

УДК 330.161+330.42+339.15
JEL Classification D01, D02, D30, D63

Кім Олексій

к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
м. Харків, Україна
докторант кафедри економічної теорії та економічних методів управління
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
м. Харків, Україна
E-mail: oleksii.kim@m.hneu.edu.ua

ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНСАКЦІЙНОГО ПОЛЯ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ ЯК ЗАГАЛЬНОГО РЕСУРСУ В МЕЖАХ КОНЦЕПЦІЇ АГРЕГОВАНОГО РИНКУ

Анотація

Вступ. Ортодоксальний підхід із використанням регресійних моделей є прийнятним для дослідження в сфері економічного зростання або економічного розвитку національної економіки, глобальної економіки або економіки регіонів взагалі, незважаючи на розподіл вироблених продуктів та отриманих доходів. Регресійна модель, яка будується методом статистичного аналізу, факторного аналізу або методом аналізу репрезентативної вибірки, має певні обмеження щодо розміру об'єктів дослідження, а також не враховує ані ринковий розподіл (або трансакційний розподіл), ані організаційний розподіл (або інтераційний розподіл).

Методи: математичне моделювання процесів трансакційного розподілу доходів агрегованого ринку, літерне кодування психотипів та моделей економічної поведінки.

Результати. Проведено дослідження трансакційного поля розподілу доходів як загального ресурсу. Дослідження трансакційного поля розподілу доходів є концептуально новим методологічним підходом до проблеми розподілу доходів з точки зору концепції агрегованого ринку, яка розробляється в попередніх працях. Концепція агрегованого ринку зосереджується на використанні теорії множин у сфері економічного дослідження. Саме для збільшення можливостей в економічному дослідженні вводиться поняття трансакційного поля (ТАП), трансакційного поля розподілу (ТПР) – частини ТАП, яка складається з ринкових інститутів розподілу та відповідних категорій організаційного поля – інтераційного поля (ІАП) та інтераційного поля розподілу (ІПР).

Перспективи. Застосування методологічного підходу дослідження трансакційного поля розподілу надасть можливості детальніше проаналізувати процеси трансакційного розподілу доходів в ринкових економічних системах. Дослідження агрегованого ринку корелює із лінією дослідження економіки добробуту (моделей Бергсона, Самуельсона, Ерроу, концепцій розподільчої справедливості Роулза, синтезу підходів економіки добробуту в дослідженнях Флербе та Ромера).

Ключові слова: розподіл доходів, трансакційне поле розподілу, інтераційне поле розподілу, агрегований ринок, одинична економіка, літерна модель ЕМДАС.

Вступ.

Інституційний аспект проблеми розподілу доходів стикається із недостатньою визначеністю як предмета дослідження, так і об'єктів, які підлягають дослідженню. З одного боку, інститути, які мають певний вплив є досить широким поняттям, певним чином будь-який інститут відноситься до розподілу доходів, з іншого боку, безпосереднє відношення до розподілу доходів має лише обмежена кількість інститутів, які мають назву інклюзивних та екстрактивних [0, с. 87, 89, 94].

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Концептуальний підхід проф. Остром до використання загального ресурсу [2, с. 72-73] відносно «моделі Хардіна» (трагедії громад) [2, с. 23-24; 3] надає можливість розвивати методологію агрегованого ринку з точки зору трансакційного поля як певного загального ресурсу. Модель агрегованого ринку розвивається аналогічно підходу проф. Стигліца з точки зору

негативних наслідків від крайньої нерівності, але відрізняється методологічним підходом до вирівнювання розподілу доходів (мається на увазі підхід проф. Стигліца у книгах [4; 5]). Також розглядається можливість врегулювання функцій розподілу та перерозподілу з точки зору риторики економічної науки, заснованої на праці проф. Маклоскі [6].

Методологія трансакційного розподілу заснована на дослідженні психологічних аспектів трансакційної діяльності, які передбачають використання психологічного тиску як в прямих продажах, так і в інших каталактичних операціях [7, с. 61-63, 70-72]. Функція задоволення потреб узгоджена із ієрархією Маслоу [8, с. 60-65], розглянута критика Вальрасом законів попиту та пропозиції [9, с. 120-121].

Розробка концепції агрегованого ринку проводиться автором в межах дослідження економічної нерівності як чинника економічного розвитку [10; 11], методологічних досліджень ефективності та розподілу доходів [12], а також моделювання трансакцій агрегованого ринку в умовах автаркії [13]. Емпіричні дослідження розподілу доходів в Україні за період 2010-2016 рр. проведено у роботі [14], модель «виробництво-розподіл» сформульована у роботі [15].

Мета.

Мета статті – описати принциповий устрій трансакційного поля розподілу доходів, показати властивості трансакційного поля, які вказують на його належність до загальних ресурсів.

Методологія дослідження.

Використано літерний код моделі поведінки ЕМДАС (авторська розробка), де кожний елемент відповідає певному психотипу: Е – поведінка «економічної людини», М – поведінка людини, яка мінімізує занепокоєння, Д – поведінка людини, яка забезпечує власний достатній рівень споживання, А – поведінка людини-альтруїста, С – поведінка людини-маніпулятора. Кодування ЕМДАС передбачає використання рядкових та заголовних літер – рядкові використовуються для моделей, які є менш притаманними цьому поведінковому типу, а заголовні – для моделей, які є більш притаманними цьому типу.

Дослідження здійснюється на основі методологічної концепції агрегованого ринку та виділення трансакційного поля розподілу (ТПР) та інтеракційного поля розподілу (ІПР), відповідно, у трансакційному полі (ТАП) та інтеракційному полі (ІАП).

Результати.

Поки природа трансакційного поля не достатньо досліджена, використаємо декілька припущень: (П1) в трансакційному полі (ТАП) створюється та розподіляється трансакційний дохід (який може бути визначений як запас вигравів споживача та продавця, або ніяк не визначений, оскільки важливим наразі є факт його існування, а не джерело його походження); (П2) трансакційний дохід видобувається в результаті трансакцій; (П3) трансакційний дохід може приймати від'ємне значення. Якщо розглядати ТАП з точки зору джерела формування доходів (саме як його і розглядає більшість з «гравців» ринку), підходимо до поняття ЗР – загального ресурсу (ресурсної системи та потоку ресурсів) трансакційного поля. Відповідно до цього підходу в ТАП сторонами трансакцій виступають два типи – покупці (провайдери) та продавці («привласнювачі»).

В концепції агрегованого ринку визначається, що дохід є типом економічного блага, який створюється в процесі колективних дій, як вже зазначалося вище, та розподіляється між учасниками цих колективних дій згідно певних правил розподілу. Учасники створення доходів в окремих організаціях, або групах є «привласнювачами» певного обмеженого загального ресурсу – доходу, який виробляється у загальному економічному полі (яке є сукупністю ТАП та ІАП), та схильні виявляти подібні до учасників «моделі Хардіна» патерни поведінки відносно цього обмеженого загального ресурсу – доходу.

Стратегія залучення «Левіафану» – держави є контрпродуктивною у світлі останніх аналітичних досліджень щодо провалів державного регулювання та централізованого управління економікою, яка є неефективною саме тому, що це дуже потужний механізм. Державний механізм перерозподілу можна порівняти з імунною системою людини – лейкоцити спрямовані на знищення бактерій та мікробів, але ті з мікроорганізмів, які зможуть замаскуватись під клітини організму, запустять одну з двох програм самознищення – або лейкоцити не будуть нищити мікроорганізми, тому що вони схожі на здорові клітини і хвороба оволодіє організмом, або вони почнуть нищити здорові клітини організму і спровокують автоімунну реакцію, яка може погано закінчитись для всього організму. Звісно, наведений приклад є художньою метафорою, порівнянням, але він не є зовсім неправомірним.

Розподіл у трансакційному полі розподілу (ТПР) відбувається під впливом психологічних чинників як функція грошового обороту. Грошовий оборот взагалі має великий ступінь залежності від психологічних чинників – продажі є функцією від реклами, яка є втіленням психологічного тиску. Технологія прямих продаж та цінова політика також є втіленням психологічного тиску на споживача, як і мода, і решта методів стимулювання продажів – принцип взаємності обміну тощо.

Чинники психологічного тиску спричиняють не тільки прискорення грошового обороту, але й уповільнюють цей оборот в певних випадках. Прикладом такого уповільнення обороту є процес «нащупування» у ціноутворенні, коли на ринку з'являється новий товар, а продавці бажають установити ціну, за якої отримуватимуть найбільший прибуток. Завдання максимізації прибутку у ТПР полегшується – якщо трактувати ТПР як своєрідне «джерело загального ресурсу» (згідно П1), тоді суб'єктам трансакцій необхідно забезпечити оптимальний товарно-грошовий оборот, за умови якого відбудуватиметься максимізація трансакційної цільової функції (модель 3 [15]).

В процесі ціноутворення більшість осіб, які приймають рішення (ОПР) прагнуть до максимізації ціни, використовуючи методологію ціноутворення «від надмірної ціни до помірної», яка надає можливість «вбити двох зайців» – визначити оптимальну ціну, не втративши при цьому власний надлишок, а також заохотити покупців тактикою «відмова, потім відступ», яка також має назву «нога у двері». Створюючи подібні стартові умови продажу нових благ (продаж сезонних благ у новому сезоні, який також характеризується процесом «нащупування» на загальних ринках, на ексклюзивних ринках процес ціноутворення відбувається згідно іншої методології), продавці в першій ітерації ціноутворення уповільнюють грошовий оборот в категорії тих благ, ціна яких є завищеною (у більш широкому розгляданні – неадекватною), стримуючи потреби в цих благах та провокуючи заміщення на субститути, або відмову від споживання.

Наступна ітерація ціноутворення характеризується поступовим або різким наближенням ціни до адекватної (в іншому випадку ціна може перейти через рівноважне значення та опинитися у стані, який ускладнить аналіз цін), що здатне спровокувати збільшення продажів цих благ. Наступна ітерація залежить від відносної інтенсивності варіації продажів та ціни і має велику ймовірність спровокувати бум на цьому ринку, вивільнивши множину незадоволених потреб споживачів, які раніше відмовлялися від споживання або заміщували ці блага на субститути. Цикл ціноутворення, який створюється в межах цієї ітерації, впливатиме на формування груп споживачів та постачальників із різною швидкістю грошового обороту при споживанні та формуванні доходів.

Розглянемо групи, які утворюються серед споживачів у проекціях розподілу доходів (за показником наявних доходів) та споживання (за показниками споживання асортиментів груп товарів та послуг).

Розділимо споживачів на чотири підмножини за категоріями наявного доходу (які відповідають показникам квартилей множини споживачів) та, відповідно, на чотири підмножини за категоріями споживання асортиментних груп товарів та послуг (табл. 1):

Таблиця 1

Розподіл споживачів за категоріями наявного доходу та швидкістю грошового обороту при споживанні асортиментних груп товарів та послуг*

Множина споживачів \ Множина товарів	Перший квартал	Другий квартал	Третій квартал	Четвертий квартал
Перший квартал	1	1	1	1
Другий квартал	2	1	1	1
Третій квартал	3	2	1	1
Четвертий квартал	4	3	2	1

*Джерело: складено автором

Інтерпретація таблиці 1: з першого по четвертий квартал множини споживачів зростають наявні доходи, а з першого по четвертий квартал асортиментних груп товарів та послуг зростають рівні потреб, які задовольняються товарами та послугам, які належать до поточного квартіля. Маються на увазі товари та послуги, які належать до носіїв корисності, яка задовольняє потреби перших двох категорій згідно ієрархії потреб за Маслоу, оскільки товари та послуги, які реалізуються на ринку кінцевих товарів та послуг здебільшого спрямовані саме на задоволення цих потреб, а найбільша частина особистого бюджету індивіда витрачається на задоволення саме цих потреб (навіть якщо мається на увазі підмножина четвертого квартіля, коли не брати до уваги демонстративне споживання). До того ж інші види споживання поки що для нашого дослідження не цікаві.

В клітинах таблиці 1 оцінена швидкість грошового обороту щодо придбання вказаних груп товарів – швидкість ранжирувана від 1 (найвища) до 4 (найнижча). На основі оцінки, яка наведена в таблиці 1, можна обчислити середню швидкість групового грошового обороту у вимірі наявного доходу та у вимірі асортиментів груп товарів та послуг. Середня швидкість грошового обороту першого квартіля за наявним доходом дорівнює 2,5; другого – 1,75; третього – 1,25; четвертого – 1. Середня швидкість грошового обороту першого квартіля за асортиментом груп товарів та послуг дорівнює 1, другого – 1,25; третього – 1,75, четвертого – 2,5.

Згідно методології дослідження агрегованого ринку, необхідно також провести просторове групування грошового обороту і зіставити його із груповим грошовим оборотом, для обчислення транзакційного потенціалу окремих просторово-групових утворень, на основі дослідження сукупності одиничних економік в межах цих просторово-групових утворень. Таким чином, методологічна концепція агрегованого ринку надає можливість динамічного моделювання ТПП для детального аналізу транзакційного потенціалу міста, регіону, країни та інших просторово-групових утворень.

Утворення груп споживачів на ринках ресурсів відбувається за тією ж схемою, втім взаємозв'язок між цими процесами відбувається згідно моделей [15], що визначає можливість ефектів запізнювання (лагів) та ефектів інерційних втрат [13, с. 34], які спричиняють появу кризових явищ, обумовлених розбалансованістю ринків споживчих товарів та ринків ресурсів.

Утворення груп постачальників на ринку споживчих товарів та послуг. Виділимо групи постачальників за співвідношенням ціни та якості товарів та послуг, які вони постачають на ринок споживчих товарів. Доступні комбінації ціни та якості наведені у таблиці 2.

Оцінка постачальників у вимірі ціна-якість здійснюється за кварталним коефіцієнтом та поділяє постачальників на 3 чистих групи, з яких до першої групи відносяться оцінки в діапазоні $\zeta > 1$; до другої групи $\zeta = 1$; до третьої групи $0 < \zeta < 1$.

Таблиця 2

Розподіл постачальників товарів та послуг за категоріями ціни та якості, (ζ)*

якість \ ціна	Перший квартиль	Другий квартиль	Третій квартиль	Четвертий квартиль
Перший квартиль	1	1/2	1/3	1/4
Другий квартиль	2	1	2/3	1/2
Третій квартиль	3	3/2	1	3/4
Четвертий квартиль	4	2	4/3	1

*Джерело: складено автором

Перша група постачальників може бути охарактеризована як «альтруїсти», які належать до комбінації психотипів $\overline{eMдAc}$, друга група постачальників – «реалісти», які належать до психотипів (метатипу) $[\overline{eMдAc} \cup \overline{eMдAc}]$, а третя група постачальників належить до психотипів (метатипу) $[\overline{eMдAc} \cup \overline{eMдAc}]$ – «маніпулятори».

Як видно з таблиці 2, в сфері постачання товарів та послуг також діють постачальники, яких можна віднести до «маніпуляторів» – як і ТПР, ТТР характеризується можливістю маніпулювання з боку суб'єктів психологічного тиску об'єктами психологічного тиску та, як наслідок, збільшенням трансакційної частини доходу з моделі 3 [15].

Припущення щодо можливості трансферту доходів через ТТР приводить до висновку щодо розподілу доходів через компоненту доходу «Т», що створює трансакційний розподіл створеної винагороди (компоненти «R»). Інтеракційне та трансакційне поле розподілу створюють тимчасові ефекти, на основі яких можна сформулювати закони попиту та пропозиції, але ці закони не є постійним та незмінним правилом, згідно якого визначається функція попиту та пропозиції та здійснюється врівноваження цін.

Взагалі практичним фактом є наявність різних рівнів рівноважних цін в певних просторово-групових економічних системах, які можуть розрізнятися у просторі, соціальному полі та часі, втілюючи стратегію дискримінаційних цін щодо споживачів, які належать до різних груп у будь-якому сенсі. Тому модель загальної рівноваги із однорідними рівноважними цінами не має сенсу (це стосується позитивного аналізу сучасної економіки, але можливо у часи Л. Вальраса насправді не було дискримінаційної цінової політики), і взагалі однорідність притаманна лише в обмеженому вигляді до аналізу лінійно-однорідних цільових груп, який також має стохастичну достовірність.

В силу вищезазначених складнощів пропонуємо приділити більше уваги аналізу грошового обороту (який також є досить приблизним, навіть скоригований на оцінку неофіційних грошових потоків, із врахуванням розрахункової вартості безоплатних послуг та робіт), який надає певну орієнтацію для розвитку методології агрегованого ринку.

ТПР має власний характер, який залежить від комбінації акторів. Якщо уявити відображення реального поля трансакцій, зрозумілими стають відносини між учасниками цього поля, характер конкуренції всередині ТПР, а також інші характеристики ринку, які створюють зовнішнє середовище для організацій, що функціонують в цьому полі. Сформулюємо гіпотезу: за наявності відносно більшої кількості суб'єктів трансакцій, які відносяться до множини метатипу «маніпулятори» порівняно із кількістю суб'єктів трансакцій, які відносяться до решти метатипів $[\overline{eMдAc} \cup \overline{eMдAc} \cup \overline{eMдAc}]$, ТПР характеризуватиметься відносно більшим розміром трансакційних витрат внаслідок поширення психологічного тиску, його наслідків та побічних ефектів, а також уповільненим грошовим оборотом у порівнянні з ТПР із відносно меншою кількістю «маніпуляторів».

Як вже було зазначено, суб'єкти метатипу «маніпулятори» використовують ТПР для оптимізації власної цільової функції. Представники іншого метатипу також здатні виявляти здібності у використанні цього «загального ресурсу» з метою виконання власних обов'язків у певних інституційних умовах. Взаємодія та відносини у ТПР із трансакційними агентами, які представляють організацію в цілому, та їх поведінка є певною комбінацією власних інтересів агента та «загальних»

інтересів організації, яку вони представляють. Характерним прикладом таких комбінацій є тип агента $\frac{e_{ндАс}}{e_{ндАс}}$, який представляє інтереси організації із продуктовою стратегією, оцінка якої менше одиниці. Ці агенти також здатні чинити специфічні форми психологічного тиску на покупця, який має вигляд взаємних поступок та застосовується на основі принципу взаємності.

Висновки і перспективи.

Методологія трансакційного поля розподілу має наступні перспективи дослідження – ідея про загальний ресурс як основу доходів є метафоричною, але у певній мірі доречною – видобуток доходів із трансакційного поля є логічною абстракцією для розробки теорії організації як середовища людської діяльності.

Залежність результатів діяльності індивідів, у тому числі діяльності із розподілу доходів, від психотипів та поведінкових моделей, які реалізуються індивідом у процесі діяльності, є безперечною.

Виділення психологічного тиску як чинника економічної нерівності є зрозумілим поясненням багатьох психологічних ефектів в економічному середовищі (наприклад, ефектів Веблена, сноба та послідовника у сфері прийняття рішень щодо купівлі товарів).

Розглянувши нижчий рівень ТПР (який представлений трансакційним полем одиничної економіки), аналіз має переходити до наступного рівня ТПР, який інтегрує в собі одиничні економіки, які входять до складу окремого просторово-групового об'єкту, що є першим рівнем інтеграції агрегованого ринку.

Список використаних джерел

1. Аджемоглу Д., Робинсон Дж. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты. пер. с англ. Д. Литвинова, П. Миронова, С. Сановича. Москва : Издательство АСТ, 2015. 575 с.
2. Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности. пер. с англ. Москва : ИРИСЭН, Мысль, 2010. 447 с.
3. Hardin G. (1968) The Tragedy of the Commons. Режим доступу: <http://science.sciencemag.org/content/162/3859/1243.full>.
4. Стиглиц Дж. Великое разделение. Неравенство в обществе, или Что делать оставшимся 99% населения? Москва : Эксмо, 2015. 480 с.
5. Стиглиц Дж. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. Москва : «Эксмо», 2015. 512 с.
6. Макклоски Д. Риторика экономической науки. второе издание; пер. с англ. О. Якименко, науч. ред. перевода Д. Расков. М.; СПб. : Изд-во Института Гайдара; Издательство «Международные отношения», 2015. 328 с.
7. Чалдини Р. Психология влияния. 5-е изд. СПб. : Питер, 2014. 407 с.
8. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. пер. с англ. Издательский дом "Питер", 2009. 352 с.
9. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии. Москва : Изограф, 2000. 448 с.
10. Кім О. О. Основи дослідження сукупного (агрегованого) ринку. *Управління розвитком*. 2017. № 1-2 (187-188). С. 12-17.
11. Кім О. О. Вплив нерівності доходів на соціально-економічний розвиток в моделі відкритого агрегованого ринку. *Ефективна економіка*. № 8. 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5728>.
12. Кім О. О. Методологічні основи дослідження проблем економічної ефективності та розподілу доходів. *Ефективна економіка*. 2017. №7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5686>.
13. Кім О. Модель 2-сегментного агрегованого ринку в умовах автаркції. *Економічний дискурс*. 2017. № 2. С. 29-36.
14. Кім О. О. Розподіл доходів в Україні 2010-2016 рр. *Ефективна економіка*. 2017. №10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5819>.
15. Кім О.О. Модель «виробництво-розподіл» одиничної економіки агрегованого ринку. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5871>.

Статтю отримано: 02.11.2017 / Рецензування 05.12.2017 / Прийнято до друку: 17.12.2017

Oleksii Kim

Ph.D. (in Economics), Associated Professor,
Department of International Economy and Management of International Economic, Activity
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Kharkiv, Ukraine
Doctoral Student

Department of Economic Theory and Economic Management Methods
V.N. Karazin Kharkiv National University

Kharkiv, Ukraine

E-mail: oleksii.kim@m.hneu.edu.ua

THE RESEARCH OF THE TRANSACTIONAL DISTRIBUTION FIELD IN THE AGGREGATED MARKET CONCEPT FRAMEWORK

Abstract

Introduction. The usage of regression models in the framework of the orthodox approach is acceptable for the economic growth or economic development research of national economy, global economy and the regional economy in common, with zero care about the products produced and incomes received distribution. The regression model, constructed by the statistical analysis, factor analysis or the representative sample method has certain constraints about the size of the object and takes into account neither market distribution (or the transactional distribution) nor the organizational distribution (or the interactional distribution).

Methods. The methods of mathematic modeling of the transactional income distribution in the framework of the aggregated market, alphabetic coding of the psycho types and the economic behavioral models are used in the current issue.

Results. The research of the transactional income distribution field as the common resource, and the transactional income distribution field research represent the brand new research framework for the income distribution issue. The concept of the aggregated market was developed in the previous research papers. Usage of the set theory in the sphere of economic research is the essence of the aggregated market conceptual approach. The idea of the transactional field, transactional distributional field, are introduced in the current issue precisely for the economic research capability development. The concept of a transactional field (TAP), a transactional field of distribution (TFD) – part of the TAP, consisting of market distribution institutions and corresponding categories of the organizational field – Interaction Field (IAP) and Interactive Field of Distribution (IFD), is introduced in order to increase the possibilities in economic research.

Discussion. The usage of the transactional distributional field methodology approach will provide the capabilities for more detailed market economic systems transactional income distributional processes analysis. The research of the transactional income distributional field correlates with the research direction of the welfare economics (Bergson, Samuelson, Arrow models, the distributional justice concept by Rawls, and the synthesis of the welfare economics approaches in the researches by Fleurbaey and Roemer).

Keywords. Income distribution, transactional distribution field, interactional distributional field, aggregated market, unit economy, EMDAS alphabetic model.

References

1. Acemoglu, D., & Robinson, J. (2015). *Pochemu odni strany bogatye, a drugie bednye. Proishozhdenie vlasti, procvetaniya i nishchety* [Why nations fail: the origins of power, prosperity, and poverty]. Moscow, Russian Federation: AST.
2. Ostrom, E. (2010). *Upravljaja obshhim: jevoljucija institutov kolektivnoj dejatel'nosti* [Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action]. Moscow, Russian Federation: IRISEN.
3. Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. Retrieved from <http://science.sciencemag.org/content/162/3859/1243.full>.
4. Stiglitz, J. (2015). *Velikoe razdelenie. Neravenstvo v obschestve, ili Chto delat ostavshimsya 99% naseleniya?* [The Great Divide: Unequal Society and What We Can Do about Them]. Moscow, Russian Federation: Eksmo.

5. Stiglitz, J. (2015). *Tsena neravenstva. Chem rassloenie obschestva grozit nashemu buduschemu* [The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future]. Moscow, Russian Federation: Eksmo.
6. McCloskey, D.N. (2015). *Ritorika jekonomicheskoy nauki* [The Rhetoric of Economics]. Saint Petersburg, Russian Federation: Izdatel'stvo Instituta Gajdara.
7. Cialdini, R.B. (2014). *Psihologija vlijaniya* [Influence: Science and practice]. Saint Petersburg, Russian Federation: Piter.
8. Maslow, A (2009). *Motivacija i lichnost'* [Motivation and personality]. Saint Petersburg, Russian Federation: Piter.
9. Walras, L. (2000). *Jelementy chistoj politicheskoy jekonomii* [Elements of Pure Economics]. Moscow, Russian Federation: Isograph.
10. Kim, O.O. (2017). Osnovy doslidzhennia sukupnogo (ahrehovanoho) rynku [The aggregated market research basis]. *Upravlinnja rozvitkom, 1-2 (187-188)*, 12-17.
11. Kim, O.O. (2017). Vplyv nerivnosti dokhodiv na sotsialno-ekonomichni rozvytok v modeli vidkrytoho ahrehovanoho rynku [The impact of income inequality on the socio-economic development in the open aggregated market model]. *Efektyvna ekonomika, 8*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5728>.
12. Kim, O.O. (2017). Metodolohichni osnovy doslidzhennia problem ekonomichnoi efektyvnosti ta rozpodilu dokhodiv [The economic efficiency and income distribution issue research methodological basis]. *Efektyvna ekonomika, 7*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5686>.
13. Kim, O.O. (2017). Model 2-sehmentnogo ahrehovanoho rynku v umovakh avtarkii [The 2-Segment Autarky Aggregated Market Model]. *The Economic Discourse, 2*, 29-36.
14. Kim, O.O. (2017). Rozpodil dokhodiv v Ukraini 2010-2016 rr. [The income distribution in the Ukraine, 2010-2016]. *Efektyvna ekonomika, 10*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5819>.
15. Kim, O. O. (2017). Model «vyrobnytstvo-rozpodil» odynychnoi ekonomiky ahrehovanoho rynku [“Production-Distribution” Aggregated Market Unit Economy Model]. *Efektyvna ekonomika, 10*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5871>.

Received: 11.02.2017 / Review 12.05.2017 / Accepted 12.17.2017

