

Отримання оптимальних значень модельованих показників-індикаторів економічної безпеки України.

Правильний та коректний відбір і аналіз вказаних показників створює об'єктивні передумови для виявлення негативних процесів в економіці та забезпечення можливості прийняття своєчасних та достовірних рішень для реалізації оперативних за часом та локалізованих за місцем впливу на економіку коректувань її поведінки безпосередньо в процесі її функціонування.

Таблиця 1. Оптимальні значення показників-індикаторів системи економічної безпеки України

Показник	Значення
Y	5,3158
I_{man}	87,7392
I	43,3333
E_R	23,3333
U	5,1579
Def_b	4,8684
D	0,0000
M_Y	100,0000

Продовження табл. 1

Показник	Значення
Deb_f	0,0000
Inf	5,0000
Dep_A	12,9578
E_s	33,3333
Emp_R	0,0001
F_{im}	0,0001
L_{aver}	70,0000
P	0,0001
Цільова функція	749,6579

1. Бусленко Н.П. Моделирование сложных систем. – М., 1968. – с.28.
2. Математика и кибернетика в экономике. Словарь-справочник. Изд. 2-ое, перераб. и доп. – М.: Экономика, 1975. – с. 600.
3. Словарь по кибернетике: Св. 2000 ст. / Под ред. В.С. Михалевича. – К.: Гл. ред. УСЭ им. М.П. Бажана, 1989. – с.684.
4. Королев О.А. Проблемы конструирования и использования макроэкономических эконометрических моделей переходной экономики (на примере Украины). – К.: ООО "Международное финансовое агентство", 1997. – с. 118.
5. Глазьев С. Основа обеспечения экономической безопасности – альтернативный реформационный курс // Российский экономический журнал, 1997. – №1-2. – с. 3-19.
6. Концепція економічної безпеки України / Ін-т екон. прогнозування, кер. проекту В. М. Геєць. – К.: Логос, 1999. – 56 с.
7. Мунтіян В. І. Економічна безпека України. – К.: КВІЦ, 1999. – с. 44-45.

Надійшла до редколегії 10.11.07

Г. Филук, канд. екон. наук, доц.

МОНОПОЛЬНА ВЛАДА: ПРИРОДА ТА ФОРМИ ПРОЯВУ

У статті досліджено сутність монопольної влади в економічній системі, визначено чинники, які впливають на ступінь монопольної влади фірм; проаналізовано форми прояву монопольної влади.

The article deals with the essence of monopoly power in economic system, the factors that influence on the level of monopoly power of firms are defined, the forms of monopoly power are analysed.

Постановка проблеми. У сучасній економіці України значна роль належить великим підприємствам слабоконкурентних галузей. Внаслідок того, що такі суб'єкти володіють значною фінансовою і ринковою владою, вони мають реальні можливості диктувати власні "правила гри" на ринку, реалізовувати свою монопольну владу шляхом відповідної цінової політики (встановлення монопольно високих і дискримінаційних цін) та інших зловживань своїм становищем. Очевидно це порушує права не тільки споживачів їхньої продукції, але й інших контрагентів і завдає шкоди економіці в цілому.

Насущність вирішення цих завдань обумовлює актуальність глибокого вивчення як теоретичних, так і практичних питань, пов'язаних з монопольною владою, з метою захисту інтересів суспільства від свавілля монополій та створення умов для ефективного функціонування економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Систематичне пояснення феномена влади в економічному житті знаходимо в роботах В. Ойкена, Ф. Перру, Дж. Гелбрейта, Я. Таката, Е. Тоффлера, М. Олсона та інших; ринкової влади Е. Лернера, К. Ротшильда, А. Папандреу, Дж. Бейна, Ф. Шерера і Д. Росса та інших.

Слід відмітити, влада виступає однією із центральних проблем у філософських, соціальних та політичних науках, і значна увага тут приділяється питанням володіння, підтримки та реалізації влади. На жаль, влада так і не стала одним із основних об'єктів аналізу для наук економічних. Проблема влади до цих пір залишається на периферії економічних досліджень, особливо вітчизняних.

Отже, що таке "влада"? в чому полягає сутність монопольної (ринкової) влади? яка її роль у формуванні та розвитку економічної дійсності? Саме це і визначає мету і завдання даної статті.

Виклад основного матеріалу. Влада, без сумніву, є фактом повсякденного економічного життя і її роль недооцінювати не варто. У найзагальнішому розумінні влада являє собою певний аспект у відносинах між людьми, який полягає у здатності "однієї людини чи цілої групи нав'язувати свої цілі іншим" [1, с. 126]. Її можна також трактувати як право і можливість розпоряджатися, які визначаються сукупністю повноважень. Повноваження за допомогою правових норм забезпечують організацію узгодженої діяльності людей і організацій [2, с. 135].

Характеризуючи значення влади у суспільстві, Б. Расселл відзначав, що влада є фундаментальним поняттям в економічних науках в такому розумінні, в якому енергія є фундаментальним поняттям фізики [3, с. 9]. Інший американський економіст і соціолог, прибічник концепції "постіндустріального суспільства", А. Тоффлер вважав владу неминучою частиною процесу виробництва, яка у бізнесі набуває дедалі більшого значення і поряд із вартістю ресурсів та нових технологій впливає на рівень доходу підприємця. На думку вченого, "це – істина для всіх економічних систем, капіталістичних, соціалістичних і взагалі будь-яких" [4, с. 53]. Цілком логічно, що таким же безспірним фактом господарського життя виступає і той вплив, який влада здійснює на економічну поведінку людей, її зміст і результати.

Незважаючи на незадовільне відображення проблеми влади в економічній теорії, значення цього фактора в господарському житті є надзвичайно великим. Така суперечність підштовхує економістів до висновку про необхідність створення теорії економічної влади. "Нам зараз необхідна теорія, в центрі уваги якої була би влада, що ґрунтується на примусі, а також ті вигоди, які вона приносить; теорія, яка пояснює поведінські мотиви до набуття влади, яка ґрунтується на примусі, і стимулюючі мотиви, які стоять перед тими, хто нею володіє" – писав американський економіст М. Олсон [5, с. 54].

Ринкова влада фірми є багатостороннім, складним явищем, яке вимагає детального вивчення й оцінки, і в економічній теорії існує суперечливе ставлення до цієї проблеми. Так, представники марксистської школи, традиційного інституціоналізму, німецького ортолібералізму, французької соціально-інституціональної теорії, теорії організації ринків тощо включають владу у предмет економічного аналізу і розглядають її як фактор, який здійснює вагомий вплив на господарське життя суспільства. Представники ж неоавстрійської школи, нової інституціональної економічної теорії та ін. відкидають необхідність включення проблеми влади у економічний аналіз. З огляду на існуючі суперечності в дослідженні феномена економічної влади ще багато білих плям, пов'язаних як з недостатньою розробленістю самого поняття, так і з формами її прояву, джерелами виникнення, методами оцінки. Саме невизначеність категорії економічної влади, на думку О. Уільямсона, і стала причиною її виключення з економічного аналізу. "Основна проблема концепції влади полягає в тому, що вона настільки нечітко визначена, що саме поняття економічної влади насправді застосовується для пояснення практично всього, що відбувається навколо...". Вчений робить висновок, що для правильної оцінки економічної влади необхідні вагомі зусилля щодо операціоналізації цього поняття [6, с. 380].

В рамках неокласичної економічної теорії була сформульована теорія загальної економічної рівноваги, яка розглядалась як "природний стан економічного життя суспільства". Загальна економічна рівновага в моделі одного із основоположників математичної школи, фундатора маржиналізму Л. Вальраса передбачає рівність економічних агентів і відповідно відсутність соціальних обмежень для вільного вибору і для добровільності трансакцій між ними. В даній моделі перешкоди для вільного обміну у вигляді примусу відсутні. За визначенням П. Бардхана, "в ортодоксальній неокласичній теорії стандартна передумова полягає в тому, що обидві сторони, які добровільно вступають у взаємодію, не використовують владу" [7, с. 266]. Влада, яка породжує нерівність і примус, розглядається як відхилення від нормального стану, явище викликане силами зовнішніми стосовно економічного життя.

Обмежений, поверхневий аналіз ринкової влади є характерним і для нової інституціональної економічної теорії. Її представники вважали, що влада може виникати, але лише в так званих "нішах" – таких як специфічність ресурсів, природна асиметрія інформації, неповнота контрактів. Такий підхід виглядає цілком природно, оскільки в рамках цієї теорії аналіз ринкової влади вступає в суперечність з гіпотезою про те, що інституційні угоди являють собою Парето-ефективний результат вільних добровільних взаємодій [8, с. 574]. Очевидно там, де йдеться про добровільні угоди, не може бути місця для монопольної влади.

Проблематика монопольної влади фірми займає одне із ключових положень в теорії організації ринків. Тут всі досліджувані питання так чи інакше пов'язані із проблемою ринкової влади. Це зумовлено тим, що функціонування ринкових структур має відомі обмеження, такі як брак інформації, ефект масштабу, диференціація, наявність чи відсутність субститутів, обмеженість пропозиції, зовнішні ефекти та велика кількість інших факторів, які обмежують дію конкуренції. Всі ці фактори несуть в собі передумови для появи на галузевому ринку фірм, які володіють ринковою владою. Нерівність у відносинах між агентами, які здійснюють трансакції, породжує владу, де одна сторона виступає в якості суб'єкта, інша – в якості об'єкта влади. Економічні агенти

– суб'єкти влади, з метою максимізації прибутку будуть використовувати свої переваги, підпорядковуючи й обмежуючи поведінку об'єктів влади.

Американський економіст, професор економіки Масачусетського університету Р. Шмалензі зазначає: "Монопольна влада як у короткостроковому, так і у довгостроковому періоді, являє собою неперервні змінні, в тому розумінні, що вони можуть охоплювати досить широкий спектр значень. Питання монопольної влади, які зазвичай дуже цікавлять економістів, стосуються її джерел та значення, а не самого факту її існування. Натомість суди часто схильні розглядати існування й величину монопольної влади як рівноцінні чинники" [9, с. 1009]. Таким чином, вчений вказав на відмінність між економічним та законодавчим підходами до визначення монопольної влади.

Американські дослідники Шерер Ф. і Росс Д. розглядають монопольну владу фірми як можливість впливати на ціну продукції. Ступінь монопольної влади, на їхню думку, визначається різницею між ціною продукту та граничними витратами його виробництва, і чим більшою є ця різниця, тим більшою монопольною владою володіє компанія. Очевидно дослідження Шерера Ф. і Росса Д. спираються на багатий досвід функціонування американських антимонопольних структур, що і визначило специфіку підходу авторів, а також їх сконцентрованість саме на проблемі монопольної влади. Необхідно також додати, що їх бачення монопольної влади співпадає з тим, яке у 1934 р. було запропоноване класиком теорії монополії і монопольної влади, дослідником моделей конкурентного соціалізму, американським економістом А. Лернером. Вчений розглядав високий прибуток фірми як ознаку монопольної влади. Ф. Шерер і Д. Росс підкріплюють ідею А. Лернера фактологічним матеріалом та різними моделями.

Схоже до наведеного вище визначення монопольної влади знаходимо і в працях українських економістів. Так, професор Базилевич В.Д., в контексті аналізу тенденцій та суперечностей формування конкурентного середовища в транзитивній економіці, також порушує питання ринкової влади. Він вважає, що ринкову владу можна визначити як здатність фірми збільшувати прибуток, зменшуючи обсяг реалізації товарів і підвищуючи вартість продукту [10, с. 25]. Як бачимо, вчений акцентує увагу на двох аспектах ринкової влади – здатності впливу на цінову і збутову політику на ринку. Між тим, можливості підприємця, який володіє ринковою владою, як буде показано нижче, є значно ширшими.

Дещо по-іншому трактують монопольну владу американські дослідники, прибічники теорії організації промисловості Д. Хей і Д. Морріс [11]. Вони поділяють фірми на фірми-актанти і пасивні фірми. При цьому пасивна поведінка полягає у прагненні максимізувати досягнення цілей в рамках певних обмежень, тобто фірма пасивно приймає на себе обмеження по витратах і попиту і намагається на цій основі максимізувати прибуток. Активна поведінка передбачає прагнення модифікувати обмеження, таким чином, забезпечуючи найкраще досягнення поставлених цілей. Д. Хей і Д. Морріс вважають, що монопольною владою володіють тільки активні фірми. Особливу увагу автори приділяють проблемі здобуття ринкової влади, підтримці та реалізації домінування. Не вдаючись в детальні пояснення, зазначимо тільки, що фірма здатна здобути ринкову владу шляхом: злиттів і поглинання будь-якого роду; домовленості з іншими конкурентами про розподіл сфер діяльності; створення монополій, наприклад, у регульованій галузі; зрештою, перемоги у конкурентній боротьбі тощо.

Дуже важливим уявляється аналіз ринкової влади з позицій кількості учасників ринку. Поєднання різної кількості продавців і споживачів тих чи інших товарів визначають різноманітність ринкових структур (монополії, монополістичної конкуренції, олігополії), а отже різну можливість впливати на загальний стан ринку.

Дійсно, можливість суб'єкта господарювання, який володіє ринковою владою, впливати на ситуацію на ринку, обмежена. "В реальному житті монополія – це завжди питання міри...", так писали американські економісти С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензі. Продавець володіє монополією владою (чи владою над ринком), якщо він може підвищувати ціну на свою продукцію шляхом обмеження свого власного обсягу випуску. Між тим, учені зазначають, що навіть маленькі бакалійні магазинчики у величезних містах (які функціонують в умовах монополістичної конкуренції) мають певний контроль над цінами, які вони призначають. Різниця між такими фірмами, і, наприклад, міжнародною алмазною монополією "Де Бірс" полягає в ступені їх влади над ринком: "Де Бірс" володіє більшим контролем над ціною своєї продукції [12]. Таким чином, учені підкреслюють, що ринкова влада суб'єкта господарювання є тим більшою, чим більшою часткою він володіє на ринку. Крім того, вони вказують на розбіжності, які виникають у масштабах контролю, між "малими" і "великими" монополіями.

А тепер розглянемо ситуацію олігополії. Малочисельність виробників чи продавців будь якого товару звісно забезпечує кожному з них лише певний ступінь ринкової влади над ціною власної продукції та умовами її реалізації. Однак, маючи певну економічну силу, гравці на олігопольному ринку, якщо вони функціонують незалежно один від одного, позбавлені можливості диктувати власні "правила гри", оскільки їхні дії неодмінно викликають реакцію суперників. Як уже зазначалося, економічна сила перетворюється в монополію влади фірми, коли у неї з'являється можливість самостійного призначення ціни, нав'язування своїх умов контрагентам, можливість підпорядкування навколишнього середовища власним інтересам.

Між тим, на олігопольному ринку може мати місце ситуація колективного домінування, яке проявляється через узгодженість дій олігопольних фірм. Усвідомлюючи свою взаємозумовленість, підприємства-олігополісти об'єктивно мають як стимули, так і здатність узгоджувати свої дії у процесі прийняття господарських рішень, вступати в монополію домовленість відносно єдиної ринкової політики. Саме колективне домінування, "групова монополія", яка виникає в такому разі, забезпечує групі цих підприємств сильну монополію влади.

Однак, треба мати на увазі, що навіть при частці, яка наближається до 100 відсотків, фірма може бути позбавлена можливості реалізувати свою монополію влади внаслідок короткостроковості цієї ситуації або ж тиску потенційної конкуренції.

На основі дослідження значної кількості праць з цієї проблеми та практики господарювання можна зробити висновок, що ступінь ринкової влади залежить від наступних чинників:

- рівня концентрації ринку. Очевидно, така залежність є зворотною: чим більша кількість підприємств на певному ринку конкурують між собою, тобто чим менша концентрація ринку, тим меншою буде ринкова влада окремого з них;

- ринкової частки кожного із конкурентів. Звісно, що за інших рівних умов, чим меншою є диференціація часток окремих фірм в межах одного ринку, тим меншою буде ринкова влада кожного з них. Якщо ж одна фірма

володіє значною порівняно з конкурентами ринковою часткою, то очевидно її ринкова влада буде більшою;

- кількості споживачів: чим більшою є частка споживачів, які віддають перевагу торговій марці окремої фірми, тим нижчою буде еластичність попиту на її продукцію і, відповідно, більшою буде ринкова влада. Таким чином, має місце певний парадокс: самі споживачі опосередковано сприяють зростанню ринкової влади свого продавця;

- організованості продавців та покупців, їхньої спроможності домовлятися і разом протидіяти контрагенту. Ринкова влада на ринку буде залежати від рівня довіри між конкурентами, здатності кожного з них виконувати взяті на себе зобов'язання, не піддатися спокусі порушити гласну чи негласну домовленість з метою отримання короткострокових переваг над конкурентами. Така ситуація є більш можливою в умовах "жорсткої" олігополії;

- видів та висоти бар'єрів входження на ринок. Низькі бар'єри входження на ринок обмежують ринкову владу окремого підприємця навіть за умови значної його частки на цьому ринку з огляду на високу ймовірність потенційної конкуренції і, навпаки;

- структури витрат на виробництво. Йдеться, передусім, про співвідношення розмірів постійних і змінних витрат. Якщо у структурі виробничих витрат превалюють постійні витрати, то спрацьовує ефект масштабу, внаслідок чого більш "спритний" ринковий агент збільшує свою частку на ринку і посилює ринкову владу;

- можливості отримання інформації. При обмеженому доступі до інформації, ринкову владу отримує той господарюючий суб'єкт, який може отримати релевантну інформацію значно дешевше і швидше, ніж його конкуренти. Це створює ситуацію, за якої суб'єкт господарювання навіть з незначною ринковою часткою, маючи монополію на інформацію, отримує ринкову владу;

Крім означених чинників, ринкова влада залежить також від ступеня вертикальної інтеграції підприємств, ступеня диверсифікації виробництва у окремих суб'єктах ринку, диференціації продукції тощо.

Між тим, слід відмітити, що ринкова (монополію) влада реалізується тільки тоді, коли суб'єкт певної економічної діяльності, який є носієм влади, вступає у відносини взаємодії із зовнішнім середовищем і здійснює на них тиск. Користуючись традиційною класифікацією, серед компонентів зовнішнього середовища фірми можна виділити фактори найближчого оточення і фактори макросередовища. До основних компонентів мікросередовища відносять кінцевих споживачів, постачальників різноманітних ресурсів, посередників, конкурентів (явних і потенційних), державні та місцеві органи влади, громадськість. Найважливішими факторами макроструктури є НТП, макроекономічна політика, фінансово-кредитна сфера, право, культура, політичне життя тощо. Специфіка таких відносин полягає в тому, що монополію фірма (носії влади) володіє економічною силою, яка дає їй змогу встановлювати контроль над тими компонентами зовнішнього середовища, які є ключовими для її поточного і перспективного розвитку. Метою такого контролю завжди виступає певний економічний інтерес, який виражається в отриманні надприбутків (монополію ренти).

Втім не слід думати, що йдеться лише виключно про збільшення прибутковості. В умовах динамічних змін, які мають місце на сучасному ринку, мотивом монополістичного контролю стає прагнення знизити невизначеність і зменшити ризики підприємницької діяльності. Контроль над найближчим оточенням дає змогу усунути залежність від конкурентів і таким чином суттєво знизити невизначеність у їхній поведінці. Контроль над макроструктурою забезпечує зниження невизначеності

майбутнього, пов'язаної з такими чинниками, як нововведення, динамічність попиту, зміни в законодавстві. Для сучасних потужних монополій поле контролю надзвичайно широке. Воно поширюється на найближче оточення, макроструктуру і виходить далеко за межі національних кордонів, дозволяючи підкорити власним економічним інтересам структуру світової економіки.

Таким чином, на нашу думку, монополію (ринкову) владу слід розглядати як здатність суб'єкта економічних відносин чи їх групи за рахунок власної економічної сили здійснювати контроль факторів зовнішнього середовища з метою реалізації власних економічних інтересів, які виявляються у прагненні збільшення прибутковості, розширеного відтворення, зниження господарських ризиків.

Монополіна влада провокує дії господарюючих суб'єктів, які порушують баланс сил учасників ринку, і створює можливість різних зловживань. Логічно припустити, що фірми, які здобули ринкову владу, будуть докладати максимальних зусиль щодо її збереження через створення бар'єрів, які перешкоджатимуть вільному входу на цей ринок новачків, а саме: навмисне створення незворотних затрат шляхом інвестування в нові потужності; випередження в інноваціях; "хижацьке ціноутворення"; репутація "агресивної фірми", захоплення перспективних ринків тощо.

Отже, реалізуючи різноманітні стратегії контролю, монополістичні організації нав'язують зовнішньому оточенню свої умови, суттєво змінюючи його.

Найбільш фундаментальною формою прояву монополіної влади є зміна механізмів ринкового ціноутворення. В результаті монополістичного контролю ціни формуються не під дією попиту і пропозиції, а під впливом домінуючих фірм. В арсеналі монополій існує чимала кількість цінних стратегій, які вони реалізують, залежно від ситуації:

- картельні ціни, які укладаються на основі угод (як правило, таємних) між учасниками. У практиці сучасного підприємництва цінні картелі є вельми поширеним явищем. Наприклад, лише у 2001 році Європейська комісія, якам здійснює антимонопольний контроль у ЄС, у 10 випадках присудила штрафні санкції різним компаніям за участь у цінних угодах;

- лідерство в цінах – модель ціноутворення, яка передбачає встановлення цін всіма учасниками ринку на приблизно однаковому рівні. Як правило, зміна таких цін здійснюється синхронно. До скоординованої цінної політики веде і "вибір узгоджених правил поведінки", який передбачає єдину систему нарахування витрат, єдину формулу ціни, єдині специфікації якості продукції. В цілому ціни на олігопольному ринку стають більш жорсткими, менше піддаються коливанням;

- цінова дискримінація, тобто практика встановлення різних цін на однаковий товар, обумовлена різницею у попиті споживачів на різних сегментах ринку. Можуть використовуватись такі методи цінної дискримінації як взаємопов'язані продажі, схеми зонального ціноутворення, різні типи премій за терміновість поставки тощо.

Монополіні фірми також можуть реалізувати свою владу (а немонополіні – набувати її) шляхом реалізації стратегії інтеграції, тобто змінюючи характер міжгосподарських зв'язків. Підприємства, які входять до складу величезної компанії можуть відрізнитися по технічному рівню та фінансовому становищу. Вони стають захищеними від конкурентної боротьби на ринку; однак, з іншого боку, зміцнення їх матеріального становища здійснюється ціною втрати самостійності у сфері підприєм-

ницької діяльності. Потрібно відмітити, що суттєво змінюється взаємодія величезних компаній з немонополізованими підприємствами. Так, аутсайдерів даної галузі можуть примушувати приєднуватися шляхом гострої конкуренції, а стосовно "непокірних" – може практикуватися демпінг. Постачальники і покупці "прив'язуються" компанією-монополістом шляхом укладення ексклюзивних договорів на поставку ресурсів та матеріалів чи купівлю готової продукції.

Іноколи монополіні організації також реалізують стратегії, що перешкоджають розвитку науково-технічного прогресу. Тактика поведінки монополістичних фірм є такою, що як тільки виникає загроза конкуренції на даному ринку, то інтерес до інновацій і НДДКР різко посилюється, однак, коли їхнє становище захищене, вони не схильні проявляти інноваційну активність.

Суперечливість феномену монополії і монополіної влади дає підстави більшості економістів для висновку, що найбільші втрати суспільство несе саме при монополіній організації ринків. В термінах економічної теорії ці втрати отримали назву "мертвий вантаж монополії". Між тим, насправді, сам факт наявності монополії (ринкової) влади у окремих суб'єктів господарювання не є сам по собі "економічним злом". Злом є зловживання цією владою.

Відмітимо також: той факт, що фірма володіє ринковою владою, не позбавляє її права на захист своїх законних комерційних інтересів, особливо, якщо на них зазіхають інші підприємства. З іншого боку, оскільки домінуючий суб'єкт господарювання несе особливу відповідальність за збереження наявного рівня конкуренції, він має завжди дотримуватися загального принципу пропорційності. У кожному конкретному випадку відповідно до конкретних обставин слід визначити, які захисні заходи є виправданими і, таким чином, дозволеними. Втім, не є аксіомою, що ці вимоги на стандарт правомірності мають ставати жорсткішими в міру того, як ринковий лідер наближається до монополіного становища.

Перспективи подальших розвідок. Проблема економічної влади і її різновиду влади ринкової має стати однією з ключових у теоретичних та прикладних економічних дослідженнях сучасних вчених-економістів. Особливої актуальності це питання набуває в умовах трансформаційної економіки, до яких належить і українська економіка. Це пов'язано, передусім з тим, що такий тип економічної системи характеризується більшим ступенем невизначеності, асиметрією інформації, неповнотою контрактів тощо.

1. Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. – М.: "Прогресс", 1979. – с. 126. 2. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 6-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376 с. 3. Russell B. Power. London and New York. Routledge, 2000. – р. 9. 4. Тоффлер А. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XX века – М.: ООО "Издательство АСТ", 2003. – с. 52–53. 5. Олсон М. Рассредоточение власти и общество в переходный период. Лекарства от коррупции, распада и замедления темпов экономического роста. – Экономика и математические методы, 1995. – Т. 31, вып. 4. – с. 54. 6. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб.: Лениздат, 1996. 7. Bardhan P. On the Concept of Power in Economics. – Economics and Politics, 1991, vol. 3. November, p. 266. 8. Palermo G. Economic Power and the firm in New Institutional Economic: Two Conflicting Problems, p. 574. 9. Schmalensee R. On the Use of Economic Models in Antitrust: The Realemon Case. – University of Pennsylvania Law Review, April, 1979, p. 1009. 10. Базилевич В.Д. Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике: проблемы, тенденции, противоречия. // Конкуренция, 2003. – № 2. – с. 24–28. 11. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности. – СПб., 1999. 12. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. / Пер. с англ. Общ. ред. и предисловие Г.Г. Сапова. – М.: Дело ЛТД, 1997. – 864с.