

О. А. Хитрова,
асистент, ЧТЕІ КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

О. А. Khitrova,
Assistant CHTEI KNTEU, Chernivtsi

FEATURES OF COMPETITION IN THE ERA OF GLOBALIZATION OF ECONOMIC RELATIONS

У статті досліджено особливості конкуренції в епоху глобалізації економічних відносин. Визначено, що завдяки виробництву високотехнологічних товарів, вартість деяких розробок зростає настільки, що їх окупність забезпечується лише в разі виходу на глобальний ринок, що призводить до об'єднання компаній і переводить конкуренцію на глобальний рівень.

The features of competition in the epoch of globalization of economic relations are investigational in the article. Certainly, that due to the production of highly technological commodities, the cost of some developments grows so that their recoupment is provided only in the case of going into a global market which results in the association of companies and translates a competition on a global level.

*Ключові слова: конкуренція, глобалізація, соціально-економічні системи, гіперконкуренція.
Key words: competition, globalization, socio-economic systems, hypercompetition.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Конкуренція є головною ознакою середовища функціонування і одночасно важливим чинником розвитку соціально-економічних систем різного рівня. Розгляд конкуренції як антагоністичної боротьби має право на існування. Однак, якщо аналізувати сутність конкуренції за характером ринкової поведінки її учасників, потрібно зауважити, що в сучасній економічній науці виокремлюються два види конкуренції; конкуренція "чесна" або "добросовісна" і "недобросовісна конкуренція" [7]. Остання передбачає отримання переваг над конкурентом за рахунок його дискримінації. При цьому найчастіше використовується розповсюдження неточних або неправдивих відомостей про конкурентів, введення в оману споживачів відносно способу виготовлення товару, його якості, незаконне використання товарного знаку конкурентів. Також до методів недобросовісної конкуренції відносять: демпінг, таємна змова на торгах і створення таємних картелів, підробка продукції конкурентів, корупція, неправдива реклама власної продукції та ін. [11]. Як бачимо, антагоністичний характер відносин дійсно притаманний недобросовісній конкуренції. Проте така конкуренція, хоч і зачіпає економічні відносини, проте здебільшого знаходиться в правовій площині. Тому в подальшому ми обмежимося здебільшого добросовісною конкуренцією.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Як боротьба розглядається конкуренція і багатьма фахівцями, з чим не можна погодитися. Як приклад, наведемо цитати Дж. Траута і Е. Райса з їх книги "Маркетингові війни": "Вільне підприємництво — це маркетингова війна. Конкуренція стає звірячою... Істинна природа маркетингу — конфлікт між корпораціями, а не задоволення людських потреб. Якщо в процесі конкуренції задовольняються потреби людей, то в інтересах суспільства дозволити конкуренцію" [18, с. 22—23]. Така позиція підтримується і деякими російськими фахівцями. Наприклад, В. Тикін зазначає, що "будь-яка діяльність підприємця, спрямована на отримання прибутку, переслідує мету скорочення прибутку інших підприємців, оскільки поведінка суб'єктів господарювання — боротьба за гроші споживача, а тому завдає конкурентам певного збитку" [19, с. 92].

Підхід до конкуренції як антагоністичної боротьби базується на її класичній концепції, яка започаткована А. Смітом [21] і в подальшому розвинута в працях А. Маршала [15], Дж. Робінсона, Е. Чемберліна [20], Ф. Хайека [23] та інших вчених. Конкурентні відносини в зазначеній концепції розглядаються в контексті дилеми "виграв-програв", а сам конкурентний процес — як своєрідна гра з нульовим результатом, коли вигравши одного конкурента означає програш іншого.

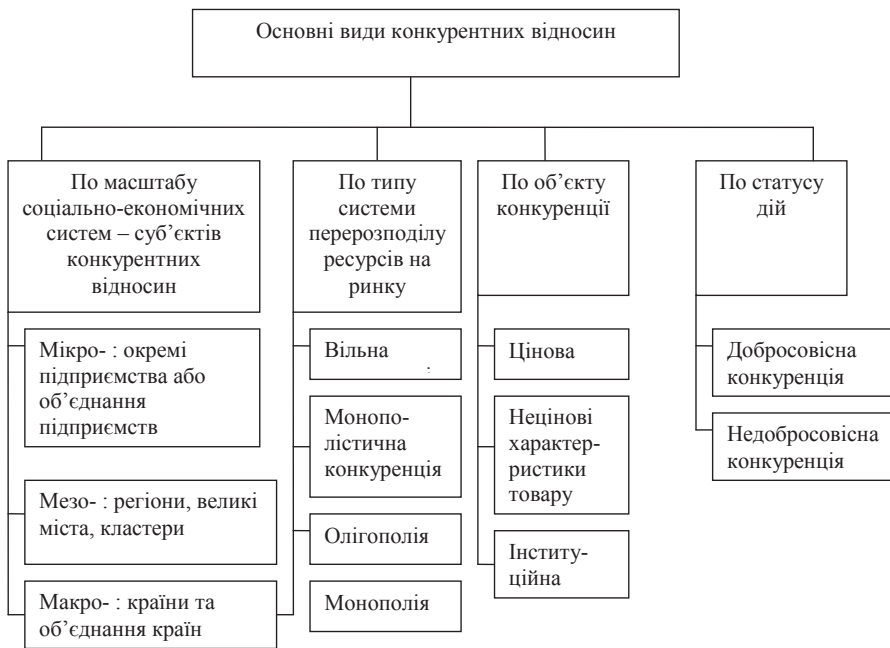


Рис. 1. Основні види конкуренції

Джерело: розроблено автором.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження особливостей конкуренції в епоху глобалізації економічних відносин.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зазначимо, що в сучасній економічній науці поняття "конкуренції" розширилося порівняно з розглядом її як протиборства учасників ринку. Як слушно наголошує Н. Розанова, сучасні уявлення про конкуренцію характеризуються зміною концепції конкуренції на більш широке поняття "взаємодія фірм на ринку" [13]. Таке трактування конкуренції більше відповідає і смислово значенню даного терміна. Адже в буквальному перекладі *konkurrieren* означає — перебувати одночасно, діяти разом [14]. Боротьба означає, що є переможець і є переможений, тоді як змагання може передбачати наявність лідера і відстаючого. У Законі України "Про захист економічної конкуренції" термін економічна конкуренція також визначена як "змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання" [9].

В умовах глобального та гіпердинамічного середовища навіть крупним компаніям складно реалізувати свої ринкові стратегії, якщо вони протистоять всім конкурентам. Тому конкурентна поведінка на сучасному етапі все більше є синтезом конкуренції (як боротьби) та співробітництва. Причому на сучасному етапі низка факторів впливає на посилення співробітництва в зазначеному синтезі. На думку С. Періса та Дж. Хендерсона, основні з них — це: технологічна залежність та взаємодоповнюваність, можливість скорочення тривалості інноваційного процесу, отримання доступу до ринків ресурсів та збуту, висока вартість розвитку технології, невизначеність в умовах високої динаміки зовнішнього середовища [30, с. 908]. Проте, головним чинником співпраці між конкурентами зазначені дослідники виок-

ремлюють отримання знання [30, с. 908]. Фактично на такому ж мотиві участі у співробітництві наголошують і А.Гельвановський і Т. Литвинова, які вказують, що в умовах посиленої конкуренції девізом багатьох компаній є лозунг "Навчатися у партнера". Тому компанії, вступаючи в міжнародні альянси, розглядають їх як "своєрідне вікно, яке дозволяє підглядіти можливості партнера" [6, с. 158]. Тобто альянси, зокрема міжнародні, використовуються конкуруючими компаніями для отримання навичків (знань) за межами формальних відносин, або так званих неформалізованих знань.

У 1990-ті роки з'явилася теорія конкуренції на основі переваг ресурсів, засновником якої вважається С. Хант [27] (R-A теорія (resource-advantage theory)). Як зазначає Хант, конкуренція — це постійна боротьба між фірмами за

переваги у відношенні ресурсів, які ведуть до досягнення положення на ринку, яке надає певні переваги у вигляді заняття певних ринкових сегментів, що дають можливість отримувати більш високі фінансові результати [27, с. 135]. Причому, якщо проаналізувати підхід С. Ханта, фінансові результати не можна отримати без переваг саме у перерозподілі ресурсів, які отримує фірма, діючи на ринку. Даний підхід, на нашу думку, може бути плідно розвинутий для обґрунтування конкурентної поведінки і конкуренції не лише на рівні підприємств, а й соціально-економічних систем більш високого рангу: регіонів, окремих країн та наднаціональних об'єднань.

Узагальнивши праці фахівців з проблематики поділу конкуренції за різними ознаками [2], основні види конкуренції наведено на рис. 1.

З вищезазначеного на рис. 1 в контексті предмета дослідження важливою ознакою конкуренції є масштаби конкуруючих соціально-економічних систем, які визначають рівень суб'єктів конкурентних відносин. Найбільш поширеним є їх поділ на мікрорівень (рівень підприємств та прирівняних до них суб'єктів господарювання) та макрорівень (рівень соціально-економічних систем національного рівня) [12]. Дещо менш поширеним є виокремлення мезо-рівня конкуренції: рівня, де конкуруючими соціально-економічними системами виступають регіони [26]. У свою чергу, у ній конкуруючі регіони можуть належати одній національній соціально-економічній системі, а можуть і різним. У першому випадку логічно констатувати внутрішньодержавну міжрегіональну, в другому — міжнародну міжрегіональну конкуренцію.

Потрібно відзначити, що притаманність конкуренції на рівні фірм (мікрорівні) визнається всіма фахівцями, але питання, чи конкурують між собою країни, є дискусійним у економічній науці. Так, на думку П. Кругмана, країни не конкурують одна з одною, подібно до корпо-



Рис. 2. Напрями конкуренції соціально-економічних систем глобального рівня

Джерело: розроблено автором.

рацій [8, с. 37]. Російський фахівець А. Воронов також не включає в конкурентні відносини країни, зазначаючи, що "не існує прикладу (за винятком воєнних конфліктів), де за який-небудь об'єкт конкуренції конкурували б цілі країни [4, с. 42]. Такої ж думки дотримуються й інші представники неокласичного та інших підходів, які не враховують наявність транзакційних витрат [8].

Дійсно, країни не конкурують між собою як корпорації. На рівні регіонів та країн виникає новий вид конкурентних відносин — конкуренція між інститутами. Виникнення даного виду конкуренції справедливо пов'язується з глобалізацією, наслідком якої є відкритість економіки, яка визнається основним фактором інституційних змін [8]. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зниження транспортних та транзакційних витрат для продавців формує глобальні ринки ресурсів: матеріальних, трудових, інформаційних (включаючи знання), фінансових (ринковий прибуток та інвестиції). Підвищення поінформованості про альтернативні інституційні умови в інших країнах зумовлює вибір напрямку переміщення мобільних факторів виробництва їх власниками між інституційними системами. У такому сенсі країни змагаються не тільки за високі позиції в системі перерозподілу доходів глобального ринку, але й за зайняття певних позицій у глобальній системі пере-

розподілу мобільних факторів виробництва (рис. 2).

Чим більш високої позиції в зазначеній системі займає національна економіка, тим менший відтік з країни мобільних факторів виробництва і тим більший притік. Тому в конкурентних відносинах на регіональному та національному рівні важливо забезпечувати два аспекти, які складають конкурентоспроможність:

1) займати якомога вищі позиції в системі перерозподілу

доходів глобального ринку;

2) забезпечувати високу привабливість національних (регіональних) інститутів у порівнянні з іншими соціально-економічними системами такого ж рангу.

Два вищенаведені аспекти конкуренції на регіональному та національному рівні є взаємопов'язаними. Якщо соціально-економічна система займає високі позиції в системі перерозподілу доходів глобального ринку, то її інститути є ефективні, а отже й привабливі в порівнянні з іншими країнами. Це забезпечує збільшення мобільних факторів виробництва за рахунок притоку з інших країн. У сучасних умовах мобільними факторами виробництва є інвестиції, знання (носії знань) і в меншій мірі природні ресурси. Зростання концентрації мобільних факторів виробництва, у випадку їх ефективного поєднання, надає можливість країні посилити позиції в системі перерозподілу доходів глобального ринку через збільшення частки продукції, що реалізується на глобальному ринку (під глобальним ринком будемо розуміти сукупність усіх можливих ринків усіх країн).

Фактично, це й враховується у визначенні конкурентоспроможності національних економік.

На мезо-рівні суб'єктами конкурентних відносин виступають регіони, кластери, великі міста. На даному рівні, починаючи з теорії засновника теорії конкурентного федералізму (КФ) Ч. Тібу,

прийнято вважати, що конкуренція між регіональними органами влади (насамперед як економічними агентами) позитивно впливає на економіку країни. Зазначений автор відзначає як одну з основних чинників конкуренції на регіональному рівні мобільність факторів виробництва, насамперед, робочої сили [28]. У контексті КФ регіональні органи влади для забезпечення розвитку регіональних соціально-економічних систем вимушені "боротися" за фактори виробництва з метою утримання (залучення) їх у власних регіонах.

Зміни в конкурентній боротьбі, зумовлені глобалізацією, були настільки значними,



Рис. 3. Ключові напрями впливу глобалізації на конкуренцію

Джерело: розроблено автором.

що замість терміну "конкуренція" почали вживати термін "гіперконкуренція". Принципову відмінність між вищезазначеними двома поняттями вдало підкреслив професор Базельського університету (Швейцарія) М. Брун, який зазначив, що в минулому на підприємство діяла значна кількість, але ізольованих факторів. В епоху глобалізації ці фактори почали діяти як цілісна сукупність, що й зумовило виникнення багатоаспектної, динамічної та агресивної конкуренції [3]. Зазначимо, що аналізуючи позицію М. Бруна, можна зробити висновок, що межу між доглобалізаційним періодом і епохою глобалізації він проводить по середині 90-х років ХХ-го століття. Проблема ідентифікації моменту, від якого коректно вести відлік глобалізації, і чи остаточно встановилася глобалізація світової економіки у другому десятиріччі ХХІ-го століття виходить за рамки предмета дослідження. Нам важливо те, що конкурентна ситуація в ХХІ-му столітті докорінно відрізняється від її аналога в ХХ-му столітті. Коротко відмінності між конкуренцією в епоху глобалізації (гіперконкуренцією) і "звичайною конкуренцією" в доглобалізаційну епоху М. Брун [3] та слідом за ним низка дослідників [16] зводять до чотирьох ключових відмінностей (рис. 3).

Розглянемо вплив глобалізації на конкуренцію.

1. Якщо в доглобалізаційну епоху підприємства конкурували в багатьох сферах розрізнено, то в ХХІ-му столітті конкуренція відбувається в цих сферах одночасно. Найбільш важливими сферами конкурентної боротьби є якість, ноу-хау, витрати, створення ринкових бар'єрів, фінансовий стан. Якщо раніше можливо було займати високорангову позицію в конкурентному просторі за рахунок високих позицій в одній з вищезазначених сфер, то в сучасних умовах зусилля менеджменту повинні концентруватися на всіх сферах одночасно.

2. У сучасних умовах конкуренція набуває мультиринкового характеру. Як окремі аспекти конкуренції виокремлюються характеристика рівнів: на товарних ринках, ринках ресурсів; на рівні підприємницьких концепцій; конкуренція поодиночці чи в союзі з іншими компаніями проти таких самих союзів. Причому в різних аспектах конкуренції поведінка підприємства може бути суттєво різною. Така особливість гіперконкуренції ще називається "багатоточковість" або "мультиринковість конкуренції" [29]. Підприємство демонструє в різних аспектах конкуренції відмінну (часто діаметрально протилежну) конкурентну поведінку (наприклад, в одних — наступальну, в інших — захисну). Хоча більшість дослідників під мультиринковістю розуміють географічно розділені ринки, де діє підприємство, або ж ринки різних продуктів [29], на нашу думку, в умовах глобалізації зазначене поняття можна розширити не лише на різні ринки, але й інші аспекти конкуренції, тому термін "багато точкова конкуренція" більш коректний, ніж мультиринкова, оскільки він повніше описує специфіку конкуренції в сучасних умовах. Якщо перевести багатоточковість конкуренції в терміни рангових позицій $\alpha, \beta, \gamma, \dots, \omega$, то це означатиме, що кожна позиція визначається сукупністю позицій меншого порядку (координат) в кожному аспекті конкуренції. Та-

ким чином конкурентний простір стає багатовимірним, що значно ускладнює множину траєкторій, по яким можуть змінюватися рангові конкурентні позиції.

3. Ключовою відмінністю гіперконкуренції та конкуренції в доглобалізаційну епоху є відмінності в динаміці розвитку ринку. В епоху глобалізації динамізм розвитку ринків суттєво посилюється. За висновком М. Бруна, з яким, на нашу думку, слід повністю погодитися, позиції конкурентів та розстановка сил на ринках змінюються з усе зростаючою швидкістю [3]. Як слушно зазначає Л. Антонюк: "Зростання транснаціоналізації факторів виробництва розширює масштаби конкуренції, переміщення капіталу, збільшує кількість учасників світового виробництва, сприяючи появі нових конкурентів, зростає конкуренція як за споживачів, так і за постачальників товарів, різко знижується собівартість продукції завдяки досягненню ефекту масштабу та можливостям застосування ТНК новітніх технологічних процесів" [1, с. 15]. В епоху глобалізації постійно збільшується кількість міжнародних поглинань та злиттів. Усе швидше на ринок проникають інновації у вигляді нових товарів та послуг, але і все швидше вони застарівають, їх витісняють нові товари. Недаремно Д'Авені (D'Aveni) зазначав, що ключовою ознакою гіперконкуренції є швидке створення і руйнування ринкових переваг [31]. Яку б ринкову перевагу не створило підприємство, термін її дії в епоху глобалізації стає все коротшим [31]. Як наслідок такої швидкої динаміки чітка конфігурація ринку, як це було в епоху, що передувала глобалізації, в сучасних умовах відсутня. Ринкова конфігурація, як і контури ринку, стають все більш розмитими і неоднозначними, все більше посилюється своєрідна "ерозія" структури ринків [30].

Зростаючу динаміку ринку іноді порівнюють з компресією (стиском) часу для суб'єктів, які управляють соціально-економічними системами [30]. Дійсно, в умовах, що швидко змінюються, часу на прийняття рішень стає все менше, а прогнозувати ситуації стає все складніше, горизонти прогнозів стають все коротшими. Разом з ерозією ринків це посилює невизначеність та ризиковість діяльності на ринку.

Четвертою відмінністю між доглобалізаційною конкуренцією та гіперконкуренцією фахівці вказують зростання агресивності ринкової поведінки учасників конкурентної боротьби. Поведінка фірм все більше віддаляється від мирного суперництва. Здійснюються прямі ринкові атаки з метою послаблення конкурентів, причому часто порушенням правових правил та регулювань. Особливо часто для цього використовується агресивна політика цін [2, с. 34], яка в багатьох випадках переростає в цінові війни, особливо, коли відбувається експансія закордонних виробників на національні ринки інших країн [31, с. 277]. Все більш агресивною стає поведінка не лише виробників, але й торгових посередників [1, с. 15]. Іншими словами, в епоху глобалізації посилюється недобросовісна конкуренція. Існує навіть думка, що всі конкурентні відносини в сучасну епоху переносяться в сферу недобросовісної конкуренції [17]. Однак в даному аспекті більш коректною, на нашу думку, є позиція А. Гордєєва, яку він обстоює в низці своїх публікацій

відносно того, що в конкуренції на сучасному етапі діють дві протилежні тенденції "згасання" та "загострення" конкурентних відносин. Як уже зазначалося, в останні роки значно частіше утворюються альянси та інші форми співпраці між фірмами, всередині яких конкурентна боротьба "згасає", але натомість вона посилюється між такими утвореннями [5]. Власне конкурентна боротьба переноситься на колективний рівень між фірмами, що входять в альянс, та фірмами, що функціонують на ринку самостійно, а також між альянсами [10]. Тому логічніше зазначати не посилення агресивності конкуренції в епоху глобалізації, а диверсифікацію поведінки конкурентів, по відношенню до одних конкурентів вона стає менш агресивною (партнерів по альянсу), але по відношенню до інших часто набуває агресивних рис.

ВИСНОВКИ

З наведених вище особливостей конкуренції в епоху глобалізації економічних відносин, на нашу думку, логічно випливає висновок, що зміна характеру конкуренції зумовлює і зміни в управлінні соціально-економічними системами, втягнутими в даний процес. Третя і четверта з наведеного переліку відмінностей між гіперконкуренцією та конкуренцією в доглобалізаційний період прямопов'язані з загрозами функціонування та розвитку суб'єктів конкурентних відносин. На яких би високих рангових позиціях вони не перебували в поточному періоді, внаслідок дії конкурентів та змін зовнішнього середовища уже в недалекому майбутньому можливе переміщення на більш низькі рангові позиції. Звичайно, якщо не будуть вживатися відповідні заходи з боку суб'єктів управління для утримання або покращання рангових позицій в системі перерозподілу ресурсів на ринку. Зі зміною звичайної конкуренції на гіперконкуренцію для забезпечення функціонування та розвитку соціально-економічних систем необхідно постійно враховувати загрозу переміщення на більш низькі рангові позиції в конкурентній конфігурації, що означає і зменшення доступу до ресурсів у системі ринків, де функціонує система. Перша і друга з вищенаведених особливостей конкуренції в умовах глобалізації також змінюють характер управління, надаючи йому системного характеру, оскільки багатоаспектність конкуренції та її системний характер потребують і адекватного реагування.

Під впливом глобалізації змінюється структура конкуренції. Завдяки виробництву високотехнологічних товарів, вартість деяких розробок зростає настільки, що їх окупність забезпечується лише в разі виходу на глобальний ринок, що призводить до об'єднання компаній і переводить конкуренцію на глобальний рівень, оскільки в такому розі отримати прибуток можливо, лише зайнявши високі рангові позиції на глобальному ринку [25]. Масштаби жодного національного ринку не є достатніми для окупності

В усіх країнах на сучасному етапі досить гостро стоїть проблема захисту національних виробників, які внаслідок глобалізації змагаються за конкурентні позиції не лише між собою, але і з іноземними виробниками та підрозділами ТНК, які розміщуються на території

країни. Систему державного регулювання діяльності комерційних агентів та ринкового середовища у відкритій економіці П.В. Коваленко зводить до принципової моделі, яка об'єднує кілька функціональних блоків: (1) макроекономічного, (2) інституційно-організаційного та адміністративно-правового та (3) інституційно-стимулюючого [11, с. 9]. Тому в умовах глобалізації конкуренція визначається уже не лише ринковими чинниками, а складним чином поєднується з заходами регулювання на національному рівні і в ряді випадків на наднаціональному — оскільки конкурентні відносини регулюються також і міжнародними організаціями ЄС, UNCTAD, ОЕСР та іншими [25, с. 48].

Отже, основні зміни в сутності конкуренції в умовах глобалізації можна звести до наступного: відбувається розширення рангів соціально-економічних систем, які вступають в конкурентні відносини до рівня регіонів та країн; відбувається перехід від конкуренції до гіперконкуренції, що зумовлено зростанням динаміки ринку, мультиринковості та багатоаспектності конкуренції; зростанням кількості альянсів, мереж та інших подібних утворень та співпраці в їх межах та посилення агресивності конкуренції між альянсами та суб'єктами, які діють на ринку самостійно; зростання значимості нецінової конкуренції.

Література:

1. Антонюк Л.Л. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.05.01 [Електронний ресурс] / Л.Л. Антонюк; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2004. — 32 с. — Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/ard/2004/04a-llaug.zip>
2. Братищев И.М. XXI век: глобальная конкуренция и управление социально-экономическими процессами (цели, закономерности и принципы) / И.М. Братищев // Этап: экономическая теория, анализ, практика. — 2010. — № 3. — С. 30—56.
3. Брун М. Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление // Проблемы теории и практики управления. — 1998. — № 3. — С. 104—109. — Режим доступу: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/20_3_98.htm
4. Воронов А. Конкуренция в XXI веке / А. Воронов // Маркетинг. — 2001. — № 5. — С. 16—24.
5. Гордеев В. Две тенденции в эволюции конкуренции // Мировая экономика и междунар. отношения. — 2007. — № 1. — С. 42—48; Гордеев В.А. Современная конкуренция: единство "угасания" и обострения / В.А. Гордеев // Вестник Ивановского государственного университета. — 2008. — № 4. — С. 6—15.
6. Гельвановский М.И. Стратегические альянсы в глобальной конкуренции / М.И. Гельвановский, Т.А. Литвинова Т.А. // Экономический журнал. — 2009. — № 16. — С. 158—162.
7. Дылдина М.С. Недобросовестная конкуренция: понятие и признаки // Вестник магистратуры. — 2012. — № 4. — С. 148—150.
8. Журавлева В.П. Сущность институциональной конкуренции и условия ее появления / В.П. Журавлева, Ф.М. Урумова // Экономический журнал. — 2005. — Т. 9. — С. 36—42.

9. Закон України "Про захист економічної конкуренції" № 2210 від 11 січня 2001 року (зі змінами та доповненнями). — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14>

10. Королева Е.В. Международные стратегические альянсы как фактор развития конкуренции / Е.В. Королева // Российский внешнеэкономический вестник. — 2009. — № 11. — С. 3—6.

11. Коваленко П.В. Інноваційні тенденції інституційного впливу на стратегії міжнародного менеджменту в умовах глобальної конкуренції: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.02 [Електронний ресурс] / П.В. Коваленко; НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. — К., 2008. — 20 с.

12. Романенко В. Конкурентоспроможність національної економіки: системний підхід / В. Романенко // Вісник КНТЕУ. — 2012. — № 2 — С. 21—28.

13. Розанова Н.М. Эволюция взглядов на конкуренцию и практика антимонопольного регулирования: опыт стран с развитой рыночной экономикой [Електронний ресурс] / Н. Розанова // Экономический журнал РГГУ — 2001. — № 2 (2). — Режим доступу: http://economicarggu.ru/2001_2/04rozanovan.shtml#_edn55

14. Кобец Е.А. Основные виды конкурентных отношений в условиях развивающегося рынка / Е.А. Кобец // Известия Южного федерального университета. Технические науки. — 2004. — Т. 39. № 4. — С. 26—29.

15. Маршалл А. Основы экономической науки / А. Маршалл; пер. с англ. В.И. Бомкин [и др.]. — М.: Эксмо, 2008. — 831 с. — Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_all/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR=

16. Субботин А.А. Гиперконкуренция и основные направления стратегии западноевропейских глобальных компаний // Актуальные проблемы Европы. — 2006. — № 2. — С. 92—110.

17. Тикин В.С. Важно четко определять недобросовестную конкуренцию / В.С. Тикин // Бизнес, менеджмент и право. — 2009. — № 2 (19). — С. 90—92.

18. Траут Дж. Маркетинговые войны: [пер. с англ.] / Д. Траут, Э. Райс. — 20-е, юбилейн. изд. — СПб. [и др.]: Питер, 2008. — 292 с.

19. Тикин В.С. Важно четко определять недобросовестную конкуренцию / В.С. Тикин // Бизнес, менеджмент и право. — 2009. — № 2 (19). — С. 90—92.

20. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции: пер. с англ. / Д. Робинсон. — М.: Прогресс, 1986. — 471 с.

21. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; пер. с англ. В. С. Афанасьев. — М.: Эксмо, 2007. — 957 с.

22. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости / Э. Чемберлин; пер. Э. Г. Лейкин, Л. Я. Розовский. — М.: Экономика, 1996. — 351 с. — Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21C-

[NR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR=](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR=)

23. Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода: антология сочинений / Ф.А. Хайек; пер. С. Мальцева, К. Большаков. — СПб.: Пневма, 1999. — 288 с. — Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR=

24. Шамрай Ю.Ф. Формирование новой структуры и нового конкурентного механизма глобализирующейся мировой экономики / Ю.Ф. Шамрай // Вестник российского государственного гуманитарного университета. — 2007. — № 11. — С. 229—241.

25. Филук В. Глобалізація, конкуренція і економічна концентрація — діалектика взаємозв'язку [Електронний ресурс] / В.Г. Филук // Вісник Національного університету Тараса Шевченка. — 2011. — Вип. 128. Сер. Економіка. — С.45—49. — Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Globalization_competition_and_economic_concentration_dialectics_of_interrelation_13930.pdf

26. Фролова Е.Д. Конкурентоспособность региона в глобальной экономике: геоэкономический подход // Современная конкуренция. — 2009. — № 4. — С. 75—84.; Коломак Е.А. Анализ факторов конкурентоспособности региона // Регион: экономика и социология. — 2009. — № 3. — С.87—115; Parise S. Knowledge resource exchange in strategic alliances / S. Parise, J. C. Henderson // IBM SYSTEMS JOURNAL. — 2001. — VOL 40, No 4. — 2001. — P. 908—924.

27. Hunt S.D. A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth / S. D. Hunt. — Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications, 2000. — 303 p.; Hunt S.D. A General Theory of Competition: issues, answers and an invitation / S.D. Hunt // European Journal of Marketing. — 2001. — Vol. 35. — № 5/6. — P. 524—548.

28. Tiebout Ch. M. A Pure Theory of Local Expenditures [Електронний ресурс] / Ch. M. Tiebout // Journal of Political Economy. — 1956. — Vol. 64(3). — P. 416—424. — Режим доступу: <http://www.spa.ucla.edu/ps/pdf/s99/PS294assign/Tiebout.pdf> http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/20_3_98.htm

29. Jayachadran G. Theory of Multipoint Competition: a synthesis and implications for Marketing strategy / G. Jayachadran, J. Gimeno, P. Varadarajan // Journal of Marketing. — 1999. — V. 63 (3). — P. 49—66. — Режим доступу: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/1251775?uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101410373747>

30. Pacheco-de-Almeida G. Erosion, time compression, and self-displacement of leaders in hypercompetitive environments // Strategic Management Journal — 2010. — Vol. 31 (13). — P. 1498—1526.

31. Witteloostuijn A., Wegberg M. Multimarket competition. Theory and evidence // Journal of Economic Behavior and Organization — 1992. — V. 18. — P. 273—282. — Режим доступу: <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=121957>

Стаття надійшла до редакції 17.04.2013 р.