

Логика развития бизнес-сообщества в концепции саморазвивающихся рефлексивно-активных сред¹

Дарья Соколова

Дальневосточный федеральный университет,
г. Владивосток, Россия

Информация о статье

Поступила в редакцию:
27.02.2023

Принята
к опубликованию:
01.06.2023

УДК 316.723

JEL J01

Ключевые слова:

бизнес-сообщество, мета-
субъект, капитал доверия.

Keywords:

business community,
metasubject, trust capital.

Аннотация

На основании современных философско-методологических представлений выполнен анализ процесса развития бизнес-сообщества от подсистемы экономических связей до метасубъекта. Разработана модель бизнес-сообщества как пространства на основе конвергентности его структурных составляющих. Капитал доверия рассматривается как средообразующий фактор бизнес-сообщества, как источник его консолидации и сохранения функциональной целостности в условиях нарастающей неопределённости.

Self-Developing Reflexive-Active Environments: A Conceptual Framework for Understanding the Establishment of Business Communities

Daria A. Sokolova

Abstract

Based on modern philosophical and methodological ideas, an analysis of the development of the business community from the subsystem of economic relations to the metasubject is carried out. The model of the business community as a space based on the convergence of its structural components are developed. Trust capital is considered as an environment-forming factor of the business

DOI: <https://dx.doi.org/10.24866/2311-2271/2023-1/21-31>.

¹ Работа выполнена при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, проект № FZNS-2023-0016 “Устойчивое развитие региона: эффективные экономические механизмы организации рынков и предпринимательские компетенции населения в условиях неопределённости (баланс безопасности и риска)”.

community, as a source of its consolidation and preservation of functional integrity under the increasing uncertainty conditions.

This paper examines the development of the business community from a subsystem of economic relations to a metasubject through the lens of modern philosophical and methodological approaches. We develop a model of the business community as a space that emerges from the convergence of its structural components. The study identifies trust capital as a key factor in shaping the environment of the business community, serving as a source of its consolidation and functional integrity in an increasingly uncertain business landscape.

Введение

Вызовы современного мира актуализируют поиск потенциальных возможностей обеспечения функциональной устойчивости бизнес-сообщества в условиях нарастающей неопределённости. При ограниченной совместной хозяйственной деятельности в рамках закрытых систем и полной предсказуемости контрактных соглашений нет необходимости в дополнительном механизме сохранения жизнеспособности бизнес-сообщества. Но, в современных условиях непредсказуемости, такие закрытые бизнес-системы не способны ни к эффективной адаптации к быстро изменяющемуся миру, ни к развитию. В связи с вышесказанным, исследовательская проблема может быть сформулирована следующим образом. В условиях контрактной, геополитической, эпидемиологической и прочей неопределённости, непредсказуемости возникающих проблем реализации планов, бизнес-сообщество должно быть максимально гибким, легко адаптируемым. Но системное “усложнение” и открытость бизнес-сообщества обуславливают необходимость поиска механизмов, обеспечивающих его устойчивость. В этой связи научный и практический интерес представляет исследование логики формирования и развития бизнес-сообщества в аспекте сохранения его цельности. Обозначенная исследовательская проблема позволила сформулировать исследовательскую цель — на основании современных философско-методологических представлений рассмотреть закономерности развития бизнес-сообщества и выявить потенциальные механизмы его консолидации в условиях внешней неопределённости. Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

1. Выполнить анализ процесса развития бизнес-сообщества от системы экономических связей до ценностно-смысловой системы экономических отношений.

2. Описать сетевое взаимодействие бизнес-сообществ как прообраз формирования бизнес-пространства.

3. Рассмотреть бизнес-сообщество как пространство бизнес-взаимодействия, описать его основные структурные составляющие: целевые и этические детерминанты, преобладающий тип активности, идентичность и т.д.

4. Установить потенциальные механизмы сохранения функциональной целостности бизнес-сообщества как метасубъекта.

Материалы и методы исследования

Исследования закономерностей развития бизнес-сообщества будем базировать на субъектно-ориентированных принципах социогуманитарной эргономики, на работах нобелевских лауреатов, посвящённых следующим исследованиям [4, 6, 7]:

– необходимости взаимного принятия различных “картин мира” бизнес-партнёрами (работы Джорджа Акерлофа (George Akerlof), Майкла Спенса (F. Michel Spence), Джозефа Ю. Стиглица (Joseph E. Stiglitz, 2001));

– равновесия экономических отношений как результата сложных процессов социального взаимодействия, необходимости учёта рефлексивных процессов при анализе точек равновесия экономических систем (работы Исраэля Роберта Джона Ауманна (Yisrael Robert John Aumann), Томаса Кромби Шеллинга (Thomas Crombie Schelling, 2005));

– механизмов управления экономическими системами через среду (работы Леонида Хервизца (Leonid Hurwicz), Эрика Маскина (Eric S. Maskin) и Роджера Брюса Майерсона (Roger Bruce Myerson, 2007));

– рыночных механизмов управления экономическими системами в парадигме “субъект-полисубъектная среда” нобелевских лауреатов (2002) Вернона Ломакса Смита (Vernon Lomax Smith) и Дэниэла Канемана (Daniel Kahneman).

Методологическая сложность исследования бизнес-сообщества как сложного, саморазвивающегося феномена обуславливает необходимость выхода за пределы концептуальных положений классической и неклассической научной рациональности. Более полный анализ бизнес-сообщества может быть сделан только на основе интеграции теорий и исследовательского инструментария всех видов научной рациональности, включая и постнеклассическую, а именно:

1) деятельностный подход классической научной рациональности для исследования простых систем экономических связей бизнес-сообщества;

2) междисциплинарный субъектно-деятельностный подход неклассической научной рациональности для исследования сложных, ценностно-смысловых систем бизнес-сообщества;

3) трансдисциплинарный субъектно-ориентированный подход постнеклассической научной рациональности для исследования саморазвивающейся среды — пространства бизнес-сообщества.

Результаты исследования и их обсуждение

Бизнес-сообщество как система. Согласно теории Джеймса Мура, бизнес-сообщество может рассматриваться как “динамическая совокупность взаимосвязанных субъектов хозяйственной деятельности”, как система, “сохраняющая стабильное равновесное состояние в течение определенного времени”, и способная выходить из “равновесного состояния, что может приводить к структурным и функциональным изменениям бизнес-сообщества” [11]. Представим бизнес-сообщество в виде конструкта, в основе которого лежат экономические *связи*.

Экономическое взаимодействие низшего, базового уровня можем лишь условно считать системным. Скорее всего, это прообраз будущей системы — подсистема хозяйственных *отношений*, это объединение “*системно значимых*” экономических субъектов на основе взаимодополнения интересов и начало формирования “*взаимоопределённых*” свойств зарождающихся системных отношений акторов [9, 12]. Подсистема экономических связей имеет чёткие границы, определяющиеся целеполаганием — получение прибыли. Жизненный цикл данной подсистемы определяется достижением поставленной экономической цели. Если же бизнес-сообщество, кроме реализации намеченной цели, предполагает установление долгосрочных экономических отношений, то происходит формирование ценностно-смысловых систем. Рассмотрим бизнес-сообщество, объединённое единой целью, с позиций экономической и коммуникативной деятельности. В процессе бизнес-взаимодействия посредством коммуникации (коммуникативного действия) при условии рациональности (экономическое действие) на основе устоявшихся коллективных поведенческих, организационных, управленческих паттернов вырабатываются коллективные смыслы, цели, ценности бизнес-сообщества [13]. Теория поведения Л.С. Выготского позволяет структурировать логику развития ценностей и смыслов на индивидуальном уровне через интериоризацию, осмысление → принятие → усвоение и → воспроизводство (экстериоризация) паттернов, в результате чего формируются устойчивые ценностно-смысловые структурные единицы, являющиеся основой ценностно-смысловых систем бизнес-сообщества. Основная функция этих систем направлена на формирование правил и норм совместной хозяйственной деятельности, на регулирование способов их реализации [7]. Непринятие коллективных ценностей и смыслов не позволит развиваться экономической связи в долговременные отношения.

Сетевое взаимодействие бизнес-сообществ

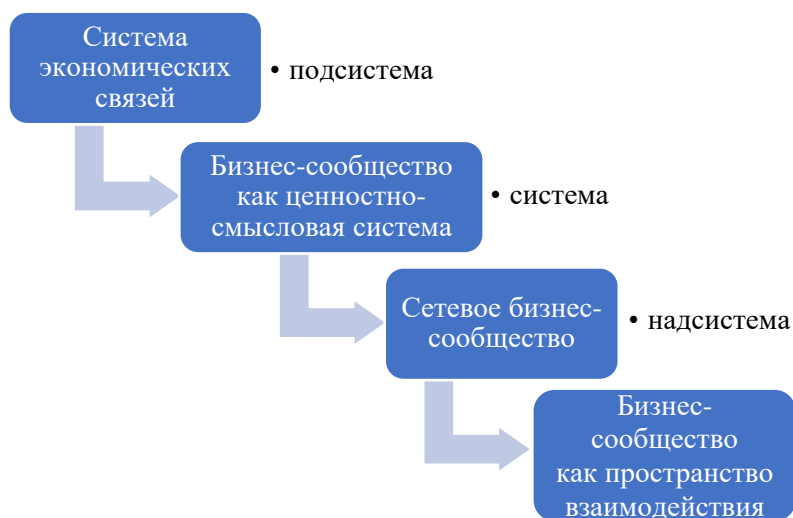
По мере нарастания связности элементов в единую структуру и роста системной целостности происходит “сетезация” совместной хозяйственной деятельности, сопровождающаяся увеличением организационной сложности [10]. Согласно общесистемному закону необходимого разнообразия “система должна иметь большее разнообразие возможностей, чем разнообразие проблем”, что обеспечивается гибкостью отношений, проницаемостью границ и “снижением когнитивной сложности” при формировании образов восприятия в условиях неопределённости, на что и направлено сетевое взаимодействие [9, 10]. Одним из условий формирования и развития сетевого бизнес-сообщества является неравномерность, непредсказуемость состояния внешней среды, адаптируясь к которым и развиваются сетевые институты взаимодействия, базирующиеся на устоявшихся, проверенных опытом бизнес-отношениях. Сеть бизнес-взаимодействия — это уже сложная адаптивная система (скорее всего уже надсистема) с пластичными границами, способная быстро встраиваться в предлагаемые внешней средой обстоятельства. Со вре-

менем, в процессе адаптации к внешним условиям, сетевое бизнес-сообщество “коэволюционирует свои возможности и роли”, “создаёт новые ценности” в виде доверия [11]. Именно сетевое взаимодействие, где рациональное и морально-этическое поведение оценивается однозначно, генерирует доверительные бизнес-отношения, за счёт ресурса которых происходит повышение функциональной устойчивости бизнес-сообщества и рост экономической эффективности. Границы сети уже определяются не только жёсткими экономическими правилами и коллективными паттернами взаимодействия, они расширяются до границ доверительных отношений. Сетевое пространство бизнес-сообщества включает в себя: 1) совокупность “взаимоопределённых” акторов; 2) отношения между ними; 3) ценностные, культурные, морально-нравственные аспекты взаимодействия; 4) “поток” ресурса доверия. Благодаря уже не только коммуникативной, но и рефлексивной активностям, актор соотносит и изменяет себя в соответствии с коллективным ценностно-смысловым контекстом, что является движущей силой саморазвития доверительных отношений. В условиях неопределённости, при возможном конфликте бизнес-интересов, доверие не может быть абсолютным. В рамках теории риск-менеджмента, бизнес-доверие может рассматриваться как один из факторов риска ведения бизнеса, а недоверие — как элемент компенсации риска. С позиций системности взаимоотношений, симметричности ресурсного обмена возможно установление равновесия между доверием и недоверием. Фактически, бизнес-доверие — это баланс доверия – недоверия, баланс между соответствием и несоответствием ожиданиям заинтересованных сторон относительно предполагаемого поведения партнёра, направленного на достижения общей цели. Нарушение баланса доверие – недоверие может являться источником напряжения в бизнес-отношениях. В соответствии с ресурсной типологией, бизнес-доверие можно отнести к сетевому организационному, коммуникативному ресурсу. Бизнес-доверие как ресурс может быть задействованным и резервным.

Бизнес-сообщество как пространство взаимодействия

Пространство сетевого бизнес-сообщества имеет ещё более открытые, гибкие границы в сравнении с системным (надсистемным) сетевым взаимодействием. Основными средообразующими активностями бизнес-сообщества по-прежнему остаются экономическая, коммуникативная и рефлексивная деятельности. Главным средообразующим фактором становится ресурс доверия. Именно доверительные отношения позволяют увеличить “плечо” бизнес-взаимодействия, “выйти за пределы зоны равновесия”, “зоны относительной предсказуемости” [15]. Нематериальный экономический ресурс бизнес-доверия используется для получения дополнительной прибыли за счёт снижения транзакционных издержек и, следовательно, может считаться капиталом доверия [15]. Субъектами пространства сетевого бизнес-сообщества являются стратегические акторы доверия, гарантирующие обеспечение доверия, гарантирующие выдачу “доверительных расписок”. Определим смысловое

содержание феномена “стратегический актор доверия”. Во-первых, он должен быть компетентен в рамках определённого функционального поля, должен быть успешен и его успешность должна быть подтверждена количественными факторами. Во-вторых, стратегический актор бизнес-доверия должен иметь незапятнанную общественную репутацию, его действия согласуются с общечеловеческими моральными нормами и ценностями и в-третьих, он должен вызывать на эмоциональном уровне доверие партнёров [12, 13]. Стратегические акторы бизнес-доверия могут быть коллективные (органы государственной власти, институты развития, коммерческие предприятия, корпорации) и персонализированные. Бизнес-доверие должно быть функциональным, капитал бизнес-доверия изначально является нейтральным и приносит дивиденды в условиях его применения (по Джеймсу Коулману) [11]. Рассматривая капитал бизнес-доверия не как статический атрибут стратегического актора доверия, а как динамическую сущность, мы можем говорить о трансфере бизнес-доверия, о передаче его актору-реципиенту доверия. Основным функционал стратегических акторов заключается в сохранении и воспроизводстве бизнес-доверия, в расширении пространства бизнес-сообщества на основе “трансфера” доверия за счёт “сборки” новых экономических акторов [5, 8]. Границы пространства сетевого бизнес-сообщества определяются объёмом накопленного капитала доверия. В пространстве бизнес-сообщества проявляется эффект “виртуального субъекта”, когда не ясно, кто конкретно из множества хозяйствующих акторов определяет эффективность экономической деятельности. Бизнес-сообщество приобретает синергетические и эмерджентные свойства, отсутствующие на предыдущих стадиях развития. На рисунке представлена модель бизнес-сообщества на различных стадиях его развития.



Модель бизнес-сообщества на различных стадиях развития

Бизнес-сообщество как метасубъект

С прикладной точки зрения важно рассмотреть бизнес-сообщество как метасубъект, поскольку это позволит структурировать и анализировать бизнес-сообщество как объект управления. Согласно концепции саморазвивающихся рефлексивно-активных сред, пространство, имеющее следующие свойства субъектности: целостность, структурированность, наличие идентичности, способности к самоорганизации, к саморазвитию и к самовоспроизводству, может считаться метасубъектом [5]. Определим наличие вышеобозначенных свойств пространства бизнес-сообщества.

Целостность структурных составляющих пространства бизнес-сообщества (систем экономических связей, ценностно-смысловых систем, сетевого бизнес-сообщества) создаётся единым целеполаганием — получение экономической выгоды. Функциональная целостность конструкта бизнес-сообщества как метасубъекта поддерживается за счёт капитала доверия, потока его ресурса, что обеспечивает организационную непрерывность пространства бизнес-сообщества. Граница пространства бизнес-сообщества достаточно прозрачна и условна, внешняя и внутренняя среды взаимозависимы и взаимообусловлены. Именно адаптируясь к условиям социокультурной, этнокультурной, политической, экономической и других внешних сред формируется ценностно-смысловая система, деловая культура бизнес-сообщества, развиваются бизнес-отношения на основе доверия.

С позиции системологии пространство бизнес-сообщества может быть чётко *структурировано* и представлено следующими элементами (по У.Р. Эшби): 1) “скелетной структурой” — это сформированные коллективные ценности и смыслы, разделяемые экономическими акторами; 2) “пластичной структурой” — это экономические отношения на основе доверия, позволяющие наиболее эффективно адаптировать взаимодействие бизнес-партнёров в условиях неопределённости [14]. Согласно закону опыта У.Р. Эшби, только при “выравнивании различий культуры ведения бизнеса и гибкости отношений на основе доверия” (“структурная пластичность”), “строго придерживаясь коллективных ценностей и смыслов” (“структурный скелет”), можно противостоять “внешним непредвиденным воздействиям” [14]. В противном случае, при наличии ценностной, поведенческой несовместимости происходит утрата доверия и разрыв бизнес-отношений. Целостность и устойчивость пространства бизнес-сообщества обеспечивается механизмом замкнутых контуров (петель) обратных связей. Фундаментальным принципом усложнения системы и формирования новых структур более высокого порядка, к которым относится пространство бизнес-сообщества, являются периодические отклонения от нормы. Флуктуации корпоративного поведения, отклонение отдельных элементов и подсистем бизнес-взаимодействия от признанных бизнес-сообществом норм, подавляются за счёт обратных отрицательных связей, направленных на сохранение квазиравновесного состояния бизнес-сообщества как метасубъекта. В эволюционирующем пространстве бизнес-сообщества в случае преобладания

положительных обратных связей над отрицательными (принцип обратной связи П.К. Анохина), происходит накопление паттернов доверительного поведения за счёт общей положительной реактивности системы, что и приводит к накоплению ресурса доверия [15]. Именно бизнес-доверие поддерживает функциональную активность бизнес-сообщества как целого метасубъекта не зависимо от условий внешней среды. Благодаря сформировавшемуся ресурсу доверия, бизнес-сообщество приобретает *идентичность*, что позволяет дифференцировать экономических субъектов по принципу “свой-чужой” [12].

Саморазвитие бизнес-сообщества как метасубъекта — это динамичный процесс, реализуемый за счёт определённых функций бизнес-доверия: 1) идентификации бизнес-сообщества на основе коллективных ценностей и 2) “вхождения” новых экономических акторов, получивших “мандат” ресурса доверия, который они должны оправдать, т.е. воспроизвести. Самоорганизация и саморазвитие бизнес-сообщества как метасубъекта обеспечивается за счёт потока ресурса доверия при наличии единого целеполагания.

Пространство бизнес-сообщества может быть отнесено к *самовоспроизводящейся*, усложняющейся рекурсивной структуре, повторяющей саму себя. Например, сетевое бизнес-взаимодействие на основе доверительных бизнес-отношений не может возникнуть и существовать без “жизнеспособных”, устоявшихся во времени, экономических отношений и внутрисистемных смыслов-ценностей. Сетевое бизнес-взаимодействия с его гибкими, пластичными границами является основой для формирования пространства бизнес-сообщества. В свою очередь, за счёт ресурса доверия, привлечения новых хозяйствующих субъектов формируются новые подсистемы экономических связей, отношений, ценностно-смысловые системы, сетевые взаимоотношения и т.д. [1, 2].

Итак, для бизнес-сообщества как метасубъекта применим общесистемный закон иерархической компенсации, где уровень функциональной организации закономерно повышается от подсистемы экономических связей до метасубъекта, приобретающего эмерджентные свойства за счёт капитала бизнес-доверия. В таблице представлена модель бизнес-сообщества как пространства, состоящего из взаимозависимых конвергентных структурных элементов.

**Модель бизнес-сообщества как пространства,
состоящего из взаимозависимых конвергентных
структурных элементов**

<i>Структурные составляющие бизнес-сообщества</i>			
Система экономических связей — подсистема	Ценностно-смысловые системы	Сетевое бизнес-сообщество (надсистема)	Бизнес-сообщество как метасубъект — полисубъектная саморазвивающаяся рефлексивно-активная среда

<i>Целевая детерминанта</i>			
Получение экономической прибыли	Получение экономической прибыли; сохранение бизнес-отношений	Получение дополнительной экономической прибыли за счёт ресурса доверия	Получение дополнительной экономической прибыли за счёт капитала доверия
<i>Доминирующая этика</i>			
Этика “разовой экономической связи”; этика утилитарных ценностей; этика эгоиста	Этика диалога; этика ценностного и культурного плюрализма	Этика отношений; этика взаимодействия на основе понимания и взаимного изменения	Этика, ориентированная на сохранение доверия
<i>Доминирующая активность</i>			
Строго регулируемая экономическая деятельность	Коммуникативная активность	Коммуникативная активность	Рефлексивная активность
<i>Идентичность</i>			
Нет	Нет	Идентичность на основе коллективных паттернов взаимодействия (поведенческих, организационных, управленческих и др.)	Идентичность бизнес-сообщества на основе разделяемых коллективных ценностей
<i>Субъекты структурных составляющих</i>			
“Системозначимый” экономический агент	“Системоопределённый” экономический актор	Сетевой экономический актор, “взаимоопределённый” и “взаимодополняемый”	Стратегический актор бизнес-доверия
<i>Свойства структурных составляющих</i>			
Отсутствие синергии и эмерджентности	Формирование коллективных ценностей и смыслов, направленных на развитие доверительных бизнес-отношений.	Эмерджентность: формирование новых смыслов – бизнес-доверия. Синергетический эффект: дополнительная прибыль за счёт ресурса бизнес-доверия	Эмерджентность: формирование новых смыслов-капитала бизнес-доверия. Синергетический эффект: дополнительная прибыль за счёт капитала бизнес-доверия
Закрытая система; неустойчивые, не регулярные экономические связи	Закрытая система. Формирование стабильных, регулярных отношений экономических акторов	Сетевая структура-сетевое пространство: 1) “взаимоопределённых” экономических акторов; 2) проверенные временем гибкими, пластичными отношениями на основе коллективных паттернов; 3) поток ресурса бизнес-доверия	Организованная сложность: 1) стратегический актор бизнес-доверия; 2) пластичное взаимодействие на основе доверия; 3) воспроизводство капитала бизнес-доверия
Совместная реализация хозяйственной деятельности в рамках экономических норм и правил	Формирование внутрисистемных ценностей, смыслов, коллективной деловой культуры и регулирования способов их реализации. Начало формирования устойчивых экономических связей и отношений	Самоорганизация и регуляция бизнес-общества на основе потока ресурса доверия	Идентификация бизнес-сообщества на основе коллективных ценностей. Сохранение и воспроизводство бизнес-доверия за счёт “сборки” новых экономических субъектов

Заключение

В рамках постнеклассической научной рациональности бизнес-сообщество может рассматриваться как полисубъектное саморазвивающееся рефлексивно-активное пространство, включающее в себя экономических агентов различного уровня активности, ценностные, культурные, морально-нравственные аспекты их взаимодействия, ментальные конструкты в виде капитала доверия. Структурными элементами пространства бизнес-сообщества являются: подсистема экономических связей, ценностно-смысловая система, сетевое взаимодействие. Опираясь на основные положения теории системного анализа, с позиции синергетической парадигмы пространство бизнес-сообщества — это совокупность структурированных систем различного уровня организации, которые эволюционируют в процессе адаптации к постоянно изменяющимся внешним и внутренним условиям, где рациональное и морально-этическое поведение является однозначно значимым. Опираясь на общесистемный принцип семиотической непрерывности, можно утверждать, что взаимовлияние пространства бизнес-сообщества и его структурных элементов (подсистем, систем, сетей) позволяет через исследование системного и сетевого взаимодействия устанавливать основные закономерности развития бизнес-сообщества.

Результаты исследований подтверждают, что пространство бизнес-сообщества обладает свойствами субъектности и может рассматриваться как метасубъект. Нелинейность как результат неопределённости, динамичность как результат адаптации генерируют процесс самоорганизации пространства бизнес-взаимодействия за счёт внутреннего потенциала — капитала доверия. Организация и развитие бизнес-сообщества как метасубъекта происходит за счёт механизмов саморегулирования на основе рефлексивной активности. В этой связи, проблема управления бизнес-сообществом может рассматриваться как проблема создания условий саморегулирования на основе капитала доверия, через коммуникативную и рефлексивную составляющие. Именно капитал доверия является средообразующим фактором бизнес-сообщества, источником консолидации бизнес-сообщества, сохранения его функциональной целостности в условиях нарастающей неопределённости.

Список источников

1. Бир С.Т. Мозг фирмы. — М.: Едиториал УРСС, 2005. — 416 с.
2. Бир С.Т. Кибернетика и менеджмент. — М.: КомКнига, 2006. — 280 с.
3. Богданов А.А. Тектология: всеобщая организационная наука. — М.: Финансы, 2003. — 298 с.
4. Лепский В.Е. Рефлексивный анализ парадигм управления (интерпретация нобелевских премий по экономике XXI в.): сб. трудов. — М.: Ин-т проблем управления, 2009. — С. 1302–1308.
5. Лепский В.Е. Механизмы саморегулирования сложностью в рефлексивно-активных средах инновационного развития // Синергетика инновационной сложности / Под ред. В.И. Аршиновой, Е.Н. Князевой. — М.: Прогресс-Традиция, 2011. — С. 427–442.

6. Лепский В.Е. Социогуманитарная эргономика стратегического проектирования российского развития // Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Вып. 4. – М.: Ин-т психологии РАН, 2012. — С. 351–368.
7. Лепский В.Е. Становление субъектно-ориентированного подхода в контексте развития представлений о научной рациональности: сб. трудов. — М.: Альфа-М, 2014. — С. 392–420.
8. Лепский В.Е. Эволюция представлений об управлении (методологический и философский анализ). — М.: Когито-Центр, 2015. — 107 с.
9. Маторин С.И., Зимовец О.А., Жихарев А.Г. Общесистемный принцип в терминах системно-объектного подхода “Узел – Функция – Объект” // Труды ИСА РАН. 2016. Т. 66. № 1. С. 10–17.
10. Птицына С. Теория сетевого общества М. Кастельса. Социологический анализ. — М.: Lap Lambert Academic Publishing, 2011. — 60 с.
11. Радаев В.В. Экономическая социология. — М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2005. — 286 с.
12. Степин В.С. Саморазвивающиеся системы и постнеклассическая рациональность // Вопросы философии. 2003. № 8. С. 5–17.
13. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. под. ред. Д.В. Скляднева. — СПб.: Наука, 2001. — 382 с.
14. Эшби У.Р. Введение в кибернетику. — М.: КомКнига, 2005. — 432 с.
15. Elgar E. Trust, Organizations and Social Interaction. Studying Trust as Process within and between Organizations. — Cheltenham, 2016. — P. 167–186.

Сведения об авторах / About authors

Соколова Дарья Андреевна, кандидат социологических наук, MBA (SolBridge), доцент, доцент Департамента менеджмента и предпринимательства Школы экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет. 690620 Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10, корпус G, каб. G319. ORCID 0000-0003-2941-7937. E-mail: sokolova.dand@dvfu.ru.

Daria A. Sokolova, Ph. D. in Sociological Sciences, Associate Professor, Associate professor of the Department of Management and Entrepreneurship of the School of Economics and Management, Far Eastern Federal University. Office G319, Bld. G, FEFU Campus, Vladivostok, 690620, Russia. ORCID 0000-0003-2941-7937. E-mail: sokolova.dand@dvfu.ru.