Г.М. **Филюк**, канд. екон. наук, доц.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СУЧАСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МОНОПОЛІЇ

У статті відображені методологічні передумови, які повинні складати основу дослідження монополії в сучасних умовах. Розглянуто джерела виникнення монополії в економічній системі. Уточнено низку однопорядкових понять.

The article reflects the methodological backgrounds that have to be a basis for monopoly research in modern conditions. The sources of monopoly's origin in the economic system were considered. A number of similar concepts were clarified.

Актуальність теми статті зумовлена тими інституціональними змінами, які відбуваються в українській економіці протягом останніх років. Реформування господарської системи України спричиняє неоднозначні наслідки. З одного боку, розвивається конкуренція на багатьох ринках товарів і послуг, зростає кількість самостійних господарюючих суб'єктів. З іншого боку, інтенсифікуються процеси консолідації капіталів і економічної концентрації, зростає економічна могутність певних господарських структур і компаній, посилюються монополістичні тенденції в економіці. Вивчення проблеми монополії актуалізується й тим, що завдання підвищення ефективності державного антимонопольного регулювання, спрямованого на стримування експансії великих господарських структур, на перший погляд, вступають у протиріччя із цілями підвищення конкурентоспроможності національної економіки й переходу до інноваційної моделі її зростання.

Слід відмітити, що в останні роки спостерігається підвищений дослідницький інтерес до проблем монополій, численні іноземні дослідження поглиблюють пізнання закономірностей функціонування монопольних ринків. Дослідженню структур монопольних ринків у рамках теорії індустріальної організації суспільства присвячені роботи Дж.Стіглера, Дж. Бейна, Д. Карлтона, Е. Мейсона, Р. Райтермана, Дж. Перлоффа; у рамках економічної теорії галузевих ринків – Ф. Шерера, Д. Росса, С. Мартіна, Дж. Панзара та інших. Серед українських дослідників, праці яких присвячено різним аспектам функціонування й регулювання природних монополій; особливо слід зазначити дослідження таких авторів, як В.Базилевич, З.Борисенко, В.Геєць, А.Гриценко, О.Костусєв, О.Шнипко, І.Крючкова та інші.

Однак багато питань теорії і практики монополії залишаються дискусійними й недостатньо розробленими. Серед них виділяються ті, які пов'язані з необхідністю виявлення економічної сутності, причин і умов виникнення монополій в умовах постіндустріальної економіки з метою формування ефективної конкурентної політики.

Мета статті – запропонувати комплексний підхід до пізнання сутності монополії як одного із основних типів ринкових структур та інституту сучасного ринкового господарства.

Виклад основного матеріалу слід розпочати із того, що дослідження сучасного характеру монополій, їх ролі у розвитку національних економічних систем в умовах глобалізації має здійснюватись з урахуванням низки положень методологічного характеру.

1. Необхідною умовою дослідження будь-якої сфери діяльності з позицій економічної науки є розробка відповідного категоріального апарату як методу пізнання, пояснення та

передбачення майбутнього досліджуваних явищ і процесів. Відсутність єдиного розуміння і тлумачення основних понять нерідко призводить до різних результатів у дослідженнях, до «різночитання» одних і тих же проблем монополії та монопольної влади. Йдеться, зокрема, про те, що в наукових дослідженнях дуже часто ототожнюються поняття «монополія», «монополізм», «монополізація». На наше переконання ці поняття ототожнювати некоректно, оскільки між ними існує якісна різниця.

Так, наприклад, найчастіше монополію трактують як:

– певне становище на ринку, коли один продавець пропонує товар, який не має субститутів. Причому, доступ на ринок обмежений і здійснюється контроль за цінами [1, с.300; 2, с. 12;]. Таку ситуацію можна прийняти за чисту монополію;

– факт виключного права на виробництво, торгівлю та інші види господарської діяльності, які належать будь-якому учаснику ринкового процесу [1, с.300; 3];

– явище концентрації виробництва чи продажу будь-якого товару, що веде до контролю за відповідними сегментами ринку [4, с.98-99].

З нашої точки зору, перше визначення найбільш адекватно визначає сутність досліджуваного поняття. Етимологічно слово «монополія» походить від грецького «monopolien» – один продавець. При цьому, слід погодитись, що монополію необхідно розглядати як економічну категорію і монополію як юридичну категорію. Відмінності по суті зводяться до двох основних підходів. По-перше, функціонально-владного, який пов'язує монополію з виключним правом, домінуючими позиціями, можливістю здійснювати вплив на інших економічних суб'єктів – контрагентів, конкурентів державу. А, по-друге, виключно економічне розуміння, яке зводиться до реалізації монопольних можливостей у вигляді отримання надприбутку (різного роду рент – економічної, природної тощо), стабільності отримання маси прибутків, забезпечення сталості розвитку за рахунок зниження фактора невизначеності ринкового середовища [5, с.63]. Справедливість функціонально-владного підходу підтверджується можливістю, крім об'єктивних економічних процесів, виникнення монополії внаслідок надання останній особливих привілей. Нас цікавить, передусім, монополія як економічна категорія, яка крім реалізації монопольних можливостей у вигляді різного роду доходів, несе в собі ще й соціально-економічне навантаження. Економічна наука використовує цей термін для характеристики ситуації, коли окрема фірма виступає єдиним виробником унікальної продукції і, внаслідок цього, може контролювати випуск значної частини або, навіть, цілої галузі. Тим не менше, ці два підходи взаємопов'язані, оскільки із виключних прав завжди випливають виключні можливості, які економічно реалізуються у надприбутках. Що стосується третього визначення монополії, то в цьому випадку йдеться про інший тип ринкової структури – олігополію, в якій суб'єкти ведуть співробітництво між собою. Щоправда, таку олігополію називають «груповою монополією», для неї характерне «колективне домінування» (картель, синдикат тощо).

Виходячи із таких міркувань, ми солідарні з точкою зору, що монополію слід розглядати як один із типів ринкової структури, при якій один «…продавець має змогу вплинути на загальний обсяг виробництва, а потім і на ціну продукту, що продається» [6, с. 31, 2, С. 300, 3, С. 12]. Однак, маємо уточнити, що мова йде не тільки про абсолютне домінування, коли частка фірми на ринку сягає 100%, але про відносне домінування, коли фірма займає скажімо більше 80 %, а її конкурентне оточення є настільки слабким, що не

може вплинути на загальні умови функціонування ринку. Фірма, якій належить така частка ринку, називається монополістом.

Під монополізацією, слід розуміти дії господарюючих суб'єктів, органів управління, спрямовані на перемогу в конкурентній боротьбі, усунення конкуренції, встановлення домінуючого становища одного із учасників чи їх групи на ринку. Виходячи із власних економічних інтересів, продавці (а також і покупці) закономірно постійно прагнуть уникнути конкуренції, захопити монопольні позиції і утвердитися на них. Кожний з них намагається стати монополістом, оскільки це дає йому певну владу над ринком або перевагу у визначенні більш прийнятної для нього ціни. Причому переваги монопольного становища є настільки привабливими, що прагнення до одноосібного захоплення ринку, витіснення конкурентів для зниження ступеня ризику та невизначеності, отримання монопольно високого прибутку стає об'єктивною тенденцією.

2. На сучасному етапі монополію слід розглядати лише у контексті її співіснування та активної взаємодії з конкуренцією. Весь господарський механізм сучасного суспільства може бути інтерпретований як складна й багатогранна взаємодія конкурентних і монопольних сил. Ринок конкретної галузі чи конкретного товару поєднує в собі як конкурентні, так і монопольні елементи. Тому при аналізі проблеми монополії об'єктом дослідження мають бути всі проміжні рикові форми: монополістична конкуренція, олігополія, квазіконкурентні ринки, ринки з домінуючими фірмами тощо.

3. Монополія є багатоаспектною економічною категорією. У науковій літературі виділяють відтворювальний, структурний, поведінковий і інституціонально-функціональний аспекти у дослідженні монополії [7,с. 44-46], порівняльна характеристика яких представлені у таблиці 1.

4. Монополію слід аналізувати не тільки як суто економічне, а як соціально-економічне явище. Це зумовлює необхідність врахування у процесі теоретичного та прикладного аналізу монополії багатоаспектності її проявів. З одного боку, монополія являє собою певний тип ринкової структури і поведінки фірми. З другого боку, монополія є соціально-економічним явищем, «формою усуспільнення виробництва, … риси якої визначаються панівними виробничими відносинами. Вона невід'ємна від поняття ринку, існує разом з ним, набуваючи специфічних соціально-економічних ознак на кожному етапі історичного розвитку» [8, с. 111]. Монополія є загальноекономічною категорією, яка виражає певний тип економічних відносин – відносин взаємодії господарюючого суб'єкта з навколишнім оточенням. Субстанціональну властивість монополії, її внутрішню основу, на наш погляд, визначає тріада: економічна сила – контроль над факторами зовнішнього оточення – економічний інтерес.

Монополіст вступає у відносини взаємодії із зовнішнім середовищем і здійснює на них тиск. Специфіка таких відносин полягає в тому, що монопольна фірма володіє економічною силою, яка дає їй змогу встановлювати контроль над тими компонентами зовнішнього середовища, що є ключовими для її поточного і перспективного розвитку. Метою такого контролю завжди виступає певний економічний інтерес, який виражається в отриманні надприбутків (монопольної ренти). Втім не слід думати, що йдеться лише виключно про збільшення прибутковості. В умовах динамічних змін, які мають місце на сучасному глобальному ринку, головним мотивом монополістичного контролю стає прагнення зменшити невизначеність і ризики підприємницької діяльності. Саме 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. Слід також відмітити, що 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.

Таблиця 1. Підходи до дослідження монополії в економічній теорії.

Підходи	***Зміст***
Відтворювальний	Монополія може виникати на всіх стадіях життєвого циклу товару: у сфері виробництва, розподілу, обміну і споживання; її необхідно розглядати як соціально-ринкове явище. Історико-економічний аналіз форм монополій засвідчує, що у докапіталістичну епоху вони переважали у сфері обігу (корнери і ринги), в епоху індустріалізації – у сфер виробництва (трести, концерни, синдикати), в постіндустріальну епоху – охоплюють різні галузі і сфери економічного життя суспільства (існують у вигляді різноманітних вертикально-інтегрованих та диверсифікованих компаній – конгломерати, диверсифікати, ФПГ тощо).
Структурний	Аналіз монополії здійснюється з позицій кількості учасників ринку. Монополія – це ситуація присутності на ринку єдиного продавця («чиста» чи природна монополія).
Поведінковий	Причина появи і функціонування монополій розглядається через призму економічної сили у окремих учасників ринку, яка за певних умов перетворюється на монопольну владу. Монопольна влада фірми провокує її дії проти інших господарюючих суб'єктів, порушуючи баланс учасників ринку, і створює можливості для різних зловживань.
Функціонально-інституційний	1) монополія, виникаючи на певній стадії суспільного виробництва (власне виробництва, розподілу, обміну, споживання), реалізує функцію цієї стадії. В цьому аспекті можна розглядати монополію виробничу, розподільчу, посередницьку, монопсонію (монополію продавця); 2) монополія виступає фактором розвитку особливих елементів інституційної інфраструктури і формує самостійну функцію державного регулювання. Створюється і розвивається система антимонопольних правових норм, а також органів антимонопольного регулювання; формуються різноманітні суспільні об'єднання, які забезпечують розвиток конкурентного середовища і протидіють зловживанню монополій; стимулюються утворення неформальних інститутів на основі поліпшення в оточуючому середовищі власних правил і норм поведінки.

5. Аналіз монополії важливо здійснювати з урахуванням джерел її виникнення. Усі джерела виникнення монополій можна поділити на дві групи (рис. 1.4): неринкового характеру і конкурентні (ринкового характеру). Причини існування монополій неринкового характеру обґрунтовані неокласиками. На їхню думку, у деяких галузях і сферах діяльності конкуренція неможлива (ускладнена) внаслідок:

– *технологічних особливостей галузей*, постійні витрати яких настільки високі, що економія на масштабах виробництва можлива лише тоді, коли виробники є надзвичайно великими як за абсолютними розмірами, так за часткою на ринку (транспорт, зв'язок, енергетика);

– *винятково високих безповоротних витрат*, тобто активи, втілені в основне виробництво, специфічні й не можуть бути переорієнтовані на інші типи продукції й види ринків;

– *наявності надлишкових виробничих потужностей* для задоволення «пікових» потреб на продукти (послуги);

– *володіння рідкісним ресурсом* - монополії, які базуються на володінні унікальними природними ресурсами, стратегічної сировини, або яким надане виключне право їх експлуатації;

– *інституційні чинники* – виникнення таких монополій спричинене дією соціально-економічних механізмів, які перешкоджають появі конкурентів або створюють для цього суттєві перепони (наприклад, пов'язане з діяльністю органів державного управління економікою, яка забезпечує досягнення та збереження господарськими структурами домінуючих позицій).

Як правило, монополії, причинами існування яких є неринкові фактори, при низькій якості і технологічному рівні продукції можуть досягати успішних економічних результатів за допомогою маніпуляції цінами. Вони функціонують, не боячись появи конкурентів. Останній фактор є принципово важливим, який визначає особливості господарської стратегії монополістів.

Серед основних причин ринкового характеру, які призводять до виникнення монополій, слід назвати такі. *По-перше*, сама конкуренція стимулює безперервне відтворення монополій на всіх ділянках виробничо-технологічних процесів, в усіх сферах економічної активності. Логічно цей процес виглядає наступним чином: конкуренція (зумовлює диференціацію виробників, тобто збагачення одних і розорення інших) → концентрація (загострення конкуренції між дедалі більшими підприємствами та її вищий якісний рівень породжують монополізацію) → монополізація (економічний результат концентрації та централізації виробництва та капіталу). *По-друге*, основним фактором посилення монопольних тенденцій на конкурентному ринку є диференціація товарів, яка виступає сьогодні найважливішим елементом стратегії сучасних компаній. Вона являє собою об'єктивний процес, зумовлений, з одного боку, відмінностями у попиті покупців (їх смаків, переваг, рівня доходів тощо), а з другого, - розбіжностями умов виробництва і реалізації аналогічних товарів. Перші наукові дослідження щодо сутності та видів продуктової диференціації представлені у працях неокласиків П.Сраффи, Г. Хотеллінга, Е.Чемберліна, Дж.Робінсон та інших. Зокрема, предметом дискусії вчених стало питання про те, як трактувати диференціацію – як чинник, який сприяє посиленню конкуренції, чи навпаки, який призводить до монополії. Відповідь на це питання, на наш погляд, залежить від глибини диференціації. Якщо диференціація поєднується з глибокою спеціалізацією і є наслідком певного специфічного ресурсу, то вона може забезпечити фірмі стійке монопольне становище і сильну монопольну владу. За умов нових вимірів глобальної конкуренції, навіть найменша фірма, завдяки стратегії диференціації, яка ґрунтується на вузькій спеціалізації, є «включеною» в усталену систему господарських зв'язків і перетворюється на необхідну ланку. Обмежений попит на вузькоспеціалізованому ринку служить захистом від потенційних конкурентів. Отже, фактор диференціації може привести до утворення монополій незалежно від розміру підприємства. Сила такої монополії визначається висотою бар'єру входу в дану сферу діяльності. *По-третє*, причиною появи монополій є процеси просторової локалізації, що породжують «малі» монополії на вузькоспеціалізованих продуктових ринках (локальна монополія), або в масштабах окремих територій, а також монополії в інституціональному просторі господарських міжфірмових взаємодій [7, с. 54]. *По-четверте*, виникнення монополій у період інформаційно-технічної революції, як правило, зумовлене науково-технічними та технологічними досягненнями; проведенням науково-дослідних та проектно-конструкторських розробок тощо.

6. Суб'єктом монополії може бути не тільки велике, але й незначне за розмірами підприємство, особливо, якщо воно випускає унікальну продукцію. Монополія може існувати і в

масштабах світового господарства, і в межах національних кордонів, і на локальних ринках. На думку американських економістів С. Фішера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензі, «в реальному житті монополія – це завжди питання міри…». 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. Таким чином, вчені підкреслюють, що ринкова влада суб'єкта господарювання є тим більшою, чим більшою часткою ринку він володіє. Крім того, вони вказують на розбіжності, які виникають у масштабах контролю, між «малими» й «великими» монополіями.

7. Аналіз монополії в умовах глобалізації має спиратися не тільки на технологічну, але й на контрактну теорію фірми. Контрактна концепція розглядає фірму як сукупність внутрішніх і зовнішніх контрактів, яка стикається з двома типами витрат на забезпечення їх виконання – трансакційними витратами (від слова «трансакція» - угода, операція, контракт) і витратами контролю (організаційними витратами). Трансакційні витрати визначають нижню межу фірми, її мінімальний розмір. Зростання трансакційних витрат через неефективність зовнішніх контрактів обмежує сферу діяльності ринку. Це у свою чергу обумовлює існування великих фірм, перед якими проблема зовнішньої угоди і можливості опортуністичної поведінки в багатьох випадках нівелюється розвитком внутрішніх контрактів. Створення вертикально інтегрованої чи диверсифікованої компанії може забезпечувати не тільки економію трансформаційних витрат, але й економію трансакційних витрат, пов'язаних із забезпеченням виконання зовнішніх контрактів. Економія останніх служить одним із засобів досягнення конкурентоспроможності фірми, а монопольне становище в свою чергу створює додаткову економію на трансакційних витратах.

8. Слід відокремлювати поняття «монопольне становище» і «домінуюче становище», «монопольна фірма» і «домінуюча фірма» [9]. Ототожнення цих понять, на нашу думку, породжує певні суперечності у практичній діяльності. У цьому зв'язку спробуємо розмежувати сутність вищезазначених понять, звернувшись до етимологічного їх змісту. Термін «домінування» означає «переважання, панування, піднесення над чим-небудь» [10, С. 763]. Цей термін є відносним, оскільки крім цього предмета, який він визначає, передбачає також наявність інших ознак і явищ.

Ми погоджуємося з позицією представників теорії галузевих ринків, які зазначають, що домінуюче становище займає домінуюча фірма, а монопольне становище – монополіст [11, с. 91]. При цьому уточнимо: зазначене не заперечує того факту, що за певних обставин домінуюча фірма може поводити себе як монополіст (наприклад, при встановленні цін). Підтвердженням сказаного є те, що домінуюча фірма, маючи можливість впливати на ринкову ціну, володіє ринковою владою та здатна використовувати стратегічні переваги власного становища порівняно з конкурентами. Але це не означає, що домінуюча фірма займає монопольне становище. Вона функціонує на ринках в оточенні великої кількості конкурентів – фірм-аутсайдерів.

Закордонні законодавці визначають домінуюче становище як: 1) повне або часткове монопольне становище підприємства на ринку, що характеризується відсутністю конкуренції або її незначною часткою; 2) пануюче становище підприємства, яке визначається з використанням конкретних економічних показників (інколи вони наводяться в законі, як, наприклад, в антимонопольних законах Німеччини, Великобританії і Японії) і виключає конкуренцію; 3) олігополія – стан ринку, при якому два чи більше майново і організаційно пов'язані великі

підприємства при відсутності між ними серйозної конкуренції можуть спільно займати монопольне становище на ринку [11, с. 34-35].

На думку російського економіста К.Ю. Тотьєва, домінуюче підприємство діє на ринку не відособлено, а в оточенні дрібних конкурентів (в умовах олігополії). Домінуюча фірма при встановленні ціни та при визначенні обсягу випуску товару бере до уваги діяльність таких конкурентів. У цьому полягає докорінна відмінність цієї ситуації від монополії. Таким чином, робить висновок автор, «неправомірно вважати, що поняття «монополія» і «домінуючий на ринку суб'єкт» повністю тотожні» [12, с.57].

Натомість, як на практиці, так і в теорії частіше зустрічається термін домінуюче становище. Як зазначається в Доповіді про світовий розвиток у 28 країнах з 50 прийняті якісні визначення домінування на ринку, тоді як у 22 країнах спостерігається широкий розмах критеріїв, пов'язаних з частками ринку, на яких панують окремі фірми: країни, що розвиваються та країни з перехідними економіками – країни Східної Азії (50-75%), Східної Європи і Центральної Азії (30-40%), Африки (20-45%); країни ЄС (40-50%) [13, с. 140]. У США часткою, достатньою для визнання фірми монополістом, є частка ринку у розмірі 80-90%, а частка, менша за 50% є недостатньою навіть для початку розгляду справи про зловживання монопольним становищем [14, с. 137-143].

Отже, ототожнювати монопольне і домінуюче становище, принаймні, некоректно. На підтвердження сказаного наведемо наступний приклад. Припустимо, на ринку в оточенні дрібних фірм функціонують дві фірми, одна з ринковою часткою 35%, інша – 25%. Апріорі можна сказати, що перша фірма є домінуючою. Але однозначно не можна говорити про її монопольне становище. Адже ця фірма відчуватиме конкурентний тиск не тільки з боку явного конкурента (тобто іншої фірми), але й з боку дрібних фірм, яким належать інших 40% ринку. Теоретично можна припустити, що, об'єднавшись, дрібні фірми протистоятимуть своєму конкуренту. Але, якщо обидві фірми досягнуть між собою домовленості про проведення спільної цінової та збутової політики, то за таких умов шанси диктування «правил гри», без сумніву, збільшуються, оскільки виникає так звана «групова» монополія.

Таким чином, домінуюче становище є необхідною, але недостатньою умовою визнання певного підприємства монополістом. Для цього важливо враховувати не тільки кількісні критерії, необхідним є комплексний аналіз ситуації на релевантному ринку.

Виходячи з таких міркувань, про монопольне становище можна говорити тоді, коли фірма на ринку може контролювати пропозицію товару та його ціну. А це є можливим, зазвичай, лише у випадку, коли фірмі, або групі фірм, об'єднаних у картель, належить переважаюча частка ринку, наприклад, 70 і більше відсотків. В інших випадках, мова йде лише про певне домінування.

9. Аналіз та дослідження монополії необхідно здійснювати, відкинувши стереотипне уявлення про неї як «економічне зло» [8, с. 111]. З нашої точки зору, в сучасних умовах важливо звернути увагу на неоднозначність впливу цього феномену на соціально-економічний розвиток. Як господарські структури, монополії відіграють вагому роль у народногосподарському відтворювальному процесі, підвищенні конкурентоспроможності країни на світовому ринку, а саме: сприяють розвитку науково-технічного прогресу, економії на витратах факторів виробництва, забезпечують високу якість продукції тощо. Однак, на певному етапі свого функціонування і розвитку монопольні утворення починають зловживають своєю економічною владою, що, без сумніву, спричиняє негативні соціальні екстерналії, стримує природний поступ суспільного розвитку.

10. Політекономічний аналіз суті монополії як соціально-економічного явища вимагає з'ясування її сутнісної сторони, яка відображає внутрішню основу монополії – монопольної влади [16].

Перспективи подальших досліджень у цій сфері пов'язані із визначенням критеріїв класифікації монополій, аналізом поведінки вітчизняних та глобальних монопольних утворень на внутрішньому ринку України.

Література:

1. Піндайк Р., Рубінфельд Д. Мікроекономіка. / Пер. з англ. А. Олійник, І. Дзюб. – К.: Основи. – 1997. – 300 с.
2. Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х томах. Т.2. Пер с англ. – М., Финансы и статистика, 1992. – С. 12.
3. Конкурентоспроможність національної економіки. Монографія / За ред. д-ра екон. наук Б.Є.Кваснюка. – К.: Фенікс, 2005. – 582с.
4. Трансформація моделі економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи). Інститут економічного прогнозування; за ред. В. М. Геєця. – К.: Логос. – 1999.
5. Монополизм и антимонопольная политика у «них» и у «нас» (за круглым столом Института экономики АН СССР). // Вопросы экономики, 1990. – №6. – С. 60-100;
6. Стародубовская И. Основы антимонопольной политики. // Вопросы экономики, 1990. – №6. – с.31; Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х томах. Т.2. Пер с англ.- М., Финансы и статистика, 1992. – с. 12; Піндайк Р., Рубінфельд Д. Мікроекономіка. / Пер. з англ. А. Олійник, І. Дзюб. – К.: Основи. – 1997. –300 с.
7. Клюзина С. В. Монополия и локальная монополия как ее тип: история вопроса, методология, теория и практика: Монография. – Иваново, 2005. – 284с.
8. Чухно А.А. Твори: у 3-х томах.Т.1. Становлення та розвиток ринкової економіки. – К., 2006. – с. 592 с.
9. Автор розмежовує поняття «домінуюча фірма» і «монопольна фірма». Термін «домінування» означає переважання, панування, піднесення над чим-небудь.
10. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. Т. 1. – М., 1996. – с. 763.
11. Авдашева С. Б., Розанова Н. М. Анализ структур товарных рынков: экономическая теория и практика России. – М.: 1998. – с. 91.
12. Свядосц Ю. И. Регулирование ограничительной хозяйственной практики в буржуазном праве. – М.: 1988. – с. 34-35
13. Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правове регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий): Учебник для вузов. – 2-е изд. Перераб. и доп. – М.: Издательство РЛД, 2003. – 480 с.
14. Доклад о мировом развитии 2002 года. Создание институциональных основ рыночной экономики./ Пер. с англ. – М.: Издательство «Весь мир», 2003. – 264с.
15. Гречишкина И.В. Доминирующее положение на рынке и некоторые способы его проявления // Вестник МАП России. – 2001. – №4. – С. 137-143.
16. Останні два аспекти монополії розглянуті автором у роботах: «Монопольна влада: природа та форми прояву»//Вісник національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Економіка, 2008. – №95. – С. 55-58; Соціально-економічні наслідки монополії: теоретичний і практичний аспекти //Економіка України. – 2008. - №1. – С. 30 - 41.