

Наталія О. Власова (Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна)

Ольга С. Ковінько (Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна)

МЕХАНІЗМИ ТА ЕФЕКТИ ПРОЦЕСІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

У статті системно представлено економічні механізми формування ефективності при різних напрямках концентрації як форми організації виробництва. Виділено особливості їх реалізації на сучасному етапі розвитку роздрібно торгівлі та визначено основні ефекти й можливі втрати, що дає змогу обґрунтовано підійти до визначення оптимальних розмірів окремих підприємств та їх об'єднань у галузі.

Ключові слова: концентрація, ефект, витрати, контракти, роздрібна торгівля, торговельні мережі, інтеграція.

Табл. 1. Літ. 25.

Наталья А. Власова (Харьковский государственный университет питания и торговли, Украина)

О. С. Ковинько (Харьковский государственный университет питания и торговли, Украина)

МЕХАНИЗМЫ И ЭФФЕКТЫ ПРОЦЕССОВ КОНЦЕНТРАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В статье системно представлены экономические механизмы формирования эффективности при различных направлениях концентрации как формы организации производства. Выделены особенности их реализации на современном этапе развития розничной торговли и определены основные эффекты и возможные потери. Это дает возможность обоснованно подходить к определению оптимальных размеров отдельных предприятий и их объединений.

Ключевые слова: концентрация, эффект, затраты, контракты, розничная торговля, торговые сети, интеграция.

Nataliya O. Vlasova (Kharkiv State University of Nutrition and Trade, Ukraine)

Olga S. Kovinko (Kharkiv State University of Nutrition and Trade, Ukraine)

MECHANISMS AND EFFECTS OF CONCENTRATION PROCESSES IN RETAIL TRADE

The article presents the system of economic mechanisms related to the efficiency at various directions of concentration as a form of production organization. The peculiarities of their realization are outlined at the current stage of retail development, and the major effects and potential losses are determined. This would enable the grounded approach to estimation of optimal sizes of separate enterprises and their unions.

Keywords: concentration; effect; expenses; contracts; retail trade; retail chains; integration.

Постановка проблеми. Концентрація як форма організації виробництва є важливою умовою його ефективності. Підкреслимо, що під виробництвом слід розуміти будь-яку діяльність з використання природних ресурсів, включаючи ресурси й самої людини, для одержання як відчутних, так і невід-

чутних (нематеріальних) благ [7], а під ефективністю, у загальному вигляді, – співвідношення результату діяльності й витрат з нею пов'язаних [5], розмір і межі підприємств, пов'язані з максимізацією перевищення результату над витратами.

Як свідчить практика господарювання, не завжди високий рівень концентрації супроводжується високою ефективністю. Наявність різноманітних за розміром підприємств, особливо в таких галузях, як сфера обслуговування, роздрібна торгівля, потребує чіткого визначення економічних механізмів формування відповідних ефектів і витрат у процесі зростання розмірів окремих підприємств та їх об'єднань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми концентрації виробництва широко висвітлені у працях класиків економічної теорії та сучасних зарубіжних вчених: С. Брю [12], К. Макконела [12], К. Маркса [13–15], А. Маршалла [16–18], Д. Росса [23], А. Сміта [21], Д. Хікса [24], Ф. Шерера [23], та інших. Вагомий внесок у розвиток теоретичних і методологічних питань розвитку концентрації виробництва зробили провідні вітчизняні науковці В.Г. Андрійчук [2], Б.Ф. Заблоцький [8], В.В. Костецький [9], С.В. Мочерний [19], Г. Паламарчук [20] та інші. Що стосується роздрібно торгівлі, то окремі питання особливостей і стану концентрації у галузі розглянуті у дослідженнях В.В. Апопія [3], Л.О. Лігоненко [22], А.А. Мазаракі [6].

Невирішені частини проблеми. Слід зазначити, що прояв економічних механізмів формування ефективності процесів концентрації має галузеві особливості. Що стосується роздрібно торгівлі, то ці механізми ще системно не досліджувалися й не представлені у науковій літературі.

Мета дослідження полягає у системному розгляді економічних механізмів формування ефектів і витрат при різних напрямках концентрації як форми організації виробництва й особливостей їх реалізації на сучасному етапі розвитку роздрібно торгівлі.

Основні результати дослідження. В основі першого механізму, що дає змогу визначити ефекти концентрації виробництва, лежать неокласичні постулати, основними з яких є: 1) обмеженість ресурсів; 2) раціональне поведіння економічних суб'єктів; 3) безкоштовність ринкових трансакцій [16–18]. Механізм характеризує рівень ефективності технічної концентрації і пов'язаний з так званим «ефектом масштабу» діяльності окремого підприємства. Залежно від технології виробництва, функціональних особливостей галузі механізм визначає мінімальний ефективний обсяг діяльності – такий обсяг виробництва, коли прибуток, одержуваний суб'єктом господарювання, є максимальним і виконуються умови рівності граничних витрат і граничного доходу. Тобто підприємство оптимальним способом використовує наявні ресурси. Витрати, що припадають на одиницю випуску, при збільшенні обсягу виробництва зменшуються, але після досягнення мінімально ефективного розміру виробництва (МЕРВ) зростають. Якщо фірма виготовлятиме більше чи менше за кількість, пов'язану з мінімальними витратами, її сукупні витрати будуть занадто великими і вона не зможе конкурувати з іншими фірмами, оскільки їй доведеться призначити вищу ціну на свій товар порівняно з цінами конкурентів. Величина мінімальних витрат показує мінімальну ціну, яку окремі підприємства

можуть призначити за товар. За такої ціни можна знайти місткість ринку – кількість покупців, які захочуть купити товар. Порівняння місткості ринку з МЕРВ дозволяє визначити максимальну кількість підприємств, що можуть діяти в галузі. Чим більший МЕРВ окремого суб'єкта господарювання порівняно з місткістю ринку, тим менша їх кількість в галузі. МЕРВ показує горизонтальну межу можливого зростання підприємства. Підприємствам нецільно (неефективно) збільшувати обсяги виробництва за межі МЕРВ.

Відповідно до неокласичного підходу, основним ефектом від зростання виробництва на окремих підприємствах є максимум прибутку, який забезпечується зростанням масштабів виробництва до певних розмірів. Ефективність як відносний показник знаходить відображення у підвищенні рівня рентабельності, ресурсовіддачі, зниження рівня поточних витрат тощо.

Технічна концентрація виробництва в окремих підприємствах роздрібною торгівлі, що мають фіксоване місце розташування, обмежується їхньою торговельною зоною, на розмір і форму якої впливають такі чинники, як тип і розмір магазину, розташування магазинів фірм-конкурентів, особливості розміщення житлових масивів, час їзди й транспортні можливості населення щодо відвідування магазину [4]. На залучення покупців до магазину впливають цінова й асортиментна політика, якість обслуговування та наявність додаткових послуг, реклама тощо. Споживач прихильний до певного торговельного об'єкта до тих пір, поки цінність товарів і послуг для нього перевищує транспортні та інші витрати споживання, пов'язані з покупками у цьому магазині. Тобто зростання розмірів підприємств роздрібною торгівлі за рахунок залучення додаткових ресурсів (трудових, товарних, фінансових, торговельних площ) не завжди супроводжується відповідним зростанням обсягів товарообороту й прибутку, що свідчить про зниження ефективності. Безмежному зростанню підприємства перешкоджає не висхідна крива витрат, а спадна крива попиту [25]. Ці явища притаманні як невеличким торговельним об'єктам з незначним індивідуальним (сімейним) капіталом, так і великим магазинам з різноманітними колективними та змішаними формами власності.

Концентрація як об'єктивний процес розвитку організації виробництва пройшла різні етапи, обумовлені зовнішніми й внутрішніми чинниками та відповідними економічними механізмами. Відставання торговельної галузі від галузей промисловості за рівнем концентрації у ХХ ст. ставила її у невідгідне становище під час укладання угод з великими виробниками щодо реалізації товарів. Потреба у використанні переваг великого виробництва, зростання розмірів капіталу, який з більшою швидкістю зростає саме у торговельній галузі, стали тими чинниками, які сприяли переходу до інших форм концентрації.

Наступний етап розвитку торгівлі пов'язаний з так званою економічною концентрацією, коли розмір підприємства (фірми) зростає за рахунок включення до його складу певної кількості відокремлених торговельних об'єктів. Це може відбуватися шляхом відкриття нового (другого, третього тощо) магазину підприємцем, який успішно функціонує на ринку, на основі концентрації капіталу, а також шляхом добровільного об'єднання (інтегрування) декількох самостійних підприємств для вирішення загальних проблем підвищення ефективності їх функціонування або поглинання більш ефективними об'єк-

тами інших, менш ефективних, тобто на основі централізації капіталу. Концентрація на основі інтегрування може бути як горизонтальною, так й вертикальною.

Горизонтально інтегровані мережі підприємств у роздрібній торгівлі також створюються з метою оптимізації витрат як у сфері закупівлі товарів, так і у сфері їх продажу кінцевим споживачам. Створення великих об'єднань однотипних підприємств дозволяє їм працювати безпосередньо з великими виробниками, оминаючи гуртову торгівлю, встановлювати тривалі та стійкі контракти, впливати на рівень цін закупівлі. У взаєминах з покупцями переваги таких об'єднань виявляються в економії витрат на рекламу, маркетингові дослідження, стимулювання збуту тощо.

Рух від технічної концентрації до економічної, від окремих магазинів до великих інтегрованих торговельних мереж обумовлений механізмом, що забезпечує ефективність великому виробництву. Дія цього механізму пояснюється неінституційною теорією підприємства або теорією трансакційних витрат, за якою підприємство являє собою мережу контрактів зі значною кількістю зовнішніх і внутрішніх контрагентів. Засновником цієї теорії став Р. Коуз, який сформулював такі принципові положення: 1) зберігається фундаментальний принцип обмеженості ресурсів, що припускає можливість вибору; 2) має місце обмежена раціональність поведінки економічних суб'єктів, що допускає появу опортунізму; 3) ринкові трансакції не є безкоштовними, з'являються трансакційні витрати, які дають підприємцеві можливість вибору між ринковою трансакцією, трансакцією, захищеною контрактною угодою, і трансакцією, що стає частиною внутрішньофірмової ієрархії [10].

Укладення контракту супроводжується витратами часу і зусиль на пошук ділового партнера, ведення переговорів, визначення умов договору, а також витрати на оплату фахівців, чиї послуги необхідні при укладенні контракту, які разом складають трансакційні витрати – витрати, пов'язані з трансакцією, угодою, контрактом.

Виділяють 4 види трансакційних витрат: 1) витрати, пов'язані з пошуком інформації про потенційних постачальників, покупців, товари, ціни тощо; 2) витрати, пов'язані з укладанням контрактів; 3) витрати на контроль за реалізацією контрактної угоди; 4) витрати, пов'язані з юридичним захистом контракту (судові тощо). Всі зазначені витрати не можуть вважатися суто бухгалтерськими, тому що значна частина цих витрат має ймовірнісний або очікуваний характер. Проте вони настільки ж реальні, як і ті витрати, які підтверджуються бухгалтерськими документами.

Визначення ефективності в умовах ринку – це не тільки порівняння результату та витрат діяльності підприємств. Це й порівняння ризику та невизначеності, спричинених тим, що ціни встановлюються після процесу виробництва без врахування витрат на ринкові трансакції. Якщо ризик незначний, а міра невизначеності середовища порівнянна для всіх економічних суб'єктів, то підприємець робить висновок про досить високу ефективність функціонування економічної організації, у нашому випадку – ринку [1].

В умовах контрактної системи, коли неринковий механізм є ефективнішим, ніж ринковий, саме порівняння результату й витрат для господарюючого

суб'єкта зазнає істотних змін. По-перше, у нього з'являється вибір між двома формами економічної організації (ринком і контрактною системою). По-друге, господарюючому суб'єкту тепер недостатньо порівнювати тільки дохід і витрати. Необхідно порівняти й дати відповідь на питання: що (при вже проведеному вище порівнянні) ефективніше – понести додаткові витрати, пов'язані з контрактними відносинами, але при цьому знизити ризик і домогтися меншої невизначеності, або зберегти безкоштовність ринкових трансакцій, але мати підвищений ризик і невизначеність, пов'язані із зовнішнім середовищем. В умовах високої концентрації господарюючий суб'єкт зробить вибір на користь другої альтернативи, тому що навіть при зростанні витрат (за рахунок контрактів) гарантії одержання доходу дають у результаті очевидний додатковий ефект (усе, що зроблено за контрактом, буде реалізовано за цінами, встановленими заздалегідь) на відміну від ситуації невизначеності продажів. У цьому випадку загальна ефективність зростає.

Трансакційні витрати є важливим критерієм оптимізації розміру підприємств чи їх різноманітних об'єднань (мереж) у різних галузях національної економіки, включаючи й роздрібну торгівлю. Врахування їхнього рівня під час прийняття рішень дозволяє визначитися з необхідністю включення (або виключення) до складу організації (фірми, підприємства) того чи іншого виду конкретної діяльності, наприклад, власного виробництва, гуртового ланцюга, транспортного підприємства, централізованого складу тощо.

В умовах вертикально інтегрованих підприємств кількість контрактів та, відповідно, трансакційні витрати значно зменшуються, оскільки діяльність кожної відокремленої ланки підпорядкована загальним процесам і цілям розвитку всієї системи. Кожне підприємство вздовж вертикального продуктового ланцюжка виконує ті функції, виробляє той товар, надає послуги у такому обсязі й за такими цінами, як це визначає фірма в цілому.

Особливостями підприємств роздрібною торгівлі є формування трансакційних витрат, що пов'язані з операціями реалізації товарів кінцевим споживачам, що не може бути підкріплене відповідними контрактами. Мінливість попиту населення, перевищення пропозиції над попитом на більшості товарних ринках, певна невизначеність в обсягах реалізації обумовлюють необхідність проведення гнучкої цінової й активної маркетингової політик. Саме витрати на маркетингові дослідження попиту, активну рекламу, просування товарів та інші маркетингові комунікації складають не тільки реальні додаткові витрати, але й ту частину трансакційних витрат, що пов'язана з реалізацією.

Незважаючи на те, що вертикально інтегрована торговельна мережа економить на трансакційних витратах, у роздрібній торгівлі продовжують існувати самостійні підприємства, що не об'єднуються в одну структуру. Це пов'язано з тим, що при вертикальному зростанні фірми збільшується кількість зайнятих і протяжність торговельно-виробничого процесу. Сукупний результат діяльності є наслідком діяльності багатьох підрозділів і множини працівників. У результаті може втрачатися зв'язок між працею й продуктом праці. Якщо товар виявився неякісним, то хто відповідатиме за брак: виробник, продавець чи постачальник сировини? Щоб уникнути претензій кінцевих споживачів, вертикально інтегрована мережа вимушена контролювати якість діяль-

ності на кожному етапі товарного ланцюжка. І чим більше підприємств до неї залучені, тим вищими є витрати на контроль та управління.

Таким чином, велика вертикально інтегрована торговельна мережа стикається з високими витратами на контроль та управління за невеликих трансакційних витрат. А дрібна самостійна фірма, що діє поза межами вертикального товаропровідного ланцюжка, має низькі витрати на контроль та управління, але високі трансакційні витрати. Порівняння величин трансакційних витрат і витрат на контроль та управління визначає нижню та верхню вертикальні межі фірми. Тобто рівень економічної концентрації в цих умовах буде ефективним за умов мінімізації сумарних витрат на трансакції та управління. Проблеми контролю й управління зменшуються у зв'язку із сучасними засобами інформатизації, швидкістю передачі інформації.

Третій механізм формування ефективності концентрації пов'язаний з монополізацією ринків, що найбільш притаманне фінансовій концентрації. Остання являє собою багатопродуктові утворення зі значною кількістю підприємств, пов'язаних системою загальних фінансів і загального керівництва. Великі національні й транснаціональні торговельні компанії займають усе більшу частку в обсягах продажів (наприклад, частка 5 найбільших рітейлерів у 33 європейських державах досягає майже 45% усього роздрібного ринку [11]), що дозволяє їм використовувати не ринкові механізми у забезпеченні ефективності, а механізми монопольного становища на товарних ринках. Максимізація прибутку у цьому випадку забезпечується можливістю монополіста встановлювати контроль над цінами й регулювати, відповідно, обсяг продажів, порушуючи закони вільної конкуренції.

У процесі історичного розвитку виникнення капіталів-монополій, що відтворюється на власній основі, спричинило якісні зміни в економічній системі, впровадження основ регулювання, підризу панування ринкової економічної організації, розвитку контрактної системи як самостійної форми економічної організації й зміцнення внутрішньофірмової ієрархії за рахунок концентрації виробництва та капіталу. Капітали-монополії своїм існуванням підривають ринкову форму організації й не прагнуть часто вибирати її для захисту власних трансакцій.

Монополістичні утворення можуть відігравати як позитивну, так і негативну роль в економіці. Їхніми позитивними рисами є: максимальне використання ефекту масштабу виробництва; мобілізація значних фінансових ресурсів для інноваційного розвитку, використання досягнень науково-технічного прогресу; створення та підтримка єдиних стандартів на вироблену продукцію й надавані послуги; скорочення втрат, пов'язаних з ризиком і невизначеністю. Але визначені переваги можуть стати й недоліками. Так, можливість визначати рівень продажної ціни створює спокусу перекласти витрати значною мірою на кінцевого споживача, який не в змозі впливати на виробника. Монопольна влада у своїх інтересах може блокувати технічний прогрес, «заощаджувати» за рахунок зниження якості продукції та послуг, набувати форми адміністративного диктату, що підмінює економічний механізм. Необхідність її утримання потребує додаткових витрат, що знижує не тільки загальну соціально-економічну ефективність на рівні держави, а й ефективність діяльності самих моно-

полій Ця форма економічної організації глибоко суперечлива. Усунути існуючі суперечності суспільство може тільки одним способом – антимонопольним державним регулюванням.

Як відомо, характерною рисою роздрібно́ї торгівлі є наявність широкого кола різноманітних за розміром підприємств, в тому числі невеликих, які в межах певного локального ринку можуть розглядатися як «маленькі монополісти». Це пояснюється таким явищем, як диференціація продукту, яка досягається за рахунок дійсних якісних різниць в однорідній групі товарів (послуг) або за рахунок штучних відмінностей (наприклад: упаковки, торгової марки, реклами тощо). Неоднорідність може бути досягнута й за рахунок місця продажу товару, так званої «зони чистої монопольної влади», що особливо важливо для підприємств роздрібно́ї торгівлі. Зі зростанням диференціації продукту масштаби й значення цінової конкуренції знижуються, тоді як нецінові методи конкуренції все більшою мірою визначають конкурентоспроможність торговельного підприємства.

Диференціація товарів і послуг потребує додаткових витрат. Оптимальний її рівень залежить від декількох чинників. Більшій диференціації можна очікувати зі зростанням щільності населення, його платоспроможного попиту та готовності більше платити за бажані особливості товару. Оптимальна диференціація товарів негативно пов'язана з початковими (капітальними) витратами вибору місця розташування або надання вже знайомому товару додаткових властивостей. Ці витрати беруть на себе ті (виробники, торговці, покупці), для кого різноманіття є найбільш важливим [7].

Наступна форма концентрації є специфічною саме для підприємств роздрібно́ї торгівлі, сфери послуг і розваг. Це концентрація на основі просторового об'єднання незалежних підприємств у торговельних центрах. Це група об'єктів різного функціонального призначення, розташованих на єдиній території спеціально спроектованих будівель, що пропонують широкий асортимент товарів і різноманітних послуг відповідно до потреб населення. Професійне управління, єдність концепції та мети функціонування й розвитку, інтеграція властивостей забезпечують відповідний синергетичний ефект. Для кожного окремого підприємства сумісне існування забезпечує ефекти у відносному зниженні витрат утримання й трансакційних витрат, пов'язаних з реалізацією товарів.

Зведена характеристика розглянутих вище основних напрямів концентрації у роздрібно́ї торгівлі наведена в табл. 1.

Висновки. Таким чином, ефективний розмір окремих підприємств роздрібно́ї торгівлі та їхніх інтегрованих об'єднань як суб'єктів економічної діяльності визначається в межах оптимізації сукупності капітальних і поточних витрат, трансакційних витрат і витрат на внутрішній контроль й управління. Окрім цього, розмір залежить від меж цільового ринку та стратегії підприємств. Подальші дослідження будуть присвячені виявленню ролі стратегічного управління у визначенні розмірів роздрібних торговельних підприємств, що забезпечують необхідний (цільовий) рівень ефективності.

1. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации: Учеб. пособие. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2002. – 156 с.

Таблиця 1. Характеристика основних напрямів концентрації у роздрібній торгівлі, авторська розробка

Напрями розвитку концентрації	Вид, форма, джерела	Основні форми власності та організаційно-правові форми	Основні ефекти	Основні обмеження
1. Технічна концентрація – концентрація в межах окремого об'єкта роздрібною торгівлі	За рахунок накопичення та концентрації капіталу	Приватна, індивідуальна або сімейна	Зростання обсягів реалізації й економія на поточних витратах	Локальний попит населення; ефект масштабу
2. Економічна концентрація: - концентрація за рахунок розвитку власної торговельної мережі	За рахунок накопичення та концентрації капіталу	Індивідуальна, сімейна, колективна	Зростання обсягів реалізації та економія на поточних витратах	Обмеженість індивідуального капіталу
- концентрація на основі добровільного об'єднання незалежних підприємств (фізичних, юридичних осіб) у сфері роздрібною торгівлі	Горизонтальна інтеграція на основі кооперування, партнерських відносин	Змішана, колективна	Економія на поточних і частково транзакційних витратах на закупівлю та продажі товарів	Рівень витрат на управління та контроль
4. Концентрація на основі об'єднання відокремлених підприємницьких структур на міжгалузевому рівні	Вертикальна інтеграція на основі концентрації та централізації капіталу	Змішана, колективна	Економія на транзакційних витратах	Рівень витрат на управління та контроль
3. Фінансова концентрація – концентрація на основі корпоративного об'єднання різноманітних підприємницьких структур	Вертикальна та змішана інтеграція на основі централізації капіталу	Корпоративна	Монополізація ринків	Антимонопольне державне регулювання
4. Концентрація на основі просторового об'єднання незалежних підприємств у торговельних центрах	Диверсифікація, універсальна сервісна обслуговування покупців	Різноманітні	Економія на витратах на утримання й транзакційних реалізації	Просторові, транзитні можливості

2. *Андрійчук В.Г.* Економіка аграрних підприємств: Підручник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
3. *Анопій В.В.* Внутрішня торгівля України: напрями структурної перебудови // Вісник ЛКА.– 2003.– №14. – С. 38–50.
4. *Берман Б., Аванс Дж.Р.* Розничная торговля: стратегический поход / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.
5. *Власова Н.О., Круглова О.А., Шуміло О.С.* Формування ефективної системи обслуговування споживачів у підприємствах роздрібної торгівлі: Монографія. – Харків: АдВА, 2011. – 132 с.
6. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку: Монографія / А.А. Мазаракі, І.О. Бланк, Л.О. Лігоненко та ін. – К.: КНТЕУ, 2006. – 195 с.
7. *Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И.* Микроэкономика: В 2-х т. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1 – 349 с.
8. *Заболоцький Б.Ф., Кокотко М.Ф., Смовженко Т.С.* Економіка України. – Львів: Львівський банківський коледж Нац. банку України, 2007. – 580 с.
9. *Костицький В.В.* Закон перманентної концентрації капіталу: економічна історія і українські реалії. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2003. – 198 с.
10. *Коуз Р.* Фирма, рынок и право: Сб. статей / Пер. с англ. Б. Пинскера; Науч. ред. Р. Капелюшников. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.
11. *Кулик А., Шубина О.* Анализ развития ритейла в Украине (2008–2012) // www.credit-rating.com.ua.
12. *Макконелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс. Принципы, проблемы и политика. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 983 с.
13. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинение. – 2-е изд. – М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1960. – Т. 23: Маркс К. Капитал. Критика политической экономии, 1 ч. – 900 с.
14. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинение. – 2-е изд. – М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1960. – Т. 24: Маркс К. Капитал. Критика политической экономии, 2 ч. – 643 с.
15. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинение. – 2-е изд. – М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1961. – Т. 25: Маркс К. Капитал. Критика политической экономии, 3 ч. – 542 с.
16. *Маршалл А.* Принципы экономической науки: В 3-х т. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 1. – 415 с.
17. *Маршалл А.* Принципы экономической науки: В 3-х т. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 2. – 310 с.
18. *Маршалл А.* Принципы экономической науки: В 3-х т. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 3. – 351 с.
19. *Мочерний С.В., Довбенко М.В.* Економічна теорія: Підручник. – К.: Академія, 2004. – 856 с.
20. *Паламарчук Г., Паламарчук О.* Трансформування організаційних структур в економіці України // Економіка України.– 2008.– №12. – С. 40–46.
21. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
22. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: Монографія / Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославец, Г.Л. Піратовський та ін.; За ред. Л.О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2009. – 334 с.
23. *Шерер Ф.М., Росс Д.* Структура отраслевых рынков / Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1997 – 698 с.
24. *Hicks, J.* (1974). Capital Controversies: Ancient and Modern. *American Economic Review, Papers and Proceedings*, May, 159 p.
25. *Sraffa, P.* (1926). The Lows of Returns Under Competitive Conditions. *Econ. Journ.*, 36(144, Dec): 535–550.

Стаття надійшла до редакції 7.12.2012.