

В условиях рыночной экономики каждая фирма стремится к максимизации прибыли и расширению масштабов своей экономической деятельности. Поэтому производители выступают по отношению друг к другу не как заинтересованные в успехе один другого партнеры, а как конкуренты, интересы которых являются противоположными (каждый хотел бы вытеснить с рынка своего соперника).

Конкуренция в переводе с латинского означает «сходиться», «сталкиваться», «состязаться» (лат. *conspicere* – сталкиваться). Это свойственная товарному производству, основанному на частной собственности на средства производства, антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров. Конкуренция одновременно выступает в качестве механизма стихийного регулирования пропорций общественного производства. При капитализме она означает борьбу между капиталистами за получение наивысшей прибыли. В силу этого конкуренция выступает как внешняя принудительная сила, заставляющая частных товаропроизводителей повышать производительность труда на своих предприятиях, расширять производство, увеличивать накопления и т. д. Ее результатом является вытеснение мелкого производства крупным, расслоение мелких товаропроизводителей, разорение одних и обогащение других.

Конкуренция – это не что-то привнесенное извне в производственный процесс рыночной экономики, а объективная закономерность капиталистического товарного производства (хотя как экономическое явление возникла раньше формирования рыночной экономики), ибо каждое предприятие экономически обособлено в силу господства частной собственности на средства производства. Частные интересы предпринимателей, их стремление получить максимальную прибыль (что является основным движущим мотивом товарного производства в условиях рынка) неизбежно обуславливают ожесточенную конкурентную борьбу между ними. «...Конкуренция есть не что иное, как такой способ ведения промышленности, когда она управляется отдельными частными собственниками, то частная собственность неотделима от индивидуального ведения про-

мышленности и от конкуренции» [1, с. 330]. Будучи важным двигателем рыночной экономики, конкуренция не устанавливает ее законы, а выступает лишь в роли «исполнителя» (следствия) данных, внутренне присущих товарному производству законов (прежде всего, закона максимизации прибыли). Эти законы проявляются здесь в единственной форме «...общественной связи в обмене и действуют на отдельных производителей, как принудительные законы конкуренции» [2, с. 283].

Конкуренция неразрывно связана с характером товарного производства в условиях частной собственности и является формой действия экономических законов рыночной экономики [3, с. 46]. Наличие острой конкурентной борьбы свидетельствует о противоположности экономических интересов противостоящих друг другу частных предпринимателей и различных групп капиталистов. Кроме того, интересы частных производителей и общества также далеки от совпадения. На это указывал еще А. Смит, хотя он и считал, что общество не всегда страдает от этого, ибо, преследуя свои собственные интересы, производитель, по его мнению, часто более действенным образом служит интересам общества, чем в том случае, когда он сознательно стремится им служить.

Рынок направляет ресурсы на производство лишь пользующихся спросом товаров. В этом смысле рыночная экономика в известной мере есть саморегулирующаяся система, которая способна эффективно функционировать без прямого вмешательства государства, на что и делают акцент идеологи экономического либерализма. «В определенных условиях конкуренция приведет к распределению ресурсов, которое обеспечивает такое по объему и структуре производство товаров, которое обеспечил бы только некий идеализированный Центр, в точности знающий все то, что знают только все люди в своей совокупности, и способный использовать это знание самым эффективным образом» [4, с. 159].

Зарождение и развитие конкуренции исторически относится еще к простому товарному производству. Каждый мелкий производитель стремится в процессе конкуренции создать для себя наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров в ущерб остальным участни-

кам рыночного обмена. В генезисе капитализма (гр. genesis – происхождение, возникновение) важны два момента:

а) превращение натурального хозяйства непосредственных производителей в товарное, что обусловлено появлением и развитием общественного разделения труда;

б) превращение товарного хозяйства в капиталистическое, что связано с возникновением и развитием конкурентной борьбы между отдельными товаропроизводителями.

По мере усиления зависимости мелких товаропроизводителей от рыночных колебаний цен на производимые ими товары конкурентная борьба усиливается. Сосредоточение денег в руках немногих (у кого выше производительность труда) и использование их в качестве капитала значительно ускорили развитие буржуазных производственных отношений, а также разделение общества на два противостоящих класса – рабочих и капиталистов.

Конкуренция сопровождается концентрацией и централизацией производства, усилением мощи крупного капитала. В эпоху доминирующего капитализма господствовала относительно свободная конкуренция раздробленных и сравнительно небольших предприятий.

Свободная, или совершенная, конкуренция означает неограниченную конкуренцию, при которой отсутствуют барьеры для вхождения в бизнес, отличия в продуктах и, что самое главное, отсутствует чья бы то ни была власть над рынком, а потребители и производители обладают всей полнотой информации о рынке. Модель совершенной конкуренции основывается на четырех фундаментальных предположениях:

1. Продавцы не могут влиять на цену. Это означает, что на конкурентном рынке каждый продавец действует исходя из того, что он может продать столько продукции, сколько сочтет нужным, не влияя при этом на преобладающую рыночную цену.

2. Поведение продавцов не является стратегическим, т. е. поставщик товара на рынок при принятии решения не учитывает реакцию конкурирующих производителей.

3. Свободный доступ на рынок. Это предполагает, что новые фирмы могут входить на рынок со своей продукцией без каких-либо пре-

пятствий, не понеся при этом никаких особых издержек.

4. Покупатели не влияют на цены, т. е. каждый покупатель (фирма или домашнее хозяйство) может приобрести такое количество товара, какое пожелает, по действующей цене, не оказывая при этом на нее никакого влияния [5, с. 415–416].

Согласно [6, с. 501], «в условиях чистой конкуренции в отрасли одновременно действует очень большое число фирм, производящих стандартизированный продукт (например, пшеницу или арахис). Новые фирмы могут легко войти в отрасль». «Совершенная» конкуренция в целом соответствовала структуре экономики XIX в., для которой был характерен капитализм с мелкими производственными единицами.

В то же время «совершенная» конкуренция не означает, что она лучшая. Из того, что она – один из полюсов всего спектра видов конкуренции, «не следует, что совершенная конкуренция желательна, что... это цель, которую мы хотим достичь» [7, с. 89]. Совершенная конкуренция – идеальное явление в экономике. Ни в одной отрасли с развитой рыночной экономикой совершенной конкуренции не было и нет, т. е. в реальной экономике не было и нет рынков, удовлетворяющих всем условиям этой модели рынка. Лишь в нескольких случаях (на рынке сельскохозяйственной продукции, фондовой бирже, рынке иностранных валют и т. п.) ситуация может быть сравнительно близка к условиям совершенной конкуренции. Буржуазная экономическая теория в этот период отставала принцип свободы конкуренции, видя в нем идеал «вечных» общечеловеческих отношений. Так, по мнению А. Смита, государство не должно вмешиваться в экономическую жизнь общества, а создавать наиболее благоприятные условия для развития частной инициативы, конкуренции между производителями и т. д. Он писал: «Каждому человеку, пока он не нарушает законов справедливости, предоставляется совершенная свобода преследовать по собственному разумению свои интересы и конкурировать своим трудом и капиталом с трудом и капиталом другого лица и целого класса. Государь совершенно освобождается от обязанности руководить трудом частных лиц и

направлять их к занятиям, более соответствующим интересам общества» [8, с. 279].

В действительности свобода конкуренции была одним из факторов укрепления господства крупных предпринимателей. На базе развития производительных сил она служила механизмом огромной концентрации производства и капитала. Это привело к тому, что решающую роль в хозяйственной жизни капиталистического общества начали играть крупнейшие объединения. Свободная конкуренция привела в конечном итоге к образованию монополий и установлению их господства в экономической жизни общества. «Монополия как экономическое явление – это обусловленный собственностью и властью тип экономических отношений между субъектами экономической системы, реализующих собственный интерес, по поводу влияния последних на общественное производство или на его отдельные сферы с целью присвоения монополий прибыли» [9, с. 22]. Монополии, однако, не уничтожают конкуренцию, а лишь видоизменяют ее. Вырастая из свободной конкуренции, монополии «не устраняют ее, существуют над ней и рядом с ней, порождая этим ряд особенно острых и крупных противоречий, трений, конфликтов» [10, с. 386].

Монопольная (рыночная, экономическая) власть возникает вовсе не случайно. Ее формирование обусловлено монопольным положением субъекта, который стремится обладать большей мощностью, получать больше прибыли и пользоваться большим престижем. Именно экономическая власть мощных хозяйственных групп позволяет им изменять цены и сознательно регулировать ход рыночных операций в своих интересах. По словам А. Пигу, «само ожидание выгод, связанных с ней, служит фактором, способствующим ее формированию» [11, с. 326].

В условиях рыночной экономики конкуренция играет противоречивую роль. С одной стороны, она заставляет производителей постоянно стремиться к снижению своих затрат на производство товаров, чтобы увеличить прибыль. В результате этого повышается производительность труда, снижаются издержки производства и компания получает возможность уменьшить розничные цены на свою продук-

цию. Следовательно, повышая эффективность производства, конкуренция выступает потенциальным фактором понижения цен.

Кроме того, конкуренция побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг. Потребители быстро определяют, какие фирмы производят продукцию более высокого качества, и эти фирмы получают большую прибыль (за счет увеличения продаж). Следовательно, производители на конкурирующих рынках должны постоянно изобретать новые товары и услуги для завоевания большей части рынка. Таким образом, производители должны постоянно бороться с конкурентами за покупателей (т. е. за «доллар потребителя») на рынке сбыта товаров и услуг с целью получения наибольшей прибыли. В условиях развитой экономики такая борьба может вестись только расширением и улучшением ассортимента товаров и услуг, предлагаемых по более низким ценам. В итоге выигрывают потребители и все общество в целом (при условии, что имеет место так называемый рынок покупателя). Об этом и говорил в свое время А. Смит, отмечая, что производители, преследуя лишь свою собственную выгоду, направляются «невидимой рукой» к цели, которая совсем не входила в их намерения. По его мнению, «частные интересы и стремления людей естественно заставляют их делить и распределять капитал любого общества среди различных занятий, существующих в нем, по возможности в точном соответствии с тем, что наиболее совпадает с интересами общества в целом» [8, с. 220].

Если личные интересы дают сильнейшую мотивацию участникам хозяйственных процессов (все, что они делают, делают исключительно для себя, собственной выгоды), то конкуренция направляет их деятельность в благоприятное для общества русло. «В результате конкуренции побеждает тот, кто лучше удовлетворяет интересы потребителей» [12, с. 7].

С другой стороны, в условиях несовершенной конкуренции продавцы имеют больше свободы в назначении цен, потому что продают свою продукцию в условиях монополистической конкуренции или олигополии. В этом главная слабость рыночной системы хозяйства.

«Для монополии, так же как и для совершенной конкуренции, главным принципом является максимизация прибыли фирмы» [13, с. 195].

Поддерживая более высокие цены, чем они могли бы иметь при совершенной конкуренции, компании получают больше прибыли, а потребители при этом теряют. Это, в свою очередь, неизбежно приводит к застойным явлениям в производстве (нет необходимости его совершенствовать, если прибыль и так достаточно высока) и безработице, а в конечном итоге – к политической нестабильности. В это время экономика функционирует, не обеспечивая максимально возможные занятость и производство товаров и услуг. Поэтому вся тяжесть экономического соперничества между предпринимателями (огромные непроизводительные расходы на рекламу, неполный рабочий день, безработица, высокие цены и т. д.) ложится, в конечном счете, на трудящихся и мелких производителей.

Существуют две основные формы конкуренции: внутри- и межотраслевая. Внутриотраслевая конкуренция представляет собой соперничество между отдельными товаропроизводителями, капиталистическими предпринимателями, акционерными компаниями, союзами предпринимателей и т. д., занятыми в одной и той же отрасли народного хозяйства. Как капиталистическая конкуренция вообще внутриотраслевая конкуренция есть борьба отдельных производителей за влияние, за место на рынке и получение большей прибыли. Она порождается частной собственностью на средства производства, когда между производителями не существует иной экономической связи, кроме рынка. Внутриотраслевая конкуренция возникает раньше остальных форм конкуренции. Само превращение простого товарного хозяйства в капиталистическое производство происходит в силу того, что между производителями возникают отношения конкурентной борьбы. Внутриотраслевая конкуренция явилась главным рычагом дифференциации (расслоения) мелких производителей и развития капиталистических производственных отношений.

В условиях простого товарного хозяйства принудительные законы внутриотраслевой конкуренции состоят в том, что отдельные производители имеют индивидуальные затраты ра-

бочего времени выше, чем общественно необходимые, определяющие величину рыночной стоимости товаров. Поэтому они не могут возместить всех своих затрат, так как не в состоянии повлиять на рыночные цены в сторону их повышения с целью покрытия более высоких индивидуальных издержек. В силу этого они обречены на гибель, т. е. разоряются как производители, пополняя затем ряды наемных рабочих. В условиях развитого капитализма внутриотраслевая конкуренция между отдельными предприятиями ставит вопрос только так: или разориться, или разорить других. Бесчисленные банкротства мелких, средних и даже крупных капиталистических фирм являются, прежде всего, результатом ожесточенной конкуренции. Особенно усиливается разорение неконкурентоспособных предприятий в периоды кризисов перепроизводства. Каждый год в условиях рыночной экономики оказываются несостоятельными в среднем 2–6 % зарегистрированных субъектов хозяйствования. Например, средний возраст всех предприятий (крупные компании, мелкие и семейные предприятия) в США составляет около семи лет. Только 54 % всех создаваемых фирм существует более 18 месяцев, и лишь 25 % – свыше шести лет.

Главное средство внутриотраслевой конкуренции – цена. Возможность отклонения цены от рыночной стоимости позволяет наиболее мощным предприятиям снижать цены ниже рыночной стоимости, получая при этом достаточно высокую норму прибыли благодаря более низким индивидуальным издержкам производства. Такое сбивание цен приводит к банкротству тех капиталистических фирм, которые имеют более низкий уровень технической оснащенности производства, а следовательно, более высокие издержки на единицу производимой продукции. В таких условиях выживают наиболее крупные предприятия, имеющие возможность регулярно внедрять новую технику и понижать этим самым затраты на единицу продукции ниже общественно необходимых.

Таким образом, внутриотраслевая конкуренция – антагонистическая форма развития производительных сил рыночной экономики. Каждый предприниматель, стремясь снизить издержки производства, чтобы выжить в кон-

курентной борьбе, вынужден независимо от своей воли использовать современную машинную технику и прогрессивную технологию. Следовательно, внутриотраслевая конкуренция стимулирует технический прогресс в производстве. Вместе с тем она порождает стремление предпринимателей засекретить новые технические изобретения, не давая пользоваться ими другим.

В условиях господства монополий такое средство конкурентной борьбы, как понижение цен, становится еще более действенным. Располагая крупными резервными капиталами для покрытия временных убытков, монополии с целью устранения конкурента могут временно устанавливать цены не только ниже рыночной стоимости, но и ниже издержек производства. Разорив более слабых конкурентов, монополии затем повышают цены на свою продукцию. Хрестоматийным, например, стало описание конкуренции между двумя пароходными компаниями на Волге до Первой мировой войны. В погоне за пассажирами одна из конкурирующих компаний каждому пассажиру, купившему билет, выдавала белую булку. Однако затем, после поражения конкурента, цены были резко повышены.

В условиях ценовых методов конкуренции на величину спроса в процессе реализации товаров соперники влияют путем изменения на них цен. В этом случае происходит движение по кривой спроса, т. е. увеличение или уменьшение величины спроса зависит от снижения или повышения цены на товары и услуги. Кроме ценовых методов, существуют и неценовые методы конкурентной борьбы. К ним можно отнести следующие:

- дифференциацию качества товара при одной и той же цене или при незначительном ее колебании. Применение оттенков качества позволяет успешно реализовывать однотипную продукцию. Так, в США выпускается примерно 10000 сортов муки, около 4000 видов консервированной кукурузы и т. д.;
- продажу товаров в кредит (в рассрочку платежа). Здесь имеет место совершенствование не качества товара, а условий его продажи;
- совершенствование послепродажного обслуживания товара, т. е. продление сроков га-

рантийного обслуживания своей продукции, оказание услуг на дому и т. д.;

- техническое превосходство товара, его качество и надежность. В этом случае цена может быть и выше аналогов, но качество опережает цену;

- рекламу своей продукции с использованием самых различных для этих целей средств, экономический шпионаж и т. д.

В условиях неценовой конкуренции происходит перемещение (сдвиг) кривой спроса на товары и услуги вправо (если спрос увеличивается) или влево (если спрос падает). Увеличение прибыли в этом случае может происходить за счет таких факторов, как:

- а) повышение цен при постоянной доле рынка;
- б) увеличение доли рынка при постоянной цене;
- в) рост как цен, так и доли рынка (что происходит реже).

Если внутриотраслевая конкуренция есть конкуренция между предпринимателями одной и той же отрасли за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение дополнительной (избыточной) прибыли, то межотраслевая – это борьба между капиталистами различных отраслей за получение наиболее высокой нормы прибыли на свой капитал. Посредством межотраслевой конкуренции осуществляется стихийный перелив капиталов из одних отраслей, имеющих низкую норму прибыли, в другие отрасли, где норма прибыли более высокая.

В каждой стране в определенный период времени отдельные отрасли и сферы народного хозяйства отличаются друг от друга неодинаковыми условиями приложения капитала. Это обусловлено, прежде всего, различиями в органическом строении капиталов (соотношением постоянного и переменного капиталов, т. е. овеществленного и живого труда), неодинаковой скоростью оборота капитала, соотношением спроса и предложения и связанных с этим колебаний рыночных цен и т. п. В этой связи капиталы устремляются в более прибыльные сферы. Это приводит к тому, что в отраслях с высокой нормой прибыли большой прилив капиталов, ищущих более выгодного

применения, усиливает внутриотраслевую конкуренцию. В данных отраслях производство расширяется, а следовательно, увеличивается и предложение товаров. Следствием этого является превышение предложения товаров над платежеспособным спросом на них. Тогда цены на рынке начинают отклоняться от реальной стоимости товаров в сторону понижения. В результате происходит снижение общей выручки и нормы прибыли.

В то же время в результате утечки капиталов из низкоприбыльных отраслей происходит сокращение производства в них, а спрос на выпускаемые в данных отраслях товары начинает превышать предложение. В результате этого рыночная цена на них становится больше стоимости, выручка растет, а вместе с ней – и норма прибыли, которая начинает подниматься до среднего уровня. В таких условиях становится выгодным вкладывать капиталы и в те отрасли, где раньше прибыль была более низкой, так как в отраслях с высокой нормой прибыли она понизилась, а в бывших низкоприбыльных отраслях, напротив, повысилась.

Постоянный перелив капиталов из одной отрасли в другую в условиях свободной конкуренции ведет к выравниванию отраслевых норм прибыли и образованию средней нормы прибыли. В итоге межотраслевая конкуренция объективнее создает определенное динамическое равновесие, которое обеспечивает получение равной прибыли на равный капитал независимо от того, где он вложен. Таким образом, через механизм межотраслевой конкуренции закон стоимости стихийно регулирует распределение капиталов, средств производства и рабочей силы между различными отраслями рыночного хозяйства, а также стимулирует развитие научно-технического прогресса.

В экономической науке выделяется также понятие «недобросовестная конкуренция». Под ней понимается деятельность хозяйствующего субъекта, направленная на получение коммерческой выгоды нечестным путем. Сюда можно отнести:

а) обман потребителей и хозяйственных партнеров о качестве и достоинствах товара, которыми в действительности он не обладает;

б) распространение ложной информации о своих конкурентах, наносящей ущерб их деловой репутации;

в) использование чужого товарного знака и фирменного наименования без разрешения лица, на имя которого они зарегистрированы;

г) экономический и промышленный шпионаж;

д) махинации с деловой отчетностью (неуплата налогов фирмой ставит ее в более выгодное положение по отношению к исправно платящим налоги);

е) коррупция (подкуп), переманивание специалистов и т. д.

Современные нормы международного права запрещают такую конкуренцию и предусматривают ряд штрафных санкций к компаниям, которые ее используют (в ФРГ, например, тюремное заключение до одного года). Тем не менее недобросовестная конкуренция в настоящее время – вовсе не редкое явление. Здесь для противоборствующих сторон все методы хороши, вплоть до физического уничтожения своего соперника.

Если рассматривать конкуренцию на микроуровне экономики, то она выступает как способ жизнедеятельности хозяйствующих субъектов в условиях общественного разделения труда и экономической обособленности товаропроизводителей на основе частной собственности на средства производства. Поэтому стратегия каждой фирмы предусматривает достижение определенных конкурентных преимуществ. Успех или неуспех данной стратегии зависит от той позиции или места, которое компания занимает в отрасли в соответствии с ее преимуществами и недостатками.

ВЫВОДЫ

Чтобы конкуренция способствовала развитию экономики, необходимо наличие ряда условий.

1. На рынке должно присутствовать как можно больше производителей однородного товара с целью исключения их сговора (явного или тайного) против потребителей.

2. Конкуренция должна заинтересовывать товаропроизводителей в увеличении своих до-

ходов не за счет роста цен, а за счет увеличения выпуска товаров.

3. Необходимо превышение предложения над спросом, т. е. создание рынка потребителя, при котором он имеет возможность выбора (в противном случае это будет рынок производителя).

4. Конкуренция должна подвергаться государственному регулированию, чтобы заставить конкурирующих субъектов хозяйствования учитывать не только свои интересы, но и интересы других граждан и общества в целом. Поскольку конкурентная борьба носит стихийный характер, она при отсутствии регулирующей роли государства может привести к тяжелым экономическим, социальным, экологическим и иным последствиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Маркс, К.** Соч.: в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М.: Госполитиздат, 1955–1981. – Т. 4.: Принципы коммунизма. – 1955. – 615 с.
2. **Маркс, К.** Соч.: в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М.: Госполитиздат, 1955–1981. – Т. 20: Анти-Дюринг. – 1961. – 827 с.
3. **Маркс, К.** Соч.: в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М.: Госполитиздат, 1955–1981. – Т. 46, ч. 2: Рукописи 1857–1859 гг. (первоначальный вариант «Капитала»). – 1969. – 618 с.
4. **Хайек, Ф.** Общество свободных / Ф. Хайек; пер. с англ. А. Кустарева; под ред. Ю. Колкера. – Лондон: Overseas Publications Interchange Ltd, 1990. – 309 с.
5. **Кац, М.** Микроэкономика / М. Кац, Х. Роузен. – Минск: Новое знание, 2004. – 828 с.
6. **Макконнелл, К. Р.** Экономикс: принципы, проблемы, политика: в 2 т. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 2 т.
7. **Сломан, Дж.** Экономикс / Дж. Сломан, М. Сатклифф. – СПб.: Питер; Питер принт, 2005. – 830 с.
8. **Смит, А.** Исследование о природе и причинах богатства народов: в 2 т. / А. Смит; отв. ред. Л. И. Абалкин. – М.: Наука, 1993. – Т. 2. – 570 с.
9. **Санько, Г. Г.** Монополия и конкуренция / Г. Г. Санько. – Минск: Амалфея, 1999. – 125 с.
10. **Ленин, В. И.** Империализм как высшая стадия капитализма / В. И. Ленин. – М.: Книга, 1986. – 502 с.
11. **Пигу, А.** Экономическая теория благосостояния: в 2 т. / А. Пигу. – М.: Прогресс, 1985. – Т. 1. – 512 с.

12. **Кныш, М. И.** Конкурентные стратегии / М. И. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с.

13. **Долан, Э. Дж.** Рынок: микроэкономическая модель / Э. Дж. Долан, Д. Е. Линдсей. – Ленинград: Печатный двор, 1992. – 496 с.

REFERENCES

1. **Marx, K., & Engels, F.** (1955) *Collected Works. 2nd Edition. Vol. 4. Principles of Communism.* Moscow, Gospolitizdat. 615 p. (in Russian).
2. **Marx, K. & Engels, F.** (1961) *Collected Works. 2nd Edition. Vol. 20. Anti-Dühring.* Moscow, Gospolitizdat. 827 p. (in Russian).
3. **Marx, K. & Engels, F.** (1969) *Collected Works. 2nd Edition. Vol. 46, Part 2. Manuscripts 1857–1859 (Initial Version of Book “Capital”).* Moscow, Gospolitizdat. 618 p. (in Russian).
4. **Hayek, F.** (1990) *Free Society.* London, Overseas Publications Interchange Ltd. 309 p. (in Russian).
5. **Katz, M., & Rosen, H.** (2004) *Microeconomics.* Minsk, Novoye Znanie. 828 p. (in Russian).
6. **McConnell, C. R., & Brue, S. L.** (2008) *Economics: Principles, Problems, Policy.* 17th ed. New-York, McGraw-Hill/Irwin. 488 p. (Russ. ed.: McConnell, C. R., & Brue, S. L. (1999) *Ekonomiks: Printsipy, Problemy, Politika.* Part 2. Moscow, INFRA-M).
7. **Sloman, J., & Sutcliffe, M.** (2000) *Economics.* Financial Times/Prentice Hall. 772 p. (Russ. ed.: Sloman, J., & Sutcliffe, M. (2005) *Ekonomiks.* Saint-Petersburg, Piter. 830 p.).
8. **Smith, A.** (1776) *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations.* Electric Book Company. 1281 p. (Russ. ed.: Smith, A. (1993) *Issledovanie o Prirode i Prichinakh Bogatstva Narodov.* Vol. 2. Moscow, Nauka. 570 p.).
9. **Sanko, G. G.** (1999) *Monopoly and Competition.* Minsk, Amalfeia. 125 p. (in Russian).
10. **Lenin, V. I.** (1986) *Imperialism as Highest Stage of Capitalism.* Moscow, Kniga. 502 p. (in Russian).
11. **Pigou, A. C.** (1932) *The Economics of Welfare.* 4th ed. London: Macmillan & Co. (Russ. ed.: Pigou, A. (1985) *Ekonomicheskaya Teoriya Blagosostoianiia.* Vol. 1. Moscow, Progress. 512 p.).
12. **Knysh, M. I.** (2000) *Competitive Strategies.* Saint-Petersburg, 284 p. (in Russian).
13. **Dolan, E. G., & Lindsey, D. E.** (1990) *Microeconomics.* Dryden Press (Holt Rinehart & Winston, Inc.). (Russ. ed.: Dolan, E. G., & Lindsey, D. E. (1992) *Rynok: Mikroekonomicheskaya Model'.* Leningrad, Pechatnyi Dvor. 496 p.).

Поступила 14.02.2014