

# РАССМОТРЕНИЕ ПРОЦЕССА КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В ПАРАДИГМЕ КОНЦЕПЦИИ ДИНАМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

*Мушенко Дмитрий Васильевич*  
Соискатель,

Международный банковский институт,  
каф. банковского бизнеса и инновационных  
финансовых технологий

## THE CONSIDERATION OF THE COMPETITIVE PROCESS IN THE MARKET OF BANKING PRODUCTS IN THE PARADIGM OF DYNAMIC EFFICIENCY CONCEPT

*D. Mushenko*

### Annotation

In the article based on empirical data shows changing of the Russian banking sector structure and flow concentration processes. The dynamics of changes in deposit volume, the Herfindahl-Hirschman Index, Tideman-Hall index and The Concentration Index are shown. Competition is considered as a dynamic process of entrepreneurial activity in the paradigm of the Austrian school, which produces social coordination, leading to market equilibrium. The paper explains the negative impact of the banking market regulators, introducing imbalance and discoordination in the market process. Also it shows activity regulators amplifying monopolization of the industry through the creation of administrative barriers to entry, as well as by the removal of the markets actors of the banking market.

**Keywords:** the structure of the Russian banking market, the concentration of the banking industry, The theory of Dynamic Efficiency, the theory of the Austrian School, the competition as a process, the process of banking competition, regulatory actions, interventionism, antitrust.

### Аннотация

В статье на базе эмпирического материала продемонстрировано изменение структуры банковской отрасли РФ и протекание процессов концентрации. Показана динамика изменения объема депозитов, индексов Херфиндаля –Хиршмана, Холла–Тайдмана и индекса относительной концентрации. Конкуренция рассматривается как динамический процесс предпринимательской деятельности в рамках теории Австрийской школы, производящий социальную координацию и ведущей рынок к равновесному состоянию. В статье разбирается негативное влияние регуляторов банковского рынка, вносящее дисбаланс в рыночный процесс. Кроме того показана деятельность регуляторов усиливающая монополизированность отрасли путем создания административных барьеров входа, а так же путем удаления "игроков" с рынка.

### Ключевые слова:

Структура банковского рынка РФ, концентрация банковской отрасли, динамическая эффективность, теория Австрийской школы, конкуренция как процесс, процесс банковской конкуренции, действия регуляторов, интервенционизм, антитраст.

**Д**ля построения маркетинговой стратегии, адекватной постоянно изменяющимся реалиям банковского рынка и верного использования комплекса маркетинга необходимо детальное понимание процесса банковской конкуренции.

Без понимания процесса банковской конкуренции невозможно правильное использование маркетинговых инструментов. При этом следует учесть существование различных подходов к вопросу конкуренции.

На сегодняшний день Банковский рынок Российской Федерации представлен большим количеством банков, число которых находится в окрестности 1000 единиц. В качестве периода для анализа отрасли выбран период с 2011 года по 2014 год до изменения, т.е. период до резкого изменения международной политической конъюнк-

туры, изменения ожиданий субъектов рынка и введения секторальных экономических санкций против РФ.

К началу 2014 [2, с.160] в Российской Федерации существовало 923 кредитные организации и 2005 филиалов. Не смотря на такое большое количество кредитных организаций, представляющих банковскую отрасль, она выглядит монополизированной. Особо монополизированным выглядит рынок депозитов для населения. В целом банковский рынок характеризуется большим количеством институциональных характеристик.

Наглядную демонстрацию изменения объема рынка депозитов, представленных текущими или платежными счетами, а так же не платежными, т.е. сберегательными депозитами[3] дает график представленный на рис. 1.

### Объем рынка депозитов

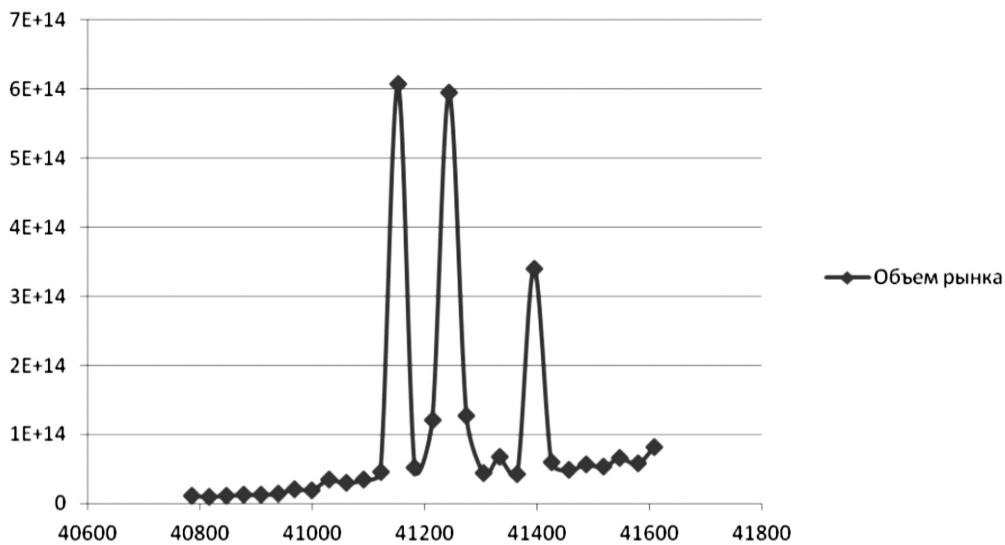


Рис. 1. : Динамика изменения объема депозитов.

### ННИ

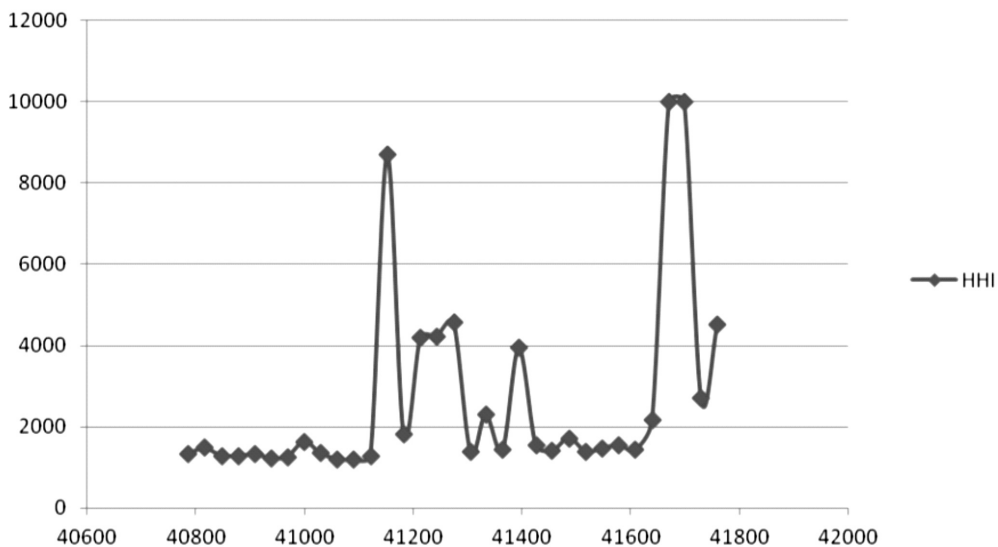


Рис. 2. : Динамика изменения индекса Херфиндаля -Хиршмана.

На рис 1. :

$$V_m = \sum_{i=1}^N V_i$$

$V_i$  – оборот  $i$ -й организации,  
 $N$  – число организаций, представленных на рынке,  
 $V_m$  – объем оборота по  $m$  организациям.

Существуют методы исследования взаимосвязи прибыли и концентрации в отрасли. К ним относятся, например: метод О. Херфиндаля и А. Хиршмана – ННИ, Herfindahl –Hirschman index (Hirschman, 1964), показатель концентрации нескольких крупнейших фирм и другие методы, существующие в рамках теории отраслевых рынков.

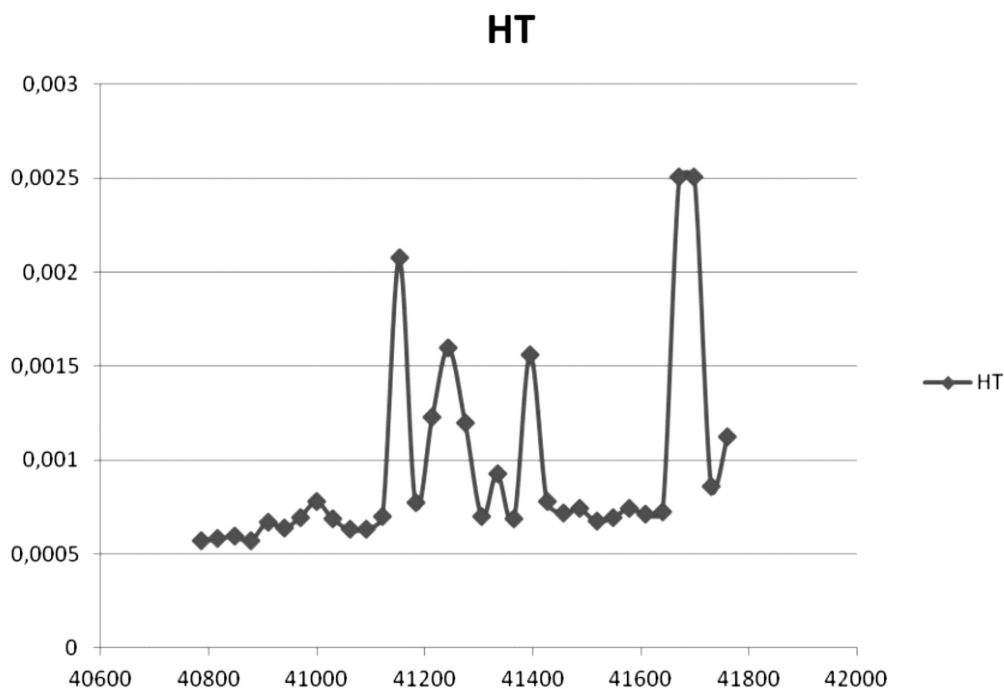


Рис. 3. : Динамика изменения индекса Холла-Тайдмана.

В случае модельной идеальной конкуренции индекс будет стремиться к нулю. Таким образом, влияние отдельных игроков будет ничтожным. Чем выше значение индекса, тем весомее доли, а следовательно и их влияние на отрасль. В чисто монопольном случае индекс, соответственно, будет равен 10000, так все 100% рынка, то есть вся отрасль будет состоять из одного игрока. Согласно теории совершенной конкуренции, в случае увеличения показателя Лернера, не возможен рост рынка, ввиду ухудшения конкурентной ситуации. При этом будет происходить перелив капитала в другие отрасли.

"Следует четко обозначить связь структуралистского подхода к конкуренции с концепцией совершенной конкуренции. Подход, основанный на структуре рынка, предполагает, что последняя "определяет поведение фирм в отрасли, а это поведение в свою очередь определяет качество функционирования в отрасли "[4,с.64]. Таким образом, критика теории совершенной конкуренции с позиции Австрийской школы экономики является и критикой ее структуралистской методологии.

Динамику изменения Индекса Херфиндаля Хиршмана на банковском рынке Российской Федерации иллюстрирует график, **рис. 2**.

На рис 2.

$$ННІ = \sum_i q_i^2$$

ННІ- индекс Херфиндаля-Хиршмана,  
 $q_i$  –доля банка.

Другим распространенным инструментом исследования концентрации в отрасли служит индекс Холла-Тайдмана. Особенностью этого индекса является ранжирование по объему рыночным долей, что позволяет добиться более точной оценки в сравнении с другими методами. Динамика индекса Холла-Тайдмана может быть представлена графиком на **рис. 3**.

На рис. 3. :

НТ –Индекс Холла-Тайдмана

$$НТ = \frac{1}{2 \sum R_i * q_i - 1}$$

$R_i$  – ранг банка на рынке  
 $q_i$  –доля банка

Индекс относительной концентрации является одним из наиболее распространенных методов, применяемых практически в антимонопольном законодательстве.

На **Рис. 4** графически отображено изменение индекса относительной концентрации во времени.

### И.О.К для 5 б.

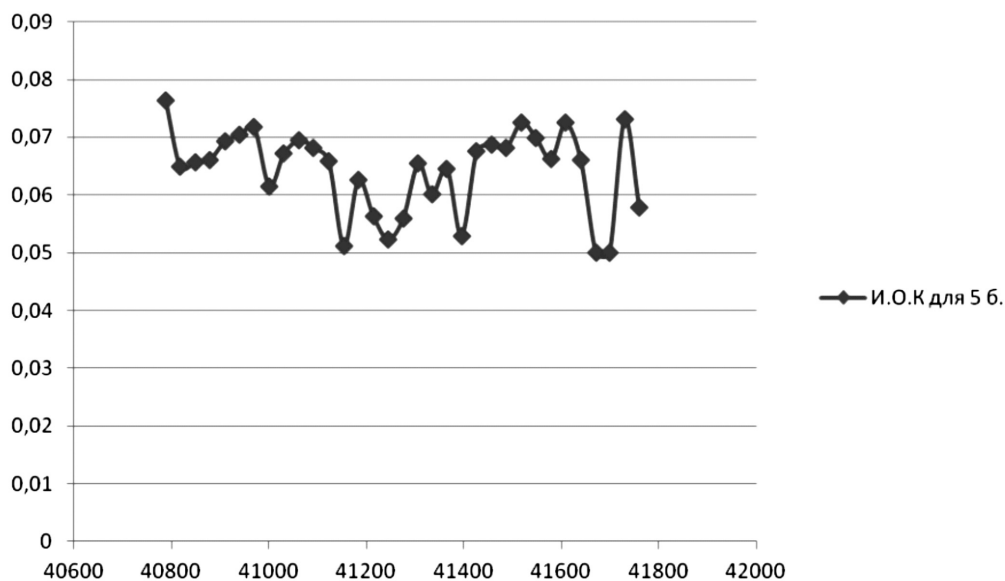


Рис. 4. : Изменение индекса относительной концентрации во времени.

На рис. 4.:

$$K = \frac{b}{a}$$

$K$  – индекс относительной концентрации  
 $b$  – доля крупнейших банков на рынке,  
 $a$  – доля банковских продуктов.

Помимо рассмотренных, наиболее применяемых на практике, так же существуют и неструктурные методы исследования рынка: подход Дж. Панзара и Дж. Росса (Panzar, Rosse, 1987), модель Т. Бреснахана (Bresnahan, 1982, 1989), модель Ф. Барруш и Л. Модешту (Barros, Modesto, 1999), а так же другие методы имеющие место в рамках новой эмпирической теории отраслевых рынков.

К наиболее старым методам оценки рыночной власти относится индекс Лернера (Lerner, 1934). В отличие от других методов индекс Лернера требует доступа к внутренней документации и к сведениям о бухгалтерской прибыли.

Существуют так же методы исследования связи перекрестной эластичности продуктов и конкуренции в отрасли. Однако в банковской среде нельзя считать низкую перекрестную эластичность показателем слабой конкуренции в отрасли, так у банковского рынка есть некоторые особенности. В первую очередь это особенности банковского продукта и, в частности, феномен доверия. Кроме того это программы лояльности как распростра-

ненный инструмент банковского маркетинга, еще сильнее уменьшающий перекрестную эластичность.

Зачастую эмпирические исследования расходятся в оценках влияния концентрации и конкуренции на стабильность банковского рынка. "Межгосударственное исследование обнаружило, что более концентрированные банковские системы реже страдают от системного банковского кризиса. С другой стороны, более конкурентные банковские системы также реже страдают от системного банковского кризиса." [16] Эти исследования во многом опровергают теорию структуралистского подхода к экономике отрасли, основанную на представлении о совершенной конкуренции.

Однако, несмотря на подобное расхождение практических исследований в пользу конкуренции как свободного от регулирования, а порой и перерегулирования, можно отметить следующую закономерность: "...более высокая прибыль может также привести к оздоровлению отрасли, если конкуренция удаляет достаточное количество неэффективных национальных банков из банковской системы" [17]

Например, когда банкам запрещено создание филиалов, это искусственно делит рынок на сегменты и позволяет отдельным банкам развивать монополии в пределах конкретных населенных пунктов. Непосредственное воздействие разветвления заключается в том, что оно вводит конкуренцию в географически сегментированные рынки.

"Число мелких банков в сельских районах может быть сокращено до необходимого уровня путем слияний. Тем самым слабые учреждения удаляются с меньшими потерями, чем в случаях крупных финансовых неудач, которые могли бы последовать. К сожалению, эта разработка душиется законами в большинстве государств, которые запрещали филиалы банка" [19].

С другой стороны, несмотря на то, что все эти рассмотренные методы эмпирических исследований фиксируют важнейшие характеристики рынка, они не показывают и не объясняют, каким образом рынок пришел к тому или иному состоянию.

Одним из факторов, увеличивающих банковскую концентрацию и увеличивающих монополизацию отрасли, становится механизм банковского регулирования. Когда центральный банк лишает лицензии тот или иной банк, вкладчики снимают деньги с депозитных счетов и перекадывают их в банки с более низким процентом, но более крупные и известные. Здесь работает психологический механизм оценки риска потребителем. Это отчетливо видно на графиках, характеризующих изменения показателей концентрации отрасли (на рис 1. –рис 4.).

Банковская конкуренция – сложный комплексный феномен. Рассмотрим ее некоторые особенности, начав с дефиниции: "Банковская конкуренция представляет собой постоянное соперничество за укрепление своего рыночного положения" [1, с.563].

Рассмотрение отмеченных положений необходимо дополнить анализом форм и методов конкуренции на рынке банковских продуктов. Существуют различные формы конкуренции на рынке банковских продуктов, отличающиеся акторами или субъектами конкуренции, методами и формами конкуренции, целями и задачами конкурентной борьбы.

Конкуренция продавцов и покупателей на банковском рынке – процесс соперничества за кредитные ресурсы. В этой связи принципиально важным является вопрос: "Является ли банковский рынок "рынком продавцов" или "рынком покупателей"?" Очевидно, что и продавцы, и покупатели наделены предпринимательскими способностями, позволяющими учиться рынку, который является динамической системой. Следовательно, все оценки подобного рода необходимо производить в конкретный момент времени, опираясь на предпринимательскую бдительность.

Внутренняя банковская конкуренция может быть разделена на несколько групп по активно конкурирующим субъектам: "1) конкуренция между коммерческими банками, которые традиционно делятся на универсальные и специализированные; 2) конкуренция между крупными

союзами банковского капитала; 3) конкуренция между коммерческими банками, небанковскими финансово-кредитными институтами и нефинансовыми организациями" [6].

Рассмотрим формы банковской конкуренции, которые подразделяются на предметную и функциональную. "Предметная – конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность; функциональная – конкуренция между товарами (объектами) – заменителями" [15, с.159]. Например потребность бизнеса в финансировании может быть решена кредитным продуктом, а может и факторинговым.

Существует так же конкуренция межвидовая, конкуренция банков с иными учреждениями, она же межотраслевая конкуренция. Так в случае отсутствия субституттов, заменяющих конкретные банковские продукты, уникальные, представляемые только банковским рынком, межотраслевая конкуренция может осуществляться переливом капитала в альтернативные отрасли. В этом выражается всеобщность и тотальность конкуренции как процесса творческого соперничества субъектов за ограниченные ресурсы.

Существует кроме того и конкуренция банков – резидентов с банками – нерезидентами. Подобный феномен в России практически отсутствует. Это связано с огромным количеством законодательных и других институциональных барьеров.

Вопрос барьеров для входа на отраслевой рынок занимает большое место в структуралистской теории рынка. Рассмотрим влияние барьеров на внутреннюю банковскую конкуренцию с позиций Австрийской школы и динамического представления о конкуренции, а так же о возможностях для решений в области маркетинга, связанных с преодолением этих барьеров. Традиционно рассматривают следующие барьеры для входа на рынок: дифференциация продукции, экономия масштаба, реклама и иные барьеры.

Особенностью дифференциации продукции в банковском бизнесе является ее несвязанность с огромными инвестициями в физический капитал, как это происходит, например, в случае с машиностроением.

Экономия масштаба. Являясь, несомненно, барьером входа, она, тем не менее, обеспечивает эффективность функционирования банковского или любого другого рынка. При этом экономия масштаба может быть элиминирована путем предпринимательской инновации в области инструментов комплекса маркетинга. Например, решения в области применения инструмента маркетинга place(место) – переход в сторону интернет и мобильного

банкинга, могут позволить соревноваться с более крупными компаниями.

Реклама в традиционном смысле показывает низкую эффективность на банковском рынке. Однако в банковском бизнесе очень важна сила бренда и связанное с ней доверие покупателей. С этим барьером связан еще один, традиционно выделяемый, барьер входа в отрасль – лояльность покупателей.

Следует сопоставлять содержание понятия конкуренции, применяющегося в практической банковской деятельности и в маркетинге, с содержанием понятия конкуренции для различных экономических теорий, в том числе включая и теорию Австрийской школы экономики. Содержание понятия конкуренция в маркетинге и в различных экономических теориях сведено в табл. 1.

Из рассмотренного вытекает особая значимость механизма функционирования банковского рынка. Следует рассмотреть механизм функционирования банковского рынка как частного случая любого рынка, с любым гипотетическим товаром. Известно, что основой любого рыночного взаимодействия является предпринимательская бдительность и способность к открытию. Эти качества проявляют себя так же и на банковском рынке. В соответствии с этим необходимо исследовать механизм влияния института центрального банка на процесс рыночного взаимодействия.

В сжатой форме результаты анализа процесса банковской конкуренции и влияния на него института центрального банка с позиций динамической эффективности можно представить в виде табл. 2.

Таблица 1.

Содержание понятия конкуренция в маркетинге и в экономических теориях.

Маркетинг	"Конкуренция-1) соперничество на каком либо поприще между отдельными лицами заинтересованными в достижении одной и той же цели, каждый для себя лично, в частности между предпринимателями - за большую долю прибыли, за рынки сбыта, за источники сырья 2) экономический процесс взаимодействия взаимосвязи и борьбы, коммуникаций субъектов рыночной системы в процессе создания сбыта и потребления материальных и духовных благ 3) регулятор рыночных отношений, стимулятор ускорения НТП и эффективности общественно процесса "[7]
Австрийская школа	Конкуренция - под конкуренцией понимается процесс в ходе, которого предприниматели, шаг за шагом, предлагают рынку все более выгодные условия. Этот процесс возможен за счет: неполноты информации и способности предпринимателя (человека) к обучению. В ходе рыночного процесса предпринимателями эксплицируются все новые возможности, получают все больше информации и предложения выравниваются. В итоге рынок мог бы достичь равновесия, если бы информация не генерировалась бы вечно, в том числе и в ходе конкурентного процесса самими предпринимателями. В этом смысле рыночное равновесие, как идеальная модель отрицает конкуренцию. В австрийской парадигме монополия - монопольное положение на рынке лишь ситуация в конкурентном процессе, небольшой шаг вперед лишь обостряющий конкурентную борьбу заставляющей находить новые предпринимательские и маркетинговые решения
Классическая школа политэкономии	Совершенная конкуренция - экономическая модель представляющая такое состояние рынка, в котором предпочтения или решения отдельных продавцов и покупателей не могут повлиять на цену никоим образом. Однако благодаря свойствам совокупного спроса и предложения данная модель находится в равновесии. Так же данная модель характеризуется абсолютной однородностью продукции, высокой скоростью мобильности факторов производства, отсутствием институциональных или иных барьеров препятствующих входу на рынок, абсолютным и равным доступом всех рыночных субъектов ко всему объему информации и способности их его обработать.
Кейнсианство	Несовершенная конкуренция-представляет собой экономическую модель, описывающую ситуацию на рынке в которой происходит нарушение хотя бы одного признака совершенной конкуренции. Модель несовершенной конкуренции начинается анализ с ситуации, где уже существуют такие искусственные ограничения как минимальный уровень заработной платы, пособия по безработице и антимонопольное законодательство. Хотя во многих государствах они были введены опираясь на эту модель. Естественно что рынок труда не стремится к равновесию если в него инкорпорированы институты минимальной заработной платы и так далее. Таким образом, в этой модели можно заметить определенную рекурсию. Теория несовершенной конкуренции выделяет следующие структуры рынка: монополистическая конкуренция, олигополия, монополия. Рассмотрение конкуренции, как ситуации а, не как процесса предполагает, что единственным выходом из ситуации монополии вмешательство государственных механизмов регулирования.

Таблица 2.

Анализ влияния института центрального банка на процесс конкуренции с позиций динамической эффективности.

Интерпретация предпринимательской деятельности	Применительно к банковскому рынку	Влияние банковского регулирования и в частности института Центрального банка.
Процесс предпринимательской деятельности всегда порождает новую информацию. Характер подобной информации носит субъективный, практический характер, распределенный, неартикулированный.	Процесс предпринимательской деятельности всегда порождает новую информацию. Характер подобной информации носит субъективный, практический характер, распределенный, неартикулированный.	Центральный банк преподносит на рынок информацию, носящую принципиально иной характер. В своих решениях влияющих кардинальным образом на банковский рынок ЦБ и его представителя придерживаются объективистского не конкурентного отношения к информации.
В основе любого процесса предпринимательской деятельности лежит творческое начало. Позволяющее понять и истолковать любую диспропорцию и дискоординацию жизни общества, устранение которой и становится и источником прибыли.	В рамках маркетинговых исследований банковского рынка банки находят и эксплицирует потребности различных клиентов (групп клиентов, сегментов банковского рынка) по "покупке" и "продаже" кредитных ресурсов, предоставляя наиболее удобные и адекватные для это банковские продукты.	Любое внешнее регламентирующее воздействие нарушает творческий процесс. Действия центральных банков прямо вводят диспропорцию и в этот процесс, изменяя значение учетной ставки, которая в случае с ЦБ зависит в первую очередь от решения экономистов и инженеров, а порой и от политической конъюнктуры. Мнение, что развитие современных технологий позволяет единому контролирующему органу согласовывать все предпосылки потребителей, методологически ложно[13, с.113].
Предпринимательский процесс является процессом коммуникации в самом широком смысле передачи информации.	Грамотно составленные банковские продукты, хотя по своей цене (ввиду добавленной ценности банковского продукта) и отличаются от цены временной ставки процента, но отражают ее и передают информацию о ней всем субъектам рынка. Так же передача информации, о самой возможности[9] осуществляется различными каналами маркетинговых коммуникаций, включая рекламу	Деятельность центрального банка вмешивается в процесс коммуникации, тем самым искажая и усложняя его. Иногда деятельность центральных банков прямо ограничивает этот процесс, например, как в случае с различными видами ограничений банковской рекламы. Безусловно, рынок все равно "обтекает" ограничения, неся при этом дополнительные транзакционные издержки, влияющие прямым образом на цену банковских продуктов.
Процесс предпринимательской деятельности оказывает координирующее воздействие на общество.	Процесс банковской конкуренции оказывает координирующее воздействие на рынок кредитных ресурсов, предоставляя возможность депонировать (инвестировать) кредитные ресурсы субъектам с низким временным приоритетом и брать (получать) кредитные ресурсы субъектам с высоким временным приоритетом	Манипуляция, со ставкой процента, производимая центральными банками путем покупки или продажи государственных бумаг нарушает эту координацию, давая ложные сигналы людям с определенными временными предпочтениями. Это и становится причиной циклических колебаний, процесс выхода из которых связан с исправлением ложных инвестиций, уже омертвленных в физическом капитале[18], таких как кусок железной дороги, на достройку которого нет ресурсов или ангар без производственных машин. Кроме того она зачастую носит характер не экономического инструмента направленного на достижение равновесия, а политического инструмента направленного на достижение целевого уровня безработицы[11, с. 44], или определенного количества ипотечных кредитов, взятых домохозяйствами.
Свободная деятельность предпринимателей всегда конкурентна и представляет собой процесс соревнования участников рынка.	Банковский рынок, как и любой другой конкурентен и представляет собой соревнование участвующих субъектов.	Порой правила банковского регулирования применяются ангажировано[12,с.103] и субъективно[4, главы 3-5], если можно вообще считать, что существуют не субъективные решения субъектов. Кроме того ограничение процесса конкуренции не проходит бесследно.
Конкурентный процесс никогда не останавливается и не может остановиться виду субъективного характера информации, ее извечной генерации и изменения.	Конкуренция на банковском рынке существует в самом широком смысле этого слова и продолжается бесконечно. Появление новых "игроков" и уход старых "игроков" обусловлен рыночным процессом и "проигрышем" или же преуспеванием в нем.	Центробанк создает дополнительные (институциональные) барьеры для новых игроков на банковском рынке, тем самым ограничивая возможности попадания на него. Центральный банк выводит игроков с рынка, лишая лицензии банки и, таким образом, увеличивая банковскую концентрацию. Порой центральный банк создает благоприятные моменты для увеличения количества банков, что воспринимается исследователями, как "историческая тенденция к возникновению слишком большого числа банков".

Таблица составлена автором на базе [14, с. 9-11].

Понимание конкуренции как сложного динамического процесса очень важно для выработки верной маркетинговой оценки рынка, оценки как потребителей, так и конкурентов. В том числе выработки решений по всем инструментам комплекса маркетинга.

Приведенные примеры иллюстрируют то закономерное явление, что рынок банковских продуктов подчиняется тем же принципам функционирования, как и любой другой рынок. В этой связи регулирующая функция центрального банка наносит вред банковскому рынку не только с точки зрения макроэкономики в плане прохождения экономических циклов, но и главное на уровне ми-

кроэкономическом.

При этом если негативное макроэкономическое воздействие, связанное с институтом центрального банка, может быть элиминировано лишь с упразднением его как института, то микроэкономическое воздействие в основном связано с перерегулированием, не позволяющим верно доносить координирующую информацию.

Верное понимание этих положений важно для построения маркетинговой оценки банковского рынка, формирования маркетинговой стратегии и поиска новых предпринимательских решений.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Белоглазова Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров/ Г.Н.Белоглазова [и др.]; под ред. Г.Н.Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 652с.
2. Бюллетень банковской статистики №1(248), М.: 2014
3. Графики построены автором на основе форм 101 и 102 с сайта Центрального банка Российской Федерации <http://www.cbr.ru/credit/forms.asp> за 2011–2014 года. Исследование ведется агрегировано по всей банковской отрасли РФ.
4. Доминик Т. Арментано. Антитраст против конкуренции. – М.: ИРИСЭН, 2005. – 432 с.
5. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство/ Изразл Кирцнер; пер. с англ. А.В.Куряева и Д.А. Бабушкина под ред. А.В.Куряева. – Челябинск: Социум, 2010.–xiv+272с.
6. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг Підручн. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
7. Маркетинг взаимодействия: Инновационные технологии. Компетентность. Экономическое измерение. Оценка эффективности: учебник под науч. ред. заслуж. деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, проф. Г.Л.Багиева.– СПб.:Изд-во СПбГЭУ., Челябинск Издательский центр ЮУрГУ, 2012.– 713с.[Терминологический словарь]
- 8.Мушенко Д.В. Анализ комплекса маркетинга на базе теории Австрийской школы//Экономика и управление в современном обществе: сборник научных статей по итогам международной научно–практической конференции, г.Волгоград, 19–20 ноября 2013 г., Волгоградское научное издательство С. 97–100
9. Мушенко Д.В. Использование теории Австрийской школы в маркетинге и маркетинговых исследованиях внешней среды // Инновации и инвестиции. 2013. №7. С.101–105
10. Мюррей Ротбард Власть и рынок: Государство и экономика / Пер. с англ. Б. С. Пинскера под ред. Гр. Сапова. – Челябинск: Социум, 2003–402с.
11. Роджер Гаррисон Механика экономического цикла // Бум крах и будущее анализ австрийской школы–202с.
12. Ротбард М.– Показания против Федерального резерва/ Мюррей . Ротбард пер. с англ. под ред. А. Куряева.Челябинск: Социум, 2003.–183с.
13. Уэрта де Сото Хесус. Социализм, экономический расчет и предпринимательская функция / Хесус Уэрта де Сото ; пер. с англ. В. Кошкина под ред. А. Куряева. – М., Челябинск: ИРИСЭН, Социум, 2008. 488 с.
14. Уэрта де Сото Х. Социально–экономическая теория динамической эффективности/ Хесус Уэрта де Сото; пер. с англ. В.Кошкина под ред.А.В.Куряева.– Челябинск: Социум, 2011– xvi+ 409с.
15. Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник для вузов. СПб.:Питер, 2008.–368с.
16. Bank Competition and Financial Stability:Friends or Foes? Thorsten Beck/  
<http://siteresources.worldbank.org/INTFR/Resources/BeckBankCompetitionandFinancialStability.pdf> (дата обращения: 01.02.2016)
17. Branch Banking, Bank Competition, and Financial Stability Mark Carlson and Kris James Mitchener 2005–20 //  
<http://www.federalreserve.gov/Pubs/FEDS/2005/200520/200520pap.pdf> (дата обращения: 01.02.2016)
18. EXPECTATIONS AND THE MEANING OF INSTITUTIONS Essays in economics by Ludwig Lachmann Edited by Don Lavoie, 2005 P.331
19. White, Eugene. (1985). "The Merger Movement in Banking, 1919–33." Journal of Economic History, Vol. 45(2), pp. 285–91