

## ОСОБЛИВОСТІ МОНОПОЛІЗАЦІЇ РИНКІВ У ПОСТІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Розкрито особливості сучасної монополізації глобальних та національних ринків. Охарактеризовані суперечності прояву конкуренції і монополії на сучасному етапі економічного розвитку.*

*The article exposes special features of monopolization at the global and national markets. Contradictions of competition and monopoly at the current stage of economic development are characterized.*

*Ключові слова: глобалізація, монополія, монополізація, конкуренція, концентрація.  
Keywords: globalization, monopoly, monopolization, competition, concentration.*

Визначальною рисою сучасного періоду економічного розвитку є глобалізація економіки, яка сприяє перегляду й уточненню положень економічної теорії щодо конкурентних ринків і конкуренції та послідуєчій зміни норм і сутності конкурентної політики в усіх країнах світу. Системоутворюючими факторами глобалізації є, у першу чергу, структурні зміни ринків. Динаміка структурних змін проявляється в: 1) укрупненні підприємств і концентрації ринків; 2) формуванні глобальних олігополій як найпоширеніших ринкових структур (починаючи з другої половини 90-х років ХХ ст. формуються «щільні» олігополії, особливо у високотехнологічних галузях, які значною мірою впливають на економічне зростання і конкурентоспроможність країн); 3) експансії транснаціональних корпорацій (ТНК) і перетворенні їх у багатонаціональні корпорації (МНК), тобто розмиванні національної приналежності ТНК [1]. Все це сприяє загостренню конкуренції на внутрішніх ринках країн між національними та іноземними компаніями, переможцями у якій, як правило, є останні. Суперечливі наслідки таких змін загострюють актуальність їх науково-теоретичного дослідження та емпіричної оцінки з метою розробки ефективних заходів конкурентної політики держави.

Аналіз проблем конкуренції і монополії поданий у працях багатьох представників різних шкіл та напрямів економічної науки, зокрема у дослідженнях А. Сміта, А. Курно, А. Маршалла, Т. Веблена, Й. Шумпетера, Е. Чемберліна, Дж. Робінсон, Ф. Хайека, В. Ойкена, Дж. Гелбрейта, Дж. М. Кларка, А. Пігу, Ф. Найта, А. Курно, М. Тугана-Барановського, Д. Піхна та інших. Серед публікацій сучасних економістів особливої уваги заслуговують праці С. Авдашевої, В.Базилевича, А.Ігнатюк, Н.Розанової, Г.Філюк, Н. Флігстіна та інших. Тим часом, на сучасному етапі співіснування монополії й конкуренції та становлення «змішаних» економічних систем з характерною для них динамічною рівновагою між елементами монополії й конкурентного ринку, ці питання залишаються малодослідженими.

Метою статті є розкриття особливостей сучасної монополізації ринків на глобальному рівні та в межах національних держав, а також суперечностей розвитку конкуренції і монополії на сучасному етапі економічного розвитку.

Викладення основного матеріалу почнемо з констатації того факту, що однією з особливостей сучасної монополізації економіки є її інтернаціональний, глобальний характер. Концентрація виробництва і капіталу на основі горизонтальної і вертикальної інтеграції досягла такого рівня, за кого в рамках світового господарства первинними економічними одиницями починають виступати транснаціональні виробничо-фінансові компанії. У рамках багатогалузевих транснаціональних концернів створюється своєрідний «управлінський холдинг», який передає господарське управління виробництвом, реалізацією продукції своїм підрозділам, філіям, посилюючи їх самостійність. Це підтверджується такими фактами: якщо після Другої світової війни ТНК створювали близько 100 іноземних філій за рік, то тепер – майже в 1000 разів більше [2, с. 85]. З 90-х рр. XX ст. відзначається істотне зростання кількості зарубіжних філій ТНК порівняно із зростанням чисельності самих ТНК: якщо у 1992 р. до складу однієї ТНК входило 5–6 філій, то у 2007 р. – 13–15 [3, с. 97, 4, с. 3]. За результатами Доповіді про інвестиції в 2010 р. у світі нараховувалося близько 87 тис. ТНК, які мають понад 807 тис. філій [5, с.223], з них 57% розташовані в Європі, 20% – в Азії і 8% – у Північній і Південній Америці.

Сьогодні ТНК контролюють понад 50% світового промислового виробництва, понад 60% світової зовнішньої торгівлі, майже 80% світових патентів і ліцензій на нову техніку тощо. Під контролем ТНК перебуває близько 90% ринку пшениці, кави, кукурудзи, лісоматеріалів, тютюну, джуту, залізної руди, 85% міді й бокситів, 80% чаю і олова, 75% бананів, натурального каучуку й сирої нафти [6].

При цьому 10 компаній у світі виробляють близько 80% автомобілів, 60% – продукції суднобудування, 80% – авіапрому. 4 гірничо-збагачувальні комбінати на ринку руди забезпечують 68% обсягу її продаж [7, с.29]. Три компанії займають 67,8% ринку автошин [8]. На сучасних електронних ринках також спостерігається наявність високої концентрації ринкових часток і невелика кількість продавців. Компанія «Amazon» через інтернет-магазин «KindleStore» контролює 61% завантажень цифрових книг на американському ринку, зі значним розривом випереджаючи компанію «Apple» та інших конкурентів [9].

Другою особливістю сучасної монополізації економіки є суперечливість процесу розвитку конкуренції. З одного боку, одні ТНК вступають у запеклу конкурентну боротьбу з іншими аналогічними структурами, а з другого – повсюдно спостерігається процес розширення і розвитку кооперації праці, зростання масштабів технологічно сумісного виробництва, розвитку сучасних комунікацій, створення стратегічних альянсів тощо.

Для ринків нового типу характерна поява горизонтальних мережних структур однотипних фірм, які конкурують у географічних межах. Відомий російський економіст Л.С. Бляхман у своїй новій книзі «Три кольори економічного часу: досягнення та проблеми російської економіки» відзначає: «Переваги глобалізації – перехід від торгівлі до міжнародної кооперації, тобто спільної розробки, виробництва і збуту продукції – реалізує аутсорсинг – спеціалізація фірми на ключовій компетенції,

передача неключових виробничих і управлінських функцій дочірнім, залежним і незалежним компаніям. Нові інформаційні технології використовує бенчмаркінг – моніторинг конкурентоспроможності потенційних постачальників (для вибору партнерів по аутсорсінгу) і конкурентів (для вибору конкурентної стратегії)... Конкуренцію і співробітництво об'єднує стратегічний альянс – спільна підготовка та реалізація інноваційно-інвестиційного проекту без створення постійних управлінських служб і обмеження конкурентної самостійності» [10].

Емпіричний аналіз засвідчує, що стратегічні альянси як форма співробітництва між різними компаніями стали активно розвиватися в 90-і рр. ХХ ст. Кількість стратегічних альянсів, які щорічно формуються, лише за одне десятиліття зросла більш, ніж у 4 рази – з 834 у 1989 р. до 4351 у 2000 р. [11]. Наприклад, у Японії більшість фірм об'єднують власні зусилля у дослідницьких асоціаціях. Стратегія зосередження на невеликих ринках і співробітництво з західноєвропейськими й американськими партнерами дозволяють їм використовувати світові наукові досягнення і більш ефективно визначати шляхи подальших розробок і розвитку бізнесу з наступним проривом на світовий ринок. Зі свого боку, західноєвропейські та американські фірми у процесі співробітництва з японськими венчурними підприємствами одержують можливість виходу на важкодоступний ринок Японії.

Таке співробітництво господарюючих суб'єктів, з одного боку, приводить до істотних позитивних результатів:

1) зниження ступеня ризику за рахунок диверсифікованості продукції, розосередження та скорочення постійних витрат, прискорення періоду освоєння й окупності продукту;

2) зменшення середніх витрат у результаті збільшення загального обсягу виробництва за рахунок використання переваг кожного партнера;

3) обміну взаємодоповнюючими технологіями та інформацією для оптимізації інноваційно-виробничого процесу;

4) використання «ноу-хау» фірм-учасниць з інших країн веде до скорочення витрат на створення глобальної організації шляхом економії часу та інших ресурсів [12];

5) підвищення корпоративної культури; до оптимізації й мобілізації інноваційних потенціалів різних країн для рішення найгостріших міжнародних проблем (екологічних, охорона здоров'я) тощо.

Однак, з іншого боку, існує ймовірність, що таке співробітництво може призводити й до блокування конкуренції на основі укладання, так званих, оборонних угод з реальними й потенційними конкурентами, а також наступальних угод, спрямованих на підвищення витрат конкурента або зменшення його частки на ринку.

Необхідно відмітити також, що сучасна монополізація нерідко має латентний (прихований) характер. Концентрація транснаціонального капіталу супроводжується його функціонально-організаційною децентралізацією. Йдеться про введення до сфери залежності від гігантських монопольних об'єднань формально самостійних середніх і малих підприємств через систему субконтрактів. Ці процеси глибоко і всебічно аналізує

Ф.Фукуяма у книзі «Великий розрив» [13]. Вчений доводить, що в умовах різкого зростання інформаційних потоків класична централізована корпорація почала втрачати свою спроможність адекватно нагромаджувати й обробляти необхідні інформаційні ресурси, оперативно реагувати на них. У цій ситуації окреслилася тенденція передачі влади та відповідальності малим та середнім підприємствам.

Дійсно, на сучасному етапі ТНК використовують малі фірми як субпідрядних постачальників, обслуговуючих агентств, дилерських фірм, які нерідко є елементами обширних мереж з гнучкою конфігурацією, що змінюється для обоюдної вигоди як самих корпорацій, так і великої кількості малих та середніх підприємств, які її супроводжують. У цьому випадку виникає ситуація домінування – велике підприємство займає домінуюче становище у ділових операціях, будучи головним замовником. Формується модель мережевої організації, яка, агрегуючи субпідрядні відносини домінуючої фірми і горизонтальної мережі дрібних і середніх фірм, являє собою щось середнє між ієрархічною структурою і горизонтальною дезінтеграцією.

Суперечності розвитку конкуренції і монополії на сучасному етапі економічного розвитку є наслідком зниження конкурентоспроможності малого бізнесу у переважній більшості галузей економіки, що, в свою чергу зумовлене багатьма причинами.

По-перше, значна частина малого бізнесу де-факто (а не де-юре) є частиною великого бізнесу, вмонтована в нього, тобто працює не на ринок, а виконує замовлення великих компаній. Сьогодні, мале підприємство уже розглядається не як предтеча великого бізнесу, а як похідна від нього. Наприклад, у Японії кожна величезна корпорація оточена мережею дрібних фірм, переважно сімейного типу, які постачають їм деталі, що вимагають скрупульозної ручної праці [14, с. 70]. Таким чином, малі підприємства виступають представниками величезних компаній, збуваючи їх продукцію, а великий капітал, у свою чергу, може бути з технологічних причин розпилений на сотні дрібних фірм. Так, мережа «McDonald's Corporation» складається із 23 тисяч територіальних підрозділів у 111 країнах світу. Це дає підстави для висновку, що офіційна статистика перебільшує вклад малого бізнесу у створення ВВП, оскільки включає в нього і великий капітал, представлений його юридично самостійними малими структурами, які працюють на нього за замовленням.

По-друге, частина малого бізнесу, яка працює на ринок, не може забезпечити власне відтворення без постійної, передусім, державної підтримки, а тому дорого обходиться суспільству.

По-третє, на малих і середніх підприємствах продуктивність праці є значно нижчою, витрати виробництва відповідно вищими, ніж на великих. Так, у 1995 році в Японії частка зайнятих у малому бізнесі становила 78%, а його частка у ВВП – лише 53% [15, с. 34], тобто продуктивність праці на малих підприємствах була майже на третину нижчою, ніж в середньому по економіці. Це зумовлено: 1) можливістю використання на великих підприємствах передових технологій, розвитку комунікацій, що сприяє збільшенню ефекту на масштабах виробництва, 2) значно вищим коефіцієнтом використання виробничих потужностей. Наприклад, наприкінці ХХ ст. у

нафтохімічній галузі у РФ коефіцієнт використання виробничих потужностей на великих підприємствах становив 70,7%, а на малих – 20,3% [16, с.153]. Динамічний розвиток науково-технологічного прогресу спричиняє збільшення ефекту масштабу, що стимулює подальшу вертикальну та горизонтальну інтеграцію виробництва. Перешкоджання цьому процесу через антимонопольне законодавство означало б стримування економічного зростання, а відповідно зниження витрат виробництва.

По-четверте, малий бізнес, це, як правило, дрібнотоварне виробництво, а в галузевому аспекті – торгівля і громадське харчування, сільське господарство, сфера послуг тощо.

Разом з тим, ми схилиємося до думки, що тенденція збереження конкуренції частково пов'язана з малим бізнесом у тому сенсі, що його поступове відмирання матиме тривалий характер через нерівномірність витіснення ручної праці, збереження дрібносерійності, використання малої механізації.

Особливістю сучасного періоду є також те, що конкуренція дедалі більше реалізується не як боротьба за частку ринку, а через взаємодію і спільне створення унікальної цінності для споживача і компаній, формування нових ринків. Змінюється форма конкуренції – перехід від класичного олігопольного протистояння окремих господарюючих суб'єктів в рамках однієї галузі до міжгалузевої конкуренції багаторівневих систем економічних агентів, які формуються величезними компаніями – лідерами ринку. На нашу думку, зміна характеру і форми конкуренції в умовах глобалізації ускладнює процес контролю за процесом ринкової концентрації та поведінки господарюючих суб'єктів. Тому в аспекті антимонопольного контролю таких господарюючих суб'єктів необхідно їх виділяти в окремий об'єкт статистичного обліку.

Ще однією особливістю і, очевидно, причиною сучасної монополізації є те, що ринкова конкуренція змінюється плановими нормативами [17, с. 26]. Для чистої монополії такими нормативами є нормативи, встановлені державою, для олігополії – це нормативи угод і державні, для галузевих угод величезних виробників – встановлені ними норми корпоративної етики, всередині корпорацій – трансфертні ціни як нормативи, для монополії диференційованого продукту – плаваючі нормативи. Як зазначає відомий зарубіжний дослідник Ж. Бодіяр, система моделей і постановок віднині превалює в самому серці системи над традиційною системою конкуренції [18].

Підкреслимо, що для нормальної роботи ринок потребує встановлення узгодженого порядку, який не обмежується сукупністю формальних законів. Саме цей порядок стабілізує ринок і стає умовою підтримки конкурентного середовища на тривалу перспективу. Економісти-соціологи М. Аболафія та Н. Біггарт наголошують, що «довгострокові учасники ринку розробляють засоби його підтримки й приходять до згоди з приводу цих засобів». Тут спостерігається очевидний парадокс: для того, щоб підтримати своє суперництво, конкуренти ведуть співробітництво щодо фундаментальних правил гри» [19, с. 221]. Крім того, в сучасних умовах посилюється роль таких форм співпраці між компаніями-монополістами як організація спільних підприємств, обмін патентами, науково-технічною інформацією тощо.

В умовах зростаючої значимості нематеріальних активів у постіндустріальній економіці, ці ресурси постійно нарощуються і є основною компонентою створення цінності для споживача. Конкуренція здійснюється за лідерство щодо створення більшої цінності для споживача у рамках гнучких, багаторівневих бізнес-систем, формування та ефективне функціонування яких є необхідною умовою успішного створення і нарощування унікальної цінності, реалізованої через досягнення тимчасової монополійної переваги. Конкурентний процес розглядається не як перерозподіл багатства, а як його створення шляхом збільшення цінності.

Особливістю сучасної монополізації економіки є посилення централізації капіталу та перерозподілу власності. Це посилює монополізацію власності, сприяє її залученню до розвитку продуктивних сил, тобто до структурних змін в економіці. Характерно, що такі процеси відбуваються на міжгалузевому рівні. Процес укрупнення капіталу особливо інтенсифікується в період економічної кризи. Ця досить суперечлива, на перший погляд, тенденція дістала відчутні імпульси у 2009р. Інтенсифікація процесу централізації капіталу в період світової фінансової кризи 2008–2009 рр. та після кризи – ще одне підтвердження принципової значимості зазначеного процесу [20, с. 542].

Ще одна особливість сучасної монополії впливає із ключової особливості нової економіки – непрозорості, асиметрії інформації про якість товарів, що виникає через їх безмежну кількість і складність. Звідси – асиметрія в інформованості виробників і споживачів і супутні їй перекоси ринку, коли покупець вводиться в оману. Як показав Дж. Акерлоф, нездатність споживача оцінити якість продукту запускає тенденцію відбору, який погіршується, у результаті чого гірші за якістю товари і послуги витісняють високоякісні. Такі ж зміни сьогодні проявляються і в способі конкуренції на ринку – фірми всіма силами прагнуть індивідуалізувати товар, перетворитися в монополістів у сегменті конкретного різновиду продукту (відмінності при цьому часом зводяться до іншої етикетки й ціни). Подібне «дистанціювання кожного від усіх» дозволяє не конкурувати в рамках єдиного масового «турніру», а панувати у вибраних нішах – так ринок поступово переходить у стан монополістичної конкуренції, описаної Е. Чемберліном, а відтак – до олігополії, і монополії.

Згідно з поглядами політико-культурного підходу в економічній соціології [21], на сучасному етапі ринкові правила не можуть існувати лише як абстрактні приписи, вони мають наповнюватися певним змістом. Боротьба за те, щоб формувати значення цих правил (наприклад, що є «сумлінною», а що – «несумлінною» конкуренцією) постійно супроводжує конкуренцію. Найчастіше в цій боротьбі закономірно перемагають провідні учасники ринку – найбільші, найінноваційніші, які володіють кращими соціальними навичками. Основна ж маса гравців підлаштовується під лідерів, дії яких відіграють ключову роль, стаючи об'єктами наслідування й відправною точкою для мінливої інтерпретації [22, с. 122].

Підприємства – монополісти на сучасному етапі прагнуть зберегти існуючу ієрархію, поліпшити свої позиції на ринку й захистити їх від конкурентів і новачків. Але через свої лідируючі позиції вони змушені перейматися інтересами всього ринку. Їх

завдання полягає не в придушенні менш впливових гравців та усуненні їх з ринку, а в стабілізації ринку, що дозволяє їм виживати та розвиватися у відносно довгостроковій перспективі, у тому числі усуваючи форми хижацької конкуренції. На думку одного з найяскравіших представників цього напрямку Н. Флігстіна, стабільний ринок – це ринок, на якому ідентичність і статусна ієрархія фірм (домінуючих і претендентів) добре відомі, а концепція контролю, спрямована на дії акторів, які управляють цими фірмами, розподіляється між усіма учасниками» [21, с.196].

Аналізуючи сучасні особливості та тенденції монополізації, необхідно підкреслити, що процес посилення монополізації і водночас розвитку конкуренції активізується не тільки у промисловості, але й у роздрібному товарообігу, сфері послуг, сільському господарстві. Крім того, він розвивається під дією активного поширення інформаційних продуктів та їх глобалізації, посилення мобільності капіталу, появи цифрового простору як єдиної комунікаційної мережі.

Традиційна економічна теорія ґрунтується на дії закону спадної доходності, на основі якого пояснюється і досліджується багато понять і процесів в економічній науці. Але багато інформаційних продуктів не підкоряються дії цього закону, або, принаймні, ілюструють зростаючу доходність у довгостроковому періоді. Інформація відрізняється високими постійними затратами і низькими змінними. Відповідно, галузі, зайняті виробництвом інформаційного продукту, отримують величезні можливості для експлуатації ефекту масштабу. Як відомо, феномен зростаючої доходності аналізувався економістами й раніше. Англійський економіст А.Маршалл досліджував його у 1890 р. у тих галузях, де виникав ефект економії на масштабі виробництва: залізниці, газова промисловість, електроенергія [13, с. 874]. Особливість інформаційних продуктів полягає у тому, що зростаюча доходність проявляється в таких випадках більш інтенсивно і явно по причині структури витрат, пов'язаних з їх виробництвом.

У випадку інформаційних продуктів ефект масштабу може проявлятися не тільки традиційно, тобто з боку пропозиції, але й з боку попиту, в результаті чого виникають так звані «мережеві зовнішні ефекти». Корисність збільшується по мірі збільшення кількості споживачів. Корисність продуктів «Microsoft» зумовлена власне тим, що ця оболонка використовується великою кількістю споживачів, відбувається стандартизація продукту на ринку.

Щоправда, існують різні погляди на ефективність таких монополій. Окремі економісти вважають, що монополні тенденції на ринку інформаційних продуктів проявляються інакше, ніж в умовах традиційної економіки. На відміну від класичних монополістів, які завищують ціну і занижують обсяги виробництва порівняно з конкурентним рівнем, на такому ринку монополії збільшують обсяги виробництва та істотно знижують ціни. Американський економіст П. Ромер навпаки, вважає, що монополії в умовах інформаційних технологій відіграють негативну роль з огляду на те, що їм стає вигідніше перешкоджати інноваційному процесу, щоб зберегти власне монополічне становище [25].

У зв'язку з цим, науковці підкреслюють, що, починаючи з 80-х років ХХ ст., спостерігається поступове зростання ступеня монополізації технологічного ринку: до 90% нових технологій спрямовуються внутрішніми корпоративними каналами. Такий внутрішній трансфер дає можливість максимізувати прибуток ТНК, зберігати їх технологічне лідерство. «Переваги конкуренції і міжнародного поділу праці у високотехнологічних галузях промисловості сьогодні не стільки невидима рука ринку, скільки конкуренція між олігополіями і стратегічна взаємодія між фірмами і урядом» [14, с. 70]. З огляду на це, думки економістів розходяться: дехто вважає, що наяву тенденція до згасання конкуренції, скорочення її масштабів, інші наголошують лише на зміні її характеру.

Це далеко не повний перелік тенденцій і особливостей взаємодії конкурентно-монопольних тенденцій на сучасному етапі. Однак з упевненістю можна сказати, що ці особливості і тенденції здійснюють безпосередній вплив на існуючі стереотипи антимонопольної політики. Сучасна концепція антимонопольної політики має стати адекватною відповіддю на «глобальні» виклики, з огляду на що її практична реалізація вимагає модернізації механізмів впровадження. Це і має стати темою подальших наукових досліджень.

### Література

1. Лукашенко О.А. Влияние глобализации на формирование новых подходов к реализации антимонопольной политики // О.А. Лукашенко / Научный вестник УрАГС/ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/164/010.pdf>
2. Зянько В. Глобалізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив [Текст] / Зянько В. // Економіка України. – 2006. – № 2. – С. 84–89.
3. Аванесова І. Б. Інвестиційні стратегії ТНК в умовах глобалізації [Текст] / Аванесова І. Б. // Економічний простір. – 2009. – №23/1 – С. 93–100;
4. Хусаинов Б. Д., Наметша А. С., Сабыров А. С. Транснациональные корпорации в глобальной экономике: тенденции развития / Б. Д. Хусаинов, А. С. Наметша, А. С. Сабыров / [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <http://www.kisi.kz/img/docs/1289.pdf>
5. World Investment Report 2010: Transnational Corporations, Agricultural Production and Development [Text] / II United Nations Conference on Trade and Development. – NY, Geneva: UNCTD, 2010. – XXXII – 290 p.
6. Михнёва С.Г., Ровеская Т.В., Питайкина И.А. Экономическая природа современной крупной фирмы: опыт Запада / С.Г.Михнёва, Т.В. Ровеская, И.А. Питайкина // Экономические науки. – 2009. – №12. – С. 100.
7. Мусатова М.М., Цимдина З.Р. Слияния и поглощения в черной металлургии (1999–2004) // ЭКО. – 2004. – №11. – С. 17–40.
8. Тимофеев А. Вариант модельного анализа конкурентоспособности предприятий промышленной отрасли / А. Тимофеев // Российский экономический журнал. – 2007. – №7-8. – С. 91.
9. Новости ИТ-бизнеса для профессионалов // Информационно-деловой канал @ASTERA. – [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.astera.ru>



10. Бляхман Л.С. Три цвета экономического времени: свершения и проблемы российской экономики / Л.С. Бляхман – [Текст] – СПб.: ИПЦ СПГУТД, 2011. — 245 с.
11. Труфкин А.С. Особенности стратегических альянсов транснациональных корпораций на современном этапе // Вестник МГУ. Серия Экономика./ А.С. Труфкин – 2010. – №2. – С. 13.
12. Куприянов С.В. Инновационная компонента сотрудничества промышленных предприятий в условиях глобализации: монография / С.В. Куприянов, Г.П. Гриненко, И.А. Слабинская. [Текст] – Белгород: изд-во БГТУ. – 2006. –140 с.
13. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма – [Электронный ресурс]. // Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/fuku/07.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/fuku/07.php)
14. Горькова Т., Шаповалов Г. Стратегия конкурентной борьбы в предпринимательстве // Экономист. – 1999. – №6. – С. 70.
15. Конкуренция и антимонопольное регулирование / Под ред. Цыганова А.Г. – М.: Логос, 1999. – 221 с.
16. Авдашева С., Розанова Н. Подходы к классификации рыночных структур в экономике России // Вопросы экономики. – 1997. – №6. – С. 138 – 154.
17. Ставинский И. Капитализм сегодня и капитализм завтра. – М.: УРСС, 1997. – 160 с.
18. Бодийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 146 с.
19. Abolafia M., Biggart N.W. Competition and Markets: An Institutional Perspective, in: Etzioni A., Lawrence P.P. (eds.). Socio-Economics: Toward a New Synthesis. Armonk. – N.Y.: M.E.Sharpe. – 1991. – P. 221.
20. Гальчинський А.С. Економічна методологія. Логіка оновлення: Курс лекцій. / А.С.Гальчинський – [Текст] – К.: Вид-во «АДЕФ–Україна». – 2010. – 572с.
21. Флигстин Н. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам / Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004. С. 185–210 (см. также: Экономическая социология. Том 4. – № 1. – 2003. – С. 45–63 (<http://www.ecsoc.msses.ru/Transl.php>)).
22. Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. – Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и науч. ред. В. В. Радаев. М.: РОСПЭН, 2002. – 280 с.
23. Marshall A. Industry & trade; a study of industrial technique and business organization, and of their influences on the conditions of various classes and nations. – 4th ed. – New York. – 1970. – 874 p.
24. Стрелец И.А. Новая экономика: гипотеза или реальность? / И.А. Стрелец // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – №2. – С.16-23.
25. Romer P. Endogenous technological change // Journal of Political Economy. – 1990. – No.5. – P. 71-102/