

Шевчук О.В.

*к.е.н., асистент, кафедри економічної теорії та конкурентної політики Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
e-mail: ol.shevchuk@ukr.net*

РОЛЬ ТА МІСЦЕ СПОЖИВАННЯ В ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Анотація. У статті здійснено аналіз історичної еволюції теоретико-економічних поглядів на роль споживання та його місце в фінансово-економічній системі. Проаналізовано гіпотезу абсолютного доходу Дж. Кейнса; гіпотезу відносного доходу С. Кузнеця; модель міжчасового вибору І. Фішера; модель життєвого циклу Ф. Модільяні; модель перманентного доходу М. Фрідмена, модель дискретного вибору споживачів Д.-Л. Мак-Феддена та ін.

Ключові слова: споживча поведінка, доходи домогосподарств, модель міжчасового вибору, модель перманентного доходу, вибір споживачів.

Формул: 0; рис.: 0, табл.: 1, бібл.: 15

Shevchuk O. V.

*PhD economics, assistant department of economic theory and competitive policy KNUTE, Ukraine
e-mail: ol.shevchuk@ukr.net*

THE ROLE AND PLACE OF CONSUMPTION IN THE FINANCIAL AND ECONOMIC SYSTEM

Abstract. The article analyzes the historical evolution of the theoretical and economic views on the role of consumption and its place in the financial and economic system. For producers are important the selling well, marketing and their movement to direct (end) users and feedback, ie the amount of received information about the products competitiveness on the market. In this context, an important place occupies behaviors analyze of consumers (buyers). Absolute income hypothesis analyzed J. Keynes; relative income hypothesis S. Kuznets; model of intertemporal choice I. Fisher; lifecycle model F. Modigliani; permanent income model M. Friedman, discrete choice model of consumer J.-L. Mc Feddena and others. It is shown that in the forefront in transforming the economy is pushing the theoretical and methodological problem of institutional behavior research of buyers (consumers) in the domestic market, the mechanisms of its functioning. The evolution of these theories is determined by the action of exogenous (development of network processes, increased asymmetric market information, market research development) and endogenous (theory household income, analysis of consumer preferences and tastes, advertising research) factors.

Keywords: consumer behavior, household income, intertemporal choice model, permanent income model, the choice of consumers.

Formulas: 0; Fig.: 0, table.: 1, Bibl.: 15

JEL Classification: E 20, E 27. C 40.

Шевчук О. В.

*к.е.н., асистент, кафедри економічної теорії та конкурентної політики Київського національного торговельно-економічного університету, Україна;
e-mail: ol.shevchuk@ukr.net*

РОЛЬ И МЕСТО ПОТРЕБЛЕНИЯ В ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

Аннотация. В статье проведен анализ исторической эволюции теоретико-экономических взглядов на роль потребления и его место в экономической системе. Проанализировано гипотезу абсолютного дохода Дж. М. Кейнса; гипотеза относительного дохода С. Кузнеця; модель межчасового выбора И. Фишера; модель жизненного цикла Ф. Модильяни; модель перманентного дохода М. Фридмена, модель дискретного выбора потребителей Д.-Л. Мак-Феддена и др.

Ключевые слова: потребительское поведение, доходы домогосподарств, модель межвременного выбора, модель перманентного дохода, выбор потребителя.

Формул: 0; рис.: 0, табл.: 1, библи.: 15

Вступ. Факт продажу (збуту) створює необхідні фінансові-економічні передумови для подальшого відтворення національного капіталу. В умовах розвиненого товарного виробництва на перший план висувається проблема – як продати те, що вироблено. Центральною фігурою є споживач (покупець), його купівельна спроможність, смаки й уподобання. В економічній теорії запропоновано чимало моделей поведінки споживча. Еволюція цих теорій визначається дією екзогенних (розвиток мережевих процесів, посилення асиметрії ринкової інформації, розвиток маркетингових досліджень) та ендогенних (теорія доходів домогосподарств, аналіз споживчих уподобань і смаків, дослідження реклами) факторів.

Аналіз досліджень та постановка завдання. Фактори які впливають на поведінку споживача в ринкових умовах досліджувалися у працях таких зарубіжних та вітчизняних економістів: Дж. М. Кейнса, І. Фішера, Ф. Модільяні, М. Фрідмена, Д.-Л. Мак-Феддена, В. Базилевича, С. Кузнеця, та ін.

Однак, необхідно зазначити, що, починаючи з другої половини ХХ ст. активно розробляється інституціональна теорія економічної поведінки, зокрема поведінки споживача на ринку, механізмів його функціонування. Ось чому слід уточнити, що на перший план, у трансформаційній економіці, висувається теоретико-методологічна проблема інституціонального дослідження поведінки покупців (споживачів).

Мета статті полягає в дослідженні особливостей ринкової поведінки індивідів, їх особисті цінності або ціннісні орієнтації, соціальний статус тощо та її вплив на розвиток внутрішнього ринку.

Результати дослідження. Зазначимо, що економічною наукою пропонується значна кількість моделей поведінки споживча, в рамках яких можна виокремити мікроекономічні та макроекономічні.

Мікроекономічний аналіз поведінки споживача ґрунтується на врахуванні трьох основних факторів: а) мотиваційній концепції – бажанні індивіда чи домашнього господарства задовольняти свої потреби; б) рівня цін на товари та послуги; в) рівня та динаміки доходів.

Важливе значення у теорії поведінки споживача мають макроекономічні питання про пропорції розподілу доходу кінцевого використання на споживання та заощадження. Макроекономічні моделі поведінки споживачів ґрунтуються в основному на аналізі функції споживання.

Основоположником макроекономічного аналізу економічної поведінки споживача в умовах розвинутої ринкової економіки був видатний англійський економіст, фундатор нового напрямку економічної теорії Дж. М. Кейнс. Вже на початку своєї праці «Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей» в розділі «Принцип ефективного попиту» він дослідив сукупний споживчий попит на основі розкриття взаємозв'язку між доходом, споживанням та заощадженням. Кейнсіанська методологія враховує психологічну мотивацію економічної діяльності.

Поведінка домашніх господарств у процесі споживання, яка представлена в кейнсіанській функції споживання, характеризується рядом особливостей. По-перше, Дж. М. Кейнс відкрив і сформулював основний психологічний закон макроекономіки, зміст якого полягає в тому, що індивіди, як правило, схильні збільшувати своє споживання зі зростанням доходу, але не тією самою мірою, якою зростає дохід. По-друге, вчений довів, що середня схильність до споживання зменшується по мірі зростання доходу. Тому багаті сім'ї заощаджують більшу частку свого доходу, ніж бідні. «Із зростанням реального доходу, – зазначав Кейнс, – як правило, вищою виявляється частка тієї частини доходу, яка спрямовується на заощадження. Буде ця частка більшою чи меншою, ми все одно можемо спостерігати дію основного психологічного закону, характерного для будь-якого сучасного суспільства, у тому, що

з ростом реального доходу воно не збільшує свого попиту на всю абсолютну суму приросту, і, внаслідок цього, буде заощаджуватися все більш значна абсолютна сума...» [1, с.97]. По-третє, Дж. М. Кейнс показав, що в короткостроковому періоді значний вплив на споживання має рівень доходу домашніх господарств (споживачів), а відсоткова ставка суттєвого впливу не має.

Отже, згідно з кейнсіанською теорією необхідним чинником ефективного функціонування розвинутого споживчого ринку є високий платоспроможний попит, оскільки низький попит створює загрозу для ринкового товарного обігу. Лише на основі розширення споживчого попиту можливе утвердження сталого економічного розвитку. З огляду на це, вирішення проблеми споживчого попиту передбачає підвищення платоспроможного попиту суб'єктів ринку.

Підтвердження цієї теорії знаходимо у сучасній практиці господарювання. Так, у країнах з розвинутою економікою, де виробництво основним чином зорієнтоване на внутрішній ринок, споживчий попит виступає в якості провідного фактора економічного розвитку. Очевидно, що найбільший вклад цей компонент споживчого попиту вносить у приріст традиційної продукції споживчого призначення, а також сировини, яка використовується для її виробництва. Йдеться про сільське господарство, харчову та текстильну промисловість, а також окремі галузі третинного сектору – суспільний транспорт, роздрібну торгівлю, тощо. Одночасно по мірі зрушень у системі переваг споживачів, розширення та оновлення потреб суспільства помітно зростає стимулюючий вплив споживчого попиту на прогресивні в організаційно-технологічному відношенні галузі важкої промисловості. Це, передусім, електротехнічне та транспортне машинобудування, хімічна промисловість та ін., у кінцевій продукції яких превалює значна частка споживчих виробів (побутова техніка, особистий транспорт, косметика, предмети особистої гігієни, інші товари дискреційного попиту) [2, с.48].

Підкреслимо, що макроекономічна модель споживання і поведінки споживача Дж. М. Кейнса мала великий успіх. Її висновки мають важливий науковий характер, особливо для короткострокового періоду економічного розвитку.

Пізніше інший відомий американський економіст, Лауреат нобелівської премії в галузі економіки С. Кузнець, досліджуючи проблеми споживання та заощадження у довгостроковому періоді, дійшов висновку, що кейнсіанський висновок стосовно того, що середня схильність до споживання буде скорочуватися по мірі зростання доходу, не підтверджується емпіричними даними. Більше того, він довів, що відношення споживання до доходу продовжувало залишатися стабільним впродовж десятиліть, незважаючи на значне зростання доходів у цей період [3, с.178].

Суперечність між теоретичними висновками щодо проблеми споживання Дж. М. Кейнса та С. Кузнеця призвела до обґрунтування двох різних функцій споживання: кейнсіанської, яка безумовно спрацьовувала у короткостроковому періоді, та довгострокової, яка ґрунтується на незмінній середній схильності до споживання. Оскільки в економіці спостерігається постійно діюча суперечність між поточними та довгостроковими цілями розвитку, важливо зрозуміти, чим керуються у своїй поведінці люди, вирішуючи, яку частку доходу використовувати в поточному періоді, а яку – заощаджувати на майбутнє. Адже чим більше доходу буде спожито сьогодні, тим менше його залишиться на завтра. Здійснюючи вибір між сьогоднішнім і майбутнім, домашні господарства мусять визначити, якою мірою та частка доходу, яка не буде спожита в поточному періоді, вплине на рівень їхнього доходу у майбутньому. Очевидно, що цей фактор значною мірою впливає на функціонування та розвиток споживчого ринку.

Перед домашніми господарствами завжди постає альтернатива при отриманні приросту доходу – витратити його на споживання чи заощаджувати (і в якій

пропорції)? У перспективі слід знаходити оптимальне співвідношення між схильністю домашніх господарств до споживання та їх схильністю до заощаджень.

Характеристики купівельної спроможності населення в Україні наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Доходи, витрати та заощадження населення України у 2000-2012 рр., млн. грн.

Показники	2000	2002	2004	2006	2008	2011	2012
Доходи	128736	185073	274241	472061	856633	1101015	1023132
Витрати та заощадження	128736	185073	274241	472061	856633	1101015	1023132
у тому числі: придбання товарів і послуг	115887	153589	221713	385680	689055	838220	853268
доходи від власності, сплачені	158	334	1864	8374	30431	30182	20224
поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти	8488	14092	19030	33803	67375	76255	69508
нагромадження нефінансових активів	3090	2464	3254	7159	17708	23054	12245
приріст фінансових активів	1104	14594	28380	37044	52064	133304	67887

Джерело: [4].

Не підлягає сумніву, що макроекономічна пропорція «споживання-заощадження» має важливе значення стосовно перспектив сталого розширення споживчого ринку.

Іншою моделлю, яка розкриває економічну поведінку споживача є модель міжчасового вибору американського економіста, представника неокласичного напрямку в економічній науці І. Фішера. У завершеному вигляді гіпотеза міжчасового вибору І. Фішера представлена в його праці «Теорія відсотка» (1930 р.). Ця модель стала фундаментальною для розробки в подальшому моделей життєвого циклу і перманентного доходу. Для дослідження поведінки раціональних споживачів вчений застосував криві байдужості та бюджетну пряму [5, с.469].

Модель І. Фішера розглядає поведінку споживача у двох періодах – поточному і майбутньому, з приводу прийняття рішень стосовно поточного та майбутнього споживання. Сукупний дохід, який заробив споживач за ці два періоди часу, відображає міжчасове бюджетне обмеження. Міжчасове бюджетне обмеження допомагає визначити від якої частки споживання у поточному доході слід відмовитись заради збільшення споживання в майбутньому. Бажаючи підвищити рівень поточного споживання, споживач може взяти позику під дохід, який очікує отримати в майбутньому. Також, споживач може заощаджувати: в такому разі поточне споживання буде меншим від поточного доходу.

Модель І. Фішера передбачає, що заощадження приносять певний відсоток, а за отримання позики сплачуються відсотки. Обсяг споживання визначається поточним доходом у кожному часовому періоді та дисконтованою вартістю майбутнього доходу. Бажаний рівень споживання в майбутньому раціональний споживач передбачає, визначаючи обсяг споживання у теперішньому періоді.

Необхідно відмітити, що модель міжчасового вибору споживача заперечує кейнсіанський постулат щодо основного визначника споживання. І. Фішер припускає, що споживання залежить не тільки від поточного доходу, а й від доходу, який споживач очікує отримати впродовж всього життя.

Модель міжчасового вибору споживача для умов трансформаційної економіки багато в чому пов'язана із масштабами споживчого кредитування, метою якого є задоволення потреб фізичних осіб (домашніх господарств). Як відомо, теоретично дослідив зв'язок кредиту із споживчим попитом у ХІХ ст. американський дослідник Р. Хоутрі [6, с.338].

Модель І. Фішера була прийнята за основу у моделі життєвого циклу іншого американського економіста, Лауреата Нобелівської премії Ф. Модільяні. Поведінка споживача згідно з його гіпотезою розглядається через коливання рівня доходу протягом життя індивіда, наслідком яких є перерозподіл доходу під час трудової діяльності людини та її виходу на пенсію. Своєю моделлю поведінки споживача Ф. Модільяні вирішує суперечності між теоріями споживання Дж. М. Кейнса і І. Фішера. Оскільки у короткостроковому періоді зміни обсягу багатства окремого споживача повільні, то низька схильність до споживання пояснюється змінами річного доходу. У довгостроковому періоді обсяг багатства змінюється пропорційно обсягу використовуваного доходу (W/Y), що надає сталості їх співвідношенню, а також постійності середньої схильності до споживання. На думку Ф. Модільяні при збільшенні доходів заощадження збільшуються швидше ніж споживання, а при зменшенні рівня доходів зменшення заощаджень відбувається ще швидше. Причиною є небажання споживачів змінювати вже звичний для них рівень споживання.

Необхідно також зазначити, що модель міжчасового вибору споживання І. Фішера виступила основою не лише для теорії споживання Ф. Модільяні, а й для концепції перманентного доходу споживання М.Фрідмена. Його підхід ґрунтується на тому припущенні, що споживання визначається доходом, який споживач планує отримати за весь період життя, а не тільки від поточного доходу. Детального викладу даний підхід отримав у праці М. Фрідмена «Теорія функції споживання» (1957 р.).

Модель перманентного доходу М. Фрідмена передбачає поступову, з певним відставанням у часі реакцію зміни поточного споживання на зміну перманентного доходу [3, с.191]. Споживач спочатку оцінює, на скільки змінився його перманентний дохід і наскільки цей акт є постійним, звикає, а згодом і переглядає своє споживання згідно нових умов. На основі емпіричних досліджень М. Фрідмен довів, що в цілому схильність до споживання залишається незмінною протягом певного часу, що ставить під сумнів дієвість основного психологічного закону Дж. М. Кейнса [7, с.1032].

На основі аналізу процесу споживання М. Фрідмен зробив висновок про те, що постійний (Y_p), і тимчасовий (Y_t) доходи впливають на коливання середньої схильності до споживання. На думку М. Фрідмена, короткостроковому періоду властиві коливання середньої схильності до споживання внаслідок коливань тимчасового доходу. Довгостроковому періоду властиві коливання середньої схильності до споживання внаслідок коливань перманентного доходу [3, с.185].

Модель споживчої поведінки Д.-Л. Мак-Феддена виходила з теоретичного положення, згідно з яким кожний індивід вибирає певну альтернативу, що максимізує його користність.

Розгляд основних макроекономічних моделей поведінки споживача, дає можливість зробити висновок про їх складність і суперечливість у поясненні закономірностей споживання у коротко- та довгостроковому періодах. У короткостроковому періоді поточний дохід виступає головним чинником, який визначає обсяг споживання (Дж. М. Кейнс). Водночас, у довгостроковому періоді

рівень споживання визначають не тільки поточний дохід, але й нагромаджене багатство та очікуваний дохід у майбутньому (І. Фішер, Ф. Модільяні).

У контексті здійснюваного нами аналізу необхідно зазначити, що, починаючи з другої половини ХХ ст. активно розробляється інституціональна теорія економічної поведінки, зокрема поведінки споживача на ринку. Якщо в неокласичній концепції поведінка споживача, як було показано вище, визначається максимізацією корисності індивіда та рівним доступом до інформації, що міститься у ринкових цінах товарів та послуг, то інституціоналісти вважають, що ефективність поведінки споживача залежить від того, наскільки дієво працюють інститути – правила регулювання ринку, правові основи економіки та ін. Отже, крім раціонально-економічних, на споживчому ринку діє також складний комплекс соціально-інституційних зв'язків. Зокрема, вагомою є роль таких інституцій, як держава, право, правила й кодекси господарської поведінки [8, с.234].

Інституційні фактори – це формальні та неформальні «правила гри» на ринку, які здійснюють вагомий вплив на його розвиток. Розвиток споживчого ринку в такому розумінні передбачає глибоку трансформацію ринкових інститутів, а головне – механізмів ринкової взаємодії виробників (продавців) і споживачів (покупців). «Будь-який обмін, особливо ринковий, – писав Дж. Ходжсон, – відбувається в інституціональному середовищі і взаємодіє з ним» [89, с.260].

В інституціональній теорії прийнято розглядати проблему поведінки споживача крізь призму договірних взаємовідносин. Через форму контрактів (договорів) можна аналізувати і ринкові відносини між продавцями і покупцями на споживчому ринку. Лауреат Нобелівської премії в галузі економіки О. Уільямсон називає людину, яка діє в системі контрактних відносин – контрактною людиною (contractual man). Він розглядає договори як юридичні угоди, які регулюють протягом певного періоду окремі трансакції. Ще Дж. Р. Коммонс виділяв як один з основних типів трансакцій – торговельну, яка, по суті, є єдиною формою, в якій можливе дотримання умов симетричності правових відносин між контрагентами [10, с.56].

Таким чином, вихідним пунктом дослідження поведінки споживача на ринку є трансакція (угода), яка здійснюється між покупцем (споживачем) і продавцем (виробником). О. Уільямсон виділив три головні властивості трансакцій: а) ступінь невизначеності; б) частота, з якою відбуваються трансакції; в) ступінь, в якому для мінімізації витрат вимагаються інвестиції, специфічні для цієї трансакції. Отже, діяльність індивідів на ринку може розглядатися як сукупність дискретних ринкових трансакцій. При цьому ціна товару у кожній трансакції містить необхідну інформацію про цей товар [11, с.92–93].

Для здійснення трансакції від споживача необхідні витрати, пов'язані з пошуком інформації, веденням переговорів, визначенням якісних та кількісних характеристик товару, що купується, специфікацією і захистом прав власності, укладенням контракту та ін. [12, с.94–106]. Саме тому споживчий ринок можна визначити як сукупність трансакцій щодо купівлі-продажу споживчих товарів і послуг.

Висновки. Стан внутрішнього ринку – важливий індикатор розвитку економіки будь-якого суспільства, який залежить від ефективності конкретного етапу економічних трансформацій. Споживчий ринок є органічною складовою цілісного суспільного відтворювального процесу. Важливо не лише виробити продукцію, її потрібно ще реалізувати на ринку. Факт продажу (збуту) створює необхідні фінансові-економічні передумови для подальшого відтворення національного капіталу. Такий підхід до оцінки ролі і значення споживчого ринку відповідає нагальним потребам вирішення завдань сталого економічного розвитку. Економічний розвиток є найкращим засобом підвищення реальних доходів населення, а отже, й платоспроможного попиту населення.

Література

1. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег [Текст] : избранное / Джон Мейнард Кейнс ; пер. с англ. Е. В. Виноградова и др. – М. : Эксмо, 2007. – 957 с., [1] с. : ил., табл. – (Антология экономической мысли).
2. Сахаров, А. А. Личное потребление в системе экономических отношений [Текст] / А. А. Сахаров // Аспирант и соискатель. – 2002. – № 3. – С. 48–55.
3. Базилевич, В. Д. Макроекономіка [Текст] : підручник / В. Д. Базилевич, К. Базилевич, Л. Баластрик. – 4-е вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2008. – 743 с.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Манків, Г. Н. Макроекономіка [Текст] : підруч. для України / Г. Н. Манків ; пер. з англ. С. Панчишин та ін. – К. : Основи, 2000. – 588 с. : іл.
6. Селигмен, С. Основные течения современной экономической мысли [Текст] : пер. с англ. / С. Селигмен ; общ. ред. А. М. Румянцева и др. – М. : Прогресс, 1968. – 600 с.
7. Базилевич, В. Д. Історія економічних учень [Текст] : підручник / В. Д. Базилевич, Н. І. Гражевська, Т. В. Гайдай та ін. ; за ред. В. Д. Базилевича. – К. : Знання, 2004. – 1300 с.
8. Некипелов, А. Д. Становление и функционирование экономических институтов: от "робинзонады" до рыночной экономики, основанной на индивидуальном пр-ве [Текст] / А. Д. Некипелов – М. : Экономист, 2006. – 328 с.
9. Ходжсон, Дж. Экономическая теория и институты: манифест соврем. институцион. экон. теории [Текст] / Джеффри Ходжсон ; пер. с англ. М. Я. Каждана ; науч. ред. пер. В. И. Маевский. – М. : Дело : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2003. – 464 с. – (Современная институционально-экономическая теория).
10. Аузан, А. А. Институциональная экономика: новая иститутциональная экономическая теория [Текст] : учебник для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. / А. А. Аузан. (общ. ред.) ; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Экономический факультет; Национальный фонд подготовки кадров. – М. : Инфра-М, 2006. – 415 с. : рис., табл. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова).
11. Скоробогатов, А. Теория организации и модели неполных контрактов [Текст] / А. Скоробогатов // Вопросы экономики. – 2007. – № 12. – С. 71–95.
12. Милгром, П. О чем вам не расскажет продавец: игры убеждения и раскрытия информации [Текст] / П. Милгром // Вопросы экономики. – 2009. – № 3. – С. 94–109.
13. Блауг, М. Экономическая мысль в ретроспективе [Текст] : пер. с англ. / М. Блауг. – 4-е изд. – М. : Дело Лтд, 1994. – 688 с.
14. Jochimsen, R. Theorie der Infrastruktur [Text] / R. Jochimsen. – Tübingen, 1966. – 289 p.
15. Kim, Ch. W. Strategy, Value Innovation, and the Knowledge Economy [Text] / Ch. W. Kim, R. Mauborgne // Cusumano N. A., Markides C. C. Strategic Thinking for the Next Economy. San Francisco, 2001. – p. 197–228.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2015

© Шевчук О.В.

References

1. Keynes, D. M., & Vinogradova, Ye. V. (2007). *Obshchaia teoriia zaniatosti, protsenta i deneg*. Moskva: Eksmo.
2. Sakharov, A. A. (2002). Lichnoe potreblenie v sisteme ekonomicheskikh otnosheniy. *Aspirant i soiskatel*, 3, 48–55.
3. Bazilevich, V. D., Bazilevich, K., & Balastrik, L. (2008). *Makroekonomika. (4-th ed.)*. Kyiv: Znannia.
4. *Ofitsiyni sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy*. Available at <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Mankiv, H. N., & Panchyshyn, S. (2000). *Makroekonomika*. Kyiv: Osnovy.
6. Seligmen, S., & Rumiantseva, A. M. (1968). *Osnovnye techeniia sovremennoy ekonomicheskoy mysli*. Moskva: Progress.
7. Bazylevych, V. D., Hrazhevska N. I., & Haidai, N. I., (Eds.). (2004). *Istoriia ekonomichnykh uchen*. Kyiv: Znannia.
8. Nekipelov, A. D. (2006). *Stanovlenie i funktsionirovanie ekonomicheskikh institutov: ot "robinzonady" do rynochnoy ekonomiki, osnovannoy na individualnom pr-ve*. Moskva: Ekonomist.
9. Khodzhsn, D., Kazhdan, M. Ya., & Maevskiy, V. I. (Eds.). (2003). *Ekonomicheskaiia teoriia i instituty: manifest sovrem. institutsion. ekon. teorii*. Moskva: Delo: Akad. nar. khoz-va pri Pravitelstve Ros. Federatsii.
10. Auzan, A. A. (Eds.). (2006). *Institutsionalnaia ekonomika: novaia istitutsionalnaia ekonomicheskaiia teoriia*. Moskovskiy gos. un- t im. M. V. Lomonosova. Ekonomicheskii fakultet; Natsionalnyy fond podgotovki kadrov. Moskva: Infra-M.
11. Skorobogatov, A. (2007). Teoriia organizatsii i modeli nepolnykh kontraktov. *Voprosy ekonomiki*, 12, 71-95.
12. Milgrom, P. (2009). O chem vam ne rasskazhet prodavets: igry, ubezhdeniia i raskrytiia informatsii. *Voprosy ekonomiki*, 3, 94–109.
13. Blaug, M. (1994). *Ekonomicheskaiia mysl v retrospective. (4-th ed.)*. Moskva: Delo Ltd.
14. Jochimsen, R. (1966). *Theorie der Infrastruktur*. Tübingen.
15. Kim, Ch. W., Mauborgne, R., Cusumano, N. A., & Markides, C. C. (2001). Strategy, Value Innovation, and the Knowledge Economy. *Strategic Thinking for the Next Economy*, 197–228.

Received 14.03.2015

© Shevchuk O. V.