

**Вадим Валерійович ШВЕД**,  
кандидат економічних наук,  
професор кафедри бізнесу та права  
Вінницький соціально-економічний інститут  
Університету «Україна»  
E-mail: [osvitav@gmail.com](mailto:osvitav@gmail.com)  
ORCID: 0000-0001-5497-0975

**Артур Володимирович КОВТУН**,  
магістрант  
Вінницький соціально-економічний інститут  
Університету «Україна»  
E-mail: [osvitav@gmail.com](mailto:osvitav@gmail.com)  
ORCID: 0000-0002-5720-7101

## ДОВІРА ЯК ПСИХОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН

**Анотація.** *Вступ.* У статті здійснено теоретико-концептуальний аналіз довіри як психолого-економічного феномену, що суттєво впливає на взаємодію суб'єктів ринку та споживчу поведінку в умовах невизначеності, ризику й інформаційної асиметрії. Обґрунтовано, що в сучасній економіці, зокрема у сфері послуг, фінансового посередництва та цифрових платформ, можливості повної перевірки якості й намірів контрагента є обмеженими, а тому довіра виступає базовою умовою кооперації та стабільності обміну.

**Метою дослідження** є узагальнення сучасних підходів до трактування довіри, уточнення її структурних компонентів і соціально-інституційних опор, а також формулювання інтегрального визначення довіри як психолого-економічного феномену.

**Наукова новизна** полягає в інтеграції психологічного та економіко-інституційного підходів: довіру подано як поєднання когнітивної оцінки надійності об'єкта, емоційного відчуття безпеки та поведінкової готовності покладатися, що підтримується нормами, санкціями, договором, репутаційними сигналами й регуляторними механізмами. Додатково акцентовано багаторівневість довіри (макро-, мікро- та нанорівні), що дозволяє пояснити взаємозв'язок довіри до інституцій і правил, довіри до організацій та персоналіфікованої довіри у взаємодії з клієнтом.

**Висновки.** Доведено, що довіра актуалізується саме за відсутності повного знання та функціонує як форма соціального капіталу, знижуючи трансакційні витрати, підвищуючи швидкість і ефективність обміну та стабілізуючи довгострокові відносини. Показано, що в споживчому вимірі довіра є критичною передумовою лояльності, оскільки формує стійкі очікування щодо чесності, відповідальності й надійності постачальника або бренду, підсилюючи повторний вибір і готовність до співпраці.

**Ключові слова:** довіра; психолого-економічний феномен; невизначеність; ризик; соціальний капітал; трансакційні витрати; інституційна довіра; управління довірою.

**Vadym Valeriiovych SHVED**

Candidate of Economic Sciences Professor of the Department of Business and Law  
Vinnytsia Institute of Economics and Social Sciences University "Ukraine"

E-mail: osvitav@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5497-0975

**Artur Volodymyrovych KOVTUN**

Master's student

Vinnytsia Institute of Economics and Social Sciences University "Ukraine"

E-mail: osvitav@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5720-7101

## TRUST AS A PSYCHOLOGICAL AND ECONOMIC PHENOMENON

**Abstract. Introduction.** The article provides a theoretical and conceptual analysis of trust as a psychological and economic phenomenon that significantly influences market actors' interaction and consumer behavior under conditions of uncertainty, risk, and information asymmetry. It is substantiated that in today's economy—particularly in services, financial intermediation, and digital platforms—the possibilities for fully verifying the quality of an offering and a counterparty's intentions are limited; therefore, trust becomes a fundamental condition for cooperation and the stability of exchange.

**The purpose of the study** is to summarize contemporary approaches to the interpretation of trust, clarify its structural components and socio-institutional foundations, and formulate an integrated definition of trust as a psychological and economic phenomenon.

**The scientific novelty** of the study lies in integrating psychological and economic-institutional perspectives: trust is presented as a combination of a cognitive assessment of the object's reliability, an emotional sense of security, and a behavioral readiness to rely on another party, supported by norms, sanctions, contracts, reputational signals, and regulatory mechanisms. Additionally, the study emphasizes the multilevel nature of trust (macro-, meso-, and nano-levels), which makes it possible to explain the relationship between trust in institutions and rules, trust in organizations, and personalized trust in direct client interaction.

**Conclusions.** It is proven that trust becomes salient precisely when full knowledge is absent and functions as a form of social capital by reducing transaction costs, increasing the speed and efficiency of exchange, and stabilizing long-term relationships. It is shown that, in the consumer dimension, trust is a critical prerequisite for loyalty, as it shapes stable expectations of the supplier's or brand's honesty, responsibility, and reliability, thereby strengthening repeat choice and willingness to cooperate.

**Key words:** trust; psychological and economic phenomenon; uncertainty; risk; social capital; transaction costs; institutional trust; trust management.

**Постановка проблеми та її актуальність.** У сучасній економіці, де рішення споживачів і контрагентів ухвалюються за умов інформаційної асиметрії, високої невизначеності та зростання складності ринкових взаємодій, довіра перетворюється на ключовий регулятор поведінки. Вона одночасно знижує відчуття ризику, полегшує прийняття рішень і впливає на вибір брендів, фінансових посередників та форматів співпраці. Особливої ваги довіра набуває в секторах із підвищеною «невидимістю» якості та відкладеним результатом (фінансові послуги, цифрові сервіси, професійні послуги), де клієнт змушений покладатися не на повну перевірку, а на очікування добросовісної поведінки та надійності.

Поведінкові теорії економіки додатково підкреслюють, що довіра є не лише морально-психологічною категорією, а й чинником ірраціональної (неповністю раціональної) споживчої поведінки, впливаючи на схильність до ризику, лояльність і готовність до повторних взаємодій. Відтак актуальним є інтегративний психолого-економічний підхід до довіри, який дозволяє пояснити її психологічні механізми та економічні наслідки в єдиній логіці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика міждисциплінарного підходу до сутності довіри розглядається багатьма авторами. Зокрема Д. Руссо, С. Сіткін, Р. Берт та С. Камерер одними з перших узагальнили міждисциплінарні визначення і сформулювали «компромисну» дефініцію: довіра це психологічний стан, що включає намір прийняти вразливість на основі позитивних очікувань щодо намірів або поведінки іншого [18].

Д. Гамбетта описує довіру через суб'єктивну ймовірність того, що інший здійснить дію, корисну (або принаймні не шкідливу) для нас, і ця ймовірність достатня, щоб ми пішли на кооперацію [17].

О.М. Кузьмук визначає теоретичну інтерпретацію концепту «довіра», зокрема в контексті соціальних індикаторів і суспільних вимірів довіри [8].

Також довіра розглядається передусім не як індивідуальна психологічна риса, а як самостійна економічна цінність, яка здатна суттєво впливати на рішення учасників ринку та поведінку споживачів у сучасних економічних моделях (вікіноміка, шерингова економіка, поведінкова економіка). В умовах цифровізації й тотальної інформатизації саме довіра може виконувати роль квазіеквівалента вартості, тобто довірчі відносини дозволяють контрагентам взаємодіяти, орієнтуючись не лише на грошовий критерій, а на рівень упевненості у відкритості та взаємовигідності участі [15].

Інші дослідники зауважують, що інституційна довіра спрямована не стільки на конкретних посадових осіб, скільки на правила, норми, процедури та функціонування інституцій у цілому; при цьому вона є амбівалентною. Тобто люди часто персоніфікують інститути й навіть технічні системи, наділяючи їх людськими характеристиками, що ускладнює вимірювання довіри та інтерпретацію її джерел [19].

Але більшість досліджень все ж таки концентруються на визначено дисциплінарному підході, не зважаючи на змінювану природу довіри та її інтегрально-міждисциплінарний характер.

**Метою статті** є формулювання інтегрального визначення довіри як психолого-економічного феномену шляхом узагальнення сучасних міждисциплінарних підходів (соціокультурних, інституційно-економічних, поведінкових та психологічних), з уточненням її структурних компонентів, джерел формування та функцій у ринковій взаємодії.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні дослідники в переважній більшості схиляються до визначення довіри, що було запропоновано Ф. Фукуямой, й який розглядає довіру як «довіра – це очікування, що з'являється у членів співтовариства, що інші його члени будуть вести себе більш або менш передбачувано, чесно і з увагою до потреб оточуючих, у згоді з деякими загальними нормами» [11].

Але не можливо не розглянути й інші точки зору. Мандибура В.О. зазначає, що довіра є багатовимірним і системоутворювальним феноменом соціально-економічного життя суспільства.

Проведений аналіз дає підстави виокремити чотири типологічні прояви довіри залежно від джерел її формування:

1. Довіра, підкріплена позаекономічними санкціями. Одна сторона покладається на надійність іншої, оскільки потенційні втрати від покарання за порушення домовленостей істотно перевищують можливі вигоди від опортуністичної поведінки.

2. Розрахункова (раціональна) довіра. Базується на зваженому виборі в межах економічного обміну та виникає тоді, коли довіритель оцінює, що іншій стороні об'єктивно вигідно діяти добросовісно й виконати очікувані зобов'язання.

3. Реляційна (відносинна) довіра. Формується через повторювану взаємодію сторін, коли ключовим підґрунтям стає тривалий позитивний досвід співпраці, що підтверджує передбачуваність і надійність партнера.

4. Інституційна довіра. ґрунтується на функціонуванні інститутів як механізмів забезпечення довіри; у цьому випадку індивід довіряє не стільки конкретній особі, скільки інституції, яка в межах своєї компетенції визначає, хто є гідним такої довіри [10].

В свою чергу Романова Л.В. апелює до тлумачення довіри, яке міститься у філософському словнику й визначається як морально-практичне ставлення людини до партнера у спілкуванні, що спирається на переконання в його чесності та щирості. У сфері ділових взаємин юридичною гарантією довіри виступає договір, який встановлює та регламентує взаємні зобов'язання сторін. Водночас довіра може підтримуватися не лише формальними нормами, а й особистою відданістю або емоційною прихильністю [12].

Семенов А.Ю., Бричко М.М. та Семенов В.В. апелюють до розуміння довіри як одного із ключових чинників, що впливає на ірраціональну поведінку споживачів. У цьому контексті, довіра трактується як упевненість у надійності економічного об'єкта, що базується на уявленнях або знаннях про нього та пов'язана зі здатністю передбачати, прогнозувати або певною мірою впливати на його дії. Водночас довіра постає раціонально доцільним і взаємовигідним форматом взаємин, виконуючи функцію своєрідного капіталу, який допомагає споживачам отримувати доступ до ресурсів і благ швидше та з меншими витратами [13].

Не можливо не відмітити погляд на сутність довіри Ковтун О.А., що виділяє три рівні довіри на ринку. На макроекономічному рівні йдеться про інституційну довіру, що спирається на сукупність суспільних, правових, економічних і культурних норм та виявляється через очікування прогнозованої поведінки державного регулятора й інших публічних інституцій. На мікрорівні акцент зроблено на економічній довірі до установ, яку можна трактувати як упевненість споживачів у надійності та стабільності посередника. Нанорівень охоплює персоніфіковану довіру, специфічну для конкретної установи: вона відображає переконаність клієнта в надійності об'єкта довіри та формується завдяки взаємному діалогу, індивідуальному підходу й якості [4].

Гурицька М.С. та Шмига Ю.І. наголошують на взаємозв'язку довіри та лояльності. Довіра є важливою передумовою формування лояльності, адже саме на її основі споживачі схильні обирати бренд (продукт), сприймаючи його як надійний, чесний і відповідальний [2].

Вже згадуваний нами Ф. Фукуяма зазначає, що довіра – це ключова характеристика розвинутого людського суспільства, що виявляється як на індивідуальному рівні, так і на рівні соціальному (довіра до суспільних інститутів та держави загалом). Саме довіра визначає прогрес; успіх «самореалізації» конкретного суспільства залежить не від ринкових принципів та не від прихильності традиціям, а від «одного елемента культури, що поширився всюди, – рівня довіри, що існує в суспільстві [11].

Лисенко Д. П. зазначає, що довіра є соціально-психологічним відношенням, яке виявляється в особливому ставленні суб'єкта до об'єкта довіри. Вона формується внаслідок безпосередньої або опосередкованої взаємодії та відображає внутрішню позицію суб'єкта, зумовлену прогнозною оцінкою можливих результатів цієї взаємодії [9].

За Чайкою Г. В., довіра означає впевненість у порядності й доброзичливості іншої сторони, з якою людина перебуває у певних відносинах [14].

Довіра важлива не лише для налагодження взаємодії з новими та потенційними клієнтами, а й для якісного утримання й розвитку відносин із тими, хто вже користується вашими послугами. Її посилення дає клієнтам відчуття безпеки та впевненості, що ви компетентні, дієте професійно й маєте обґрунтоване право надавати відповідні послуги. Якщо клієнтам імпонуєте ви, ваша команда та ваш бізнес, а ваші підходи узгоджуються з їхніми цінностями й переконаннями, це додатково поглиблює довгострокові стосунки [16].

І. Кряж та Д. Левенець розглядають довіру як феномен, що актуалізується саме в умовах невизначеності: за наявності повної інформації й передбачуваності йдеться радше про знання та впевненість, а не про довіру. У ситуації, коли людина не може напевно встановити наміри іншого, вона вимушена обирати – довіряти чи ні, спираючись на припущення щодо можливих мотивів і подальших дій партнера. У разі довіри формується очікування доброзичливих намірів і відсутності шкоди, натомість недовіра породжує установку на негативні наміри, яку людина надалі схильна підкріплювати пошуком конкретних підтверджень у фактах [7].

Коновальчук В.І. визначає, що довіра не може розглядатися лише як інструмент для досягнення успішності. Вона має самостійну цінність і виступає важливою передумовою результативності, яке філософ осмислював як «народження» особистості та своєрідне таїнство духовного становлення людини. Відчуття довіри або недовіри виникає в психіці дуже рано – ще на досвідомому етапі розвитку. Саме тому раннє формування цієї установки істотно впливає на подальший життєвий шлях і нерідко створює враження її «генетичної» зумовленості [5].

Узагальнено, з психологічної точки зору, довіру як соціально-психологічний феномен досліджували у трьох відносно автономних вимірах. Перший із них – довіра до світу, яку трактують як базову життєву установку, що значною мірою визначає соціальне та психологічне благополуччя особистості (З. Фрейд, М. Кляйн, Е. Еріксон, Г. Саліван, Дж. Боулбі, М. Ейнсворт, Д. Віннікот та ін.). Другий вимір – довіра до людей, що розглядається як фонове підґрунтя для існування й розвитку міжособистісних стосунків різного типу: дитячо-батьківських, романтичних, дружніх, партнерських у бізнесі та колегіальних (А. Селігман, Р. Б. Шо, С. Діпіаза і Р. Екклз, О. Кронік і К. Кронік, Т. Скрипкіна, Є. Ільїн, М. Якушева, А. Купрейченко, В. Зінченко, І. Антоненко, Л. Журавльова, С. Табхарова та ін.). Третій вимір – довіра до себе, яку визначають як специфічне ставлення людини до власного внутрішнього світу та до власної

суб'єктності як до значущої цінності (К. Роджерс, Ф. Перлз, Е. Шостром, Т. Скрипкіна, Н. Астаїна, Н. Крамаренко та ін.) [1].

Не можливо не вказати, що у теологічних дослідженнях довіру зазвичай осмислюють у площині віри людини в Бога. Водночас варто підкреслити, що поняття «віра» і «довіра» не є синонімами. Віра характеризується значною емоційною глибиною та може супроводжуватися станом, за якого людина здатна діяти ірраціонально, ігноруючи доводи й аргументи. Довіра, натомість, передбачає певний скептицизм і спирається на раціональні міркування, сформовані на основі життєвого досвіду.

В історичному підході до вивчення феномену довіри увага зосереджується на відносинах, що існували ще в первісному суспільстві, а також на їхньому впливі на подальший розвиток людства. Дослідники вказують, що саме солідарність, взаємодопомога та довіра були важливими умовами виживання спільноти. Це підводить до усвідомлення значущості довіри в первісних соціальних практиках і її подальшої ролі в еволюції суспільних відносин [6].

Доцільно також навести точку зору А. Маслоу, який доводить важливість довіри як елемента, вже класичної ієрархії потреб за Маслоу й наголошує, що вміння довіряти це одна з ключових характеристик самоактуалізованої особистості. Він інтерпретує довіру насамперед крізь призму ставлення людини до світу. Водночас він став одним із перших зарубіжних психологів, хто трактував довіру не лише в координатах «Я – світ», а й як складову внутрішнього ставлення людини до самої себе. При цьому наголошується, що довіра є рефлексивним суб'єктивним утворенням, пов'язаним із такими особистісними рисами, як упевненість, самопідтримка, самоконтроль, самоповага, самоприйняття, інтернальність у досягненнях тощо [3].

Якщо спробувати підсумувати всі наведені погляди, то довіру можна розглядати як психолого-економічний феномен, в якому чітко простежується ядро довіри (психологічний базис) та її функція в обміні (економічний ефект).

Ми вважаємо, що довіра як психолого-економічний феномен це соціально-психологічне ставлення та готовність суб'єкта приймати обґрунтований ризик взаємодії в умовах неповної інформації, покладаючись на іншу сторону (особу, організацію, бренд або інституцію) та прогнозуючи відносно передбачувану, чесну й відповідальну поведінку.

Психологічне ядро довіри становлять:

- когнітивний компонент (уявлення та знання про об'єкт, оцінка компетентності та надійності);
- емоційний компонент (відчуття безпеки та спокою);
- поведінково-вольовий компонент (рішення діяти, делегувати, купувати, укладати угоду).

Виникаючи саме у ситуаціях невизначеності, довіра відрізняється від «знання» тим, що спирається не на повну доказовість, а на ймовірнісну оцінку намірів та наслідків, підкріплену досвідом, нормами і репутаційними сигналами.

Джерелами формування довіри можуть виступати також й санкційні механізми (коли порушення домовленостей надто болісне або неприйнятне), раціональний розрахунок вигоди від добросовісної поведінки, реляційний досвід повторюваної взаємодії та інституційні гарантії (правові норми, регуляторні вимоги, договірні інструменти).

В економічному вимірі довіра уособлює різновид соціального капіталу. Довіра знижує трансакційні витрати (пошуку, контролю, узгодження), пришвидшує доступ до ресурсів і благ та підвищує ефективність обміну. На макрорівні довіра набуває інституційної форми тобто очікування передбачуваної дії держави, регулятора та системи правил; на мікрорівні проявляється вже як економічна довіра до конкретних організацій і посередників (стабільність, надійність, компетентність); на нанорівні – як персоніфікована довіра, що формується через діалог, індивідуальний підхід і якість сервісної взаємодії.

Підсумовуючи, довіра водночас є самостійною цінністю (тобто довіра це основа психологічної безпеки й соціальної взаємодії) та інструментальним ресурсом ринку, який підтримує довгострокові відносини, лояльність і стійкість поведінки споживачів.

Таким чином, довіра як психолого-економічний феномен – це відносно стійка соціально-психологічна установка та стан готовності суб'єкта прийняти обґрунтований ризик взаємодії, покладаючись на іншу особу, організацію або інституцію в умовах неповної інформації, на підставі когнітивної оцінки, ціннісно-моральних очікувань та соціально-інституційних гарантій.

У економічному вимірі довіра виконує роль соціального капіталу, зменшуючи невизначеність і трансакційні витрати, підвищуючи ефективність обміну, стабільність партнерства та лояльність споживачів.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Узагальнення результатів дослідження засвідчує, що довіра є феноменом, який актуалізується насамперед в умовах невизначеності та пов'язаний із готовністю суб'єкта прийняти обґрунтований ризик взаємодії, спираючись на прогноз щодо поведінки іншої сторони. Встановлено, що довіра має інтегральну природу, оскільки поєднує психологічні компоненти – когнітивну оцінку, емоційне відчуття безпеки та поведінкову готовність покладатися із соціально-інституційними опорами, зокрема нормами, санкціями, договірними гарантіями, репутаційними сигналами й регуляторними механізмами. В економічному вимірі довіра функціонує як форма соціального капіталу, адже знижує трансакційні витрати, пов'язані з пошуком інформації, контролем і узгодженням, підвищує швидкість та ефективність обміну і водночас сприяє стабілізації довгострокових відносин між сторонами. Доведено, що довіра проявляється багаторівнево: на макро-, мікро- та нанорівнях, що особливо виразно простежується на ринках фінансових послуг, де вона охоплює як довіру до інститутів і правил, так і довіру до конкретних організацій та персоніфіковану довіру у безпосередній взаємодії з клієнтом. У підсумку, у споживчій поведінці довіра виступає критичною передумовою лояльності, оскільки формує стійкі очікування щодо чесності, відповідальності та надійності бренду або постачальника, посилюючи повторний вибір і готовність до подальшої співпраці.

#### Література:

1. Анпілова Д.В. Психологічне значення довіри для самоактуалізації особистості в період ранньої дорослості. *Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. URL: <https://ae.fl.kpi.ua/index.php/2227-6246/article/download/157514/156802/0> (дата звернення: 01.12.2025)
2. Гурицька М.С., Шмига Ю.І. Лояльність до бренду: роль, показники та важливість довіри споживача. *Бренд-комунікації: Сучасні виміри* : монографія / В. Ф. Іванова, Є. В. Ромата. Київ, 2023. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/29605/1/2023\\_Yevseitseva\\_88.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/29605/1/2023_Yevseitseva_88.pdf) (дата звернення: 04.12.2025)
3. Доброносова Ю. Д. Самоактуалізація. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Самоактуалізація> (дата звернення: 01.12.2025)
4. Ковтун О.А. Обґрунтування механізму впливу на рівень довіри домогосподарств до інституцій фінансового ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(1). С. 133–138.
5. Коновальчук В.І. Довіра як чинник розвитку творчого потенціалу особистості у просторі освіти. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. № 67 URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Trust-as-a-factor-of-personalities-creative-potential-development-in-education-space-V.I.-Konovalchuk.pdf> (дата звернення: 02.12.2025)
6. Крижанівська Ю.В., Свідерська О.І. Теоретико-методологічний аналіз психологічного підходу до феномену довіри. *Вісник Національного університету оборони України*. 2020. №58. DOI: 10.33099/2617-6858 – 20 – 58 – 5 –107-112 (дата звернення: 02.12.2025)
7. Кряж І.В., Левенець Н. В. Довіра й емоційний інтелект як предиктори суб'єктивного благополуччя у студентів. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Психологія»*. 2018. Вип. 64. С. 26–31.
8. Кузьмук О.М. Теоретична інтерпретація концепту «довіра» в соціології. *Грані*. 2015. № 5. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/201/187> (дата звернення: 04.12.2025)
9. Лисенко Д. П. Довіра як соціально-психологічний феномен. *Теорія і практика сучасної психології*. 2018. №3 С. 123-126. URL: [http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/3\\_2018/26.pdf](http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2018/26.pdf) (дата звернення: 01.12.2025)
10. Мандибура В.О. Відновлення довіри суб'єктів кінцевого споживання як складова соціальної відповідальності бізнесу. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. URL: <https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6f36fa1d-f1bd-4e59-bf90-741c6373faf8/content#page=55> (дата звернення: 02.12.2025)
11. Перепелиця Н.О. Довіра як чинник політичного розвитку: погляд Френсіса Фукуями. *Науковий журнал «Політікус»*. 2019. № 2. DOI: 10.24195/2414-9616-2019-2-11-16 (дата звернення: 01.12.2025)
12. Романова Л.В. Формування довіри як основного фактора успіху маркетингової діяльності. *Вісник Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана*. 2007. № 3. С. 39-43. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7c2a207a-0d19-4477-8054-c08ac63b8dd4/content> (дата звернення: 21.12.2025)

13. Семеног А.Ю., Бричко М.М., Семеног В.В. Довіра на ринку сучасних фінансових послуг в Україні та світі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки*. 2018. №32. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d9e0c7bb-af8d-4ea9-b772-e7c91e7fd1f2/content> (дата звернення: 04.12.2025)
14. Чайка Г. В. Довіра як ключовий компонент психологічного здоров'я. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Загальна психологія. Історія психології*. 2022. Том 33 (72) №1. С. 31-36. DOI: 10.32838/2709-3093/2022.1/05 (дата звернення: 02.12.2025)
15. Швед В.В. Довіра – психологічна категорія чи економічна цінність? *Проблеми економіки*. 2018. №1. С. 274-279 URL: <https://oaji.net/articles/2017/728-1527056606.pdf> (дата звернення: 01.12.2025)
16. Adams Alan S. Building trust and the psychology of relationships. *The PMFA Journal*. 2023. Vol. 10, No. 2. URL: <https://www.thepmfajournal.com/features/features/post/building-trust-and-the-psychology-of-relationships> (дата звернення: 02.12.2025)
17. Gambetta D. Can We Trust Trust? URL: [https://www.researchgate.net/publication/255682316\\_Can\\_We\\_Trust\\_Trust\\_Diego\\_Gambetta](https://www.researchgate.net/publication/255682316_Can_We_Trust_Trust_Diego_Gambetta) (дата звернення: 01.12.2025)
18. Rousseau Denise M., Sitkin Sim B., Burt Ronald S., Camerer Colin Introduction to Special Topic Forum: Not so Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *The Academy of Management Review*. 1998. Vol. 23, No. 3. URL: <https://www.jstor.org/stable/259285> (дата звернення: 01.12.2025)

### References:

1. Anpilova D. V. (2016) Psykholohichne znachennia doviry dlia samoaktualizatsii osobystosti v period rannoi doroslости [Psychological significance of trust for personality self-actualization in early adulthood]. Zbirnyk naukovykh prats Kamianets-Podilskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Ohienka, Instytut psykholohii imeni H. S. Kostiuca NAPN Ukrainy. Problemy suchasnoi psykholohii, vol. 33, pp. 34–46. (in Ukrainian)
2. Hurytska M. S., Shmyha Yu. I. (2023) Loyalnist do brendu: rol, pokaznyky ta vazhlyvist doviry spozhyvacha [Brand loyalty: role, indicators and importance of consumer trust]. In V. F. Ivanov, Ye. V. Romat (Eds.). Brend-komunikatsii: suchasni vymiry [Brand communications: contemporary dimensions]. Kyiv: Studtsentr, p. 59. (in Ukrainian)
3. Dobronosova Yu. D. (n.d.) Samoaktualizatsiia [Self-actualization]. Velyka ukrainska entsyklopediia [Great Ukrainian Encyclopedia]. Available at: <https://vue.gov.ua/Самоактуалізація> (in Ukrainian)
4. Kovtun O. A. (2016) Obruntuvannia mekhanizmu vplyvu na riven doviry domohospodarstv do instytuttsii finansovoho rynku [Substantiation of the mechanism of influence on the level of households' trust in financial market institutions]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo, vol. 10(1), pp. 133–138. (in Ukrainian)
5. Konovalchuk V. I. (2015) Dovira yak chynnyk rozvytku tvorchoho potentsialu osobystosti u prostori osvity [Trust as a factor of development of personality's creative potential in the educational space]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, vol. III(11), no. 67, pp. 23–26. Available at: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Trust-as-a-factor-of-personalities-creative-potential-development-in-education-space-V.I.-Konovalchuk.pdf> (in Ukrainian)
6. Kryzhanivska Yu. V., Sviderska O. I. (2020) Teoretyko-metodolohichniy analiz psykholohichnoho pidkhodu do fenomenu doviry [Theoretical and methodological analysis of the psychological approach to the phenomenon of trust]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*, vol. 5(58), pp. 107–112. DOI: 10.33099/2617-6858-20-58-5-107-112 (in Ukrainian)
7. Kriazh I. V., Levenets N. V. (2018) Dovira y emotsiinyi intelekt yak predyktory subiektyvnoho blahopoluchchia u studentiv [Trust and emotional intelligence as predictors of students' subjective well-being]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii «Psykholohiia»*, vol. 64, pp. 26–31. (in Ukrainian)
8. Kuzmuk O. M. (2015) Teoretychna interpretatsiia kontseptu «dovira» v sotsiolohii [Theoretical interpretation of the concept “trust” in sociology]. *Hrani*, no. 5, pp. 42–45. Available at: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/201/187> (in Ukrainian)
9. Lysenko D. P. (2018) Dovira yak sotsialno-psykholohichniy fenomen [Trust as a socio-psychological phenomenon]. *Teoriia i praktyka suchasnoi psykholohii*, no. 3, pp. 123–126. Available at: [http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/3\\_2018/26.pdf](http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2018/26.pdf) (in Ukrainian)
10. Mandybura V. O. (2010) Vidnovlennia doviry subiektyvnoho kintsevoho spozhyvannia yak skladova sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu [Restoring trust of final consumption subjects as a component of business social responsibility]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*, vol. 21, pp. 55–68. Available at: <https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6f36fa1d-f1bd-4e59-bf90-741c6373faf8/content> (in Ukrainian)
11. Perepelytsia N. O. (2019) Dovira yak chynnyk politychnoho rozvytku: pohliad Frensisa Fukuiamy [Trust as a factor of political development: Francis Fukuyama's view]. *Politikus*, no. 2, pp. 11–16. DOI: 10.24195/2414-9616-2019-2-11-16 (in Ukrainian)
12. Romanova L. V. (2007) Formuvannia doviry yak osnovnoho faktora uspikhu marketynhovoї diialnosti [Building trust as the main factor of marketing success]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho ekonomichnoho*

universytetu im. Vadyma Hetmana, no. 3, pp. 39–43. Available at: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7c2a207a-0d19-4477-8054-c08ac63b8dd4/content> (in Ukrainian)

13. Semenoh A. Yu., Brychko M. M., Semenoh V. V. (2018) Dovira na rynku suchasnykh finansovykh posluh v Ukraini ta sviti [Trust in the market of modern financial services in Ukraine and worldwide]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky*, vol. 32, pp. 167–172. Available at: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d9e0c7bb-af8d-4ea9-b772-e7c91e7fd1f2/content> (in Ukrainian)

14. Chaika H. V. (2022) Dovira yak kliuchovyi komponent psykholohichnoho zdorovia [Trust as a key component of psychological health]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Psykholohiia*, vol. 33(72), no. 1, pp. 31–36. DOI: 10.32838/2709-3093/2022.1/05 (in Ukrainian)

15. Shved V. V. (2018) Dovira – psykholohichna katehoriia chy ekonomichna tsinnist? [Trust: a psychological category or an economic value?]. *Problemy ekonomiky*, no. 1(35), pp. 274–279. Available at: <https://oaji.net/articles/2017/728-1527056606.pdf> ((in Ukrainian)

16. Adams A. S. (2022) Building trust and the psychology of relationships. *The PMFA Journal*. vol. 10(2), Available at: <https://www.thepmfajournal.com/features/features/post/building-trust-and-the-psychology-of-relationships>

17. Gambetta D. (2000) Can we trust trust? In D. Gambetta (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 213–237. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/255682316\\_Can\\_We\\_Trust\\_Trust\\_Diego\\_Gambetta](https://www.researchgate.net/publication/255682316_Can_We_Trust_Trust_Diego_Gambetta)

18. Rousseau D. M., Sitkin S. B., Burt R. S., Camerer C. (1998) Introduction to Special Topic Forum: Not so Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *The Academy of Management Review*, vol. 23(3), pp. 393–404. Available at: <https://www.jstor.org/stable/259285>

Отримано: 14.11.2025

Рекомендовано: 09.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025