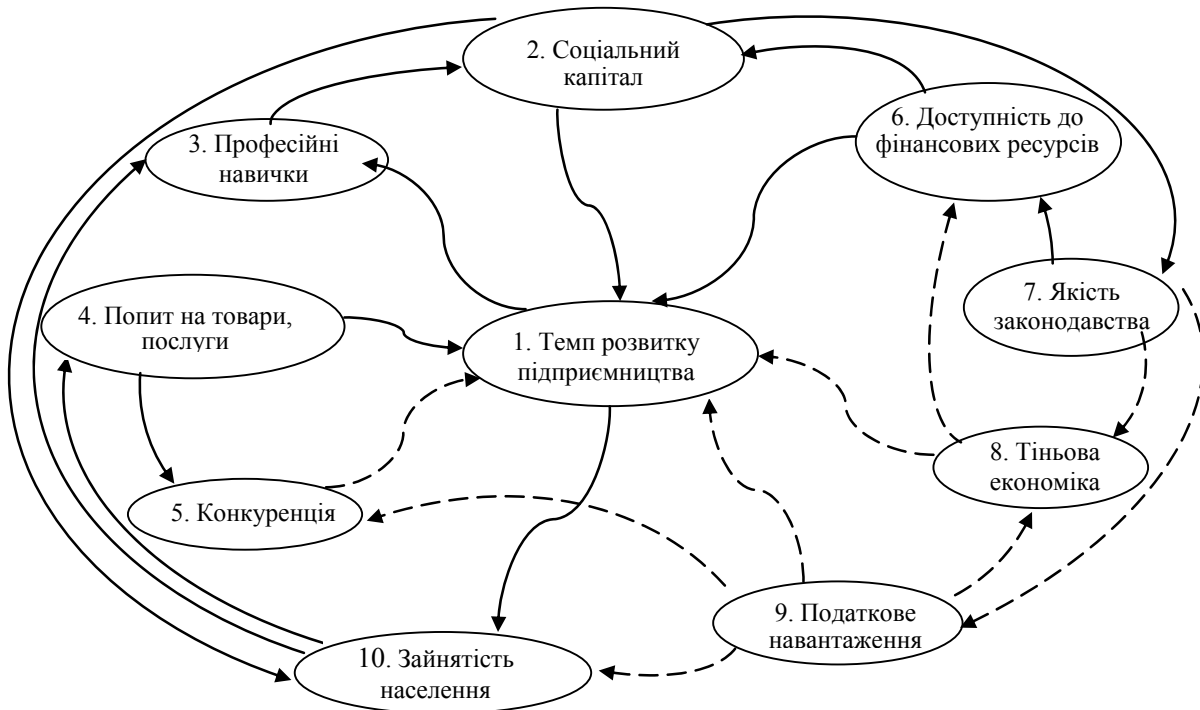


Рис. 1. Когнітивна модель впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва в Україні

На четвертому кроці здійснюється аналіз впливу та збалансованості в когнітивній моделі, на цьому кроці може здійснюватися як статичний, так і динамічний аналіз. Завданням статичного аналізу є виявлення факторів, що впливають на результуючий показник та оцінювання такого впливу. Реалізувати статичний аналіз можна за допомогою показника сумарного впливу i -го фактору на j -й фактор (s_{ij}), та показника консонансу (c_{ij}), який є мірою відмінності між позитивним і від'ємним впливом i -го фактору на j -й [17]. Завдання динамічного аналізу полягає у генерації можливих сценаріїв розвитку ситуації у часі. Реалізувати динамічний аналіз можна за допомогою імпульсних процесів.

Для проведення статичного аналізу впливу в побудованій когнітивній моделі нас цікавлять шляхи, які виходять з другої вершини «Соціальний капітал» та приводять до цільового фактору «Темп розвитку підприємства». Аналіз впливу факторів здійснено за методом, запропонованим О.П. Кузнецовим в роботі [16].

Так, консонанс (c_{ij}) впливу фактора i на фактор j визначається співвідношенням:

$$c_{ij} = \frac{p_{ij} - n_{ij}}{s_{ij}}, \quad (1)$$

де s_{ij} – сумарний вплив фактора i на фактор j , $s_{ij} = p_{ij} + n_{ij}$;

p_{ij} – сумарний позитивний вплив i -го фактору на j -й фактор, $p_{ij} = \sum_{m=1}^{\infty} f(m)E_{ij}^{(m)}$, $E_{ij}^{(m)}$ – кількість позитивних шляхів довжини m ;

n_{ij} – сумарний від’ємний вплив фактора i -го фактору на j -й фактор, $n_{ij} = \sum_{m=1}^{\infty} f(m)I_{ij}^{(m)}$, $I_{ij}^{(m)}$ – кількість негативних шляхів довжини m ;

$f(m)$ – монотонна спадаюча функція від довжини шляху m , що визначає ступінь ослаблення впливу на шляху від i -го фактору до j -го фактору.

Вважається, що чим більшим є значення консонансу, тим більш визначеним є вплив i -го фактору на j -й фактор. Якщо $c_{ij} < 0$, то збільшення i -го фактору призведе до зменшення j -го фактору, якщо $c_{ij} > 0$, то збільшення i -го фактору призведе до зростання j -го фактору, а якщо $c_{ij} = 0$, то зміна i -го фактору не впливає на зміну j -го фактору.

Існуючі шляхи від фактору «Соціальний капітал» до фактору «Темп розвитку підприємництва» представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Шляхи від фактору «Соціальний капітал» до фактору «Темп розвитку підприємництва»

Довжина шляху (m)	Шлях	Характеристика шляху
$m = 1$	$2 \xrightarrow{+} 1$	посилюючий
$m = 3$	$2 \xrightarrow{+} 10 \xrightarrow{+} 4 \xrightarrow{+} 1$	посилюючий
	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 8 \xrightarrow{-} 1$	посилюючий
	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{+} 6 \xrightarrow{+} 1$	посилюючий
	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 9 \xrightarrow{-} 1$	посилюючий
$m = 4$	$2 \xrightarrow{+} 10 \xrightarrow{+} 4 \xrightarrow{+} 5 \xrightarrow{-} 1$	стабілізуючий
	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 8 \xrightarrow{-} 6 \xrightarrow{+} 1$	посилюючий
	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 9 \xrightarrow{-} 8 \xrightarrow{-} 1$	стабілізуючий
	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 9 \xrightarrow{-} 5 \xrightarrow{-} 1$	стабілізуючий
$m = 5$	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 9 \xrightarrow{-} 10 \xrightarrow{+} 4 \xrightarrow{+} 1$	посилюючий
$m = 6$	$2 \xrightarrow{+} 7 \xrightarrow{-} 9 \xrightarrow{-} 10 \xrightarrow{+} 4 \xrightarrow{+} 5 \xrightarrow{-} 1$	стабілізуючий

Варто зазначити, що чим більшою є довжина шляху, тим слабшою є сила впливу, тому вплив «Соціального капіталу» на «Темп розвитку підприємництва» було розраховано з припущення, що $f(m)$ – монотонно спадаюча функція, $f(m) = \frac{1}{m}$. Тоді сумарний позитивний вплив дорівнює:

$$p_{21} = 1 + \frac{4}{3} + \frac{1}{4} + \frac{1}{5} = \frac{167}{60}; \text{ сумарний від'ємний вплив дорівнює: } n_{21} = \frac{3}{4} + \frac{1}{6} = \frac{11}{12}, \text{ а сумарний вплив}$$

$$\text{відповідно дорівнює: } s_{21} = \frac{167}{60} + \frac{11}{12} = \frac{111}{30}. \text{ Отже, консонанс впливу «Соціального капіталу» на «Темп}$$

$$\text{розвитку підприємництва» визначається співвідношенням: } c_{21} = \left(\frac{167}{60} - \frac{11}{12}\right) / \frac{111}{30} = 0,505.$$

Оскільки $p_{21} > n_{21}$, то можна зробити висновок, що позитивний вплив соціального капіталу на розвиток підприємництва більший за від’ємний, та величина консонансу (c_{21}) свідчить про те, що такий вплив є достатньо визначеним.

В результаті аналізу когнітивної моделі формуються пропозиції щодо управлінських рішень стосовно визначеної проблеми.

Висновки з проведеного дослідження. Діяльність суб’єктів підприємництва є ініціативною,

спрямованою на отримання соціальних та економічних результатів. Одним з основних ресурсів, що забезпечує підприємницьку діяльність є соціальний капітал. Авторами запропоновано визначати ступінь впливу факторів на розвиток підприємництва в Україні через призму соціального капіталу за допомогою когнітивної моделі. Так, визначено, що позитивний вплив соціального капіталу на розвиток підприємництва більший за від'ємний та є достатньо визначеним.

Когнітивна модель впливу соціального капіталу на розвиток підприємництва може бути використана державними органами влади в процесі підтримки прийняття рішення щодо реалізації програм розвитку підприємництва в Україні.

Література

1. Закон України «Про підприємництво» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.
2. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Канеман Д. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения / Д. Канеман, П. Словик, А. Тверски. – Х. : Гуман. центр, 2005. – 632 с.
4. Смит В. Экспериментальная экономика (комплекс исследований, по совокупности которых автору присуждена Нобелевская премия) / Верном Смит ; пер с англ. – М. : ИРИСЭН Мысль, 2008. – 263 с.
5. Coleman J. Foundations of social theory / J. Coleman. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1990. – 1014 p.
6. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала / Р. Патнэм ; пер. с англ. – М. : Ad Marginem, 1996. – 287 с.
7. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. – М. : АСТ Ермак, 2004. – 657 с.
8. Горожанкіна М. Є. Генезис теорії соціального капіталу: політекономічний аспект / М. Є. Горожанкіна // Вісник Технологічного університету Поділля. Сер. : Економічні науки. – 2003. – № 2, т. 1. – С. 29–32.
9. Дем'яненко Ю. В. Стратегія управління підприємством сфери послуг на основі збільшення вартості соціального капіталу / Ю. В. Дем'яненко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2006. – № 6. — Т. 1. – С. 253–256.
10. Никоненко С.В. Моделювання оцінювання та управління соціальним капіталом страхових компаній : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці / С.В. Никоненко ; Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя, 2012. – 20 с.
11. Радіонова І.Ф. Соціальний капітал у формуванні екстерналій освітньої сфери / І.Ф. Радіонова, Н. О. Ткаченко // Економічний часопис-XXI : науковий журнал. – К., 2011. – № 11/12. – С. 3–7.
12. Стрельникова Л. В. Социальный капитал: типология зарубежных подходов / Л. В. Стрельникова // Общественные науки и современность. – 2004. – № 2. – С. 33–41.
13. Сікора В. Виступ на круглому столі – Безпека економічних трансформацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/kio/Table/Jalilo16/022.htm>.
14. Тітаренко О.М. Форми існування соціального капіталу: дослідження науковців [Електронний ресурс] / О.М. Тітаренко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 2. Т. 2. – Режим доступу : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/VKNU-ES-2015-N2-Volume2_222.pdf.
15. Плотинский Ю.М. Модели социальных процессов : [учеб. пособ. для высш. учеб. зав.] / Ю.М. Плотинский. – М. : Логос, 2001. – 296 с.
16. Дубина М. В. Місце економічної довіри у системі класифікації видів довіри / М. В. Дубина // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія : Економіка і управління. – 2015. – Вип. 31. – С. 204–214.
17. Кузнецов О.П. Когнитивное моделирование слабо структурированных ситуаций [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://posp.raai.org/data/posp2005/Kuznetsov/kuznetsov.html>.

Надійшла 15.05.2016; рецензент: д. е. н. Шмиголь Н. М.