

ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИЗАЦИИ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

PROBLEMS OF MONOPOLIZATION:
THEORY AND PRACTICE

K. Volkova

Summary. This scientific article examines the phenomenon of monopolization in the modern economy, analyzing its theoretical aspects and practical consequences. The authors reference the historical context of the issue, citing classical economic thinkers, and provide relevant data from the OECD report on the rise of capital concentration and its impact on market competition. The article discusses both the negative consequences of monopolization, including a decrease in innovation activity and a slowdown in technological progress, as well as the potential advantages of large companies. Particular attention is given to theoretical approaches to understanding monopolies in contemporary economic science, specifically the theory of monopolistic competition and the concept of oligopoly. The study emphasizes the complexity of the monopolization issue and the need for further research.

Keywords: monopolization; capital concentration; market competition; innovation activity; economic theory; oligopoly; monopolistic competition; economies of scale; technological progress.

В мае 2024 года Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) выпустила доклад, в котором анализируется феномен монополизации на основе данных о рыночной конкуренции членских стран за период с 2000 по 2019 годы [19]. Исследование показало, что концентрация капитала в 127 отраслях в 15 странах увеличилась примерно на 20 %, что привело к росту торговых наценок на 7 %. Также было отмечено, что уровень инновационной активности среди ведущих компаний-монополистов снизился, поскольку отсутствие конкуренции уменьшает стимулы к технологическому развитию, снижению издержек и оптимизации производственных процессов. Дополнительно, доклад указывает на прямую корреляцию между концентрацией капитала в определённых отраслях и монополизацией смежных секторов, что позволяет делать выводы о широкомасштабных тенденциях.

В данном исследовании мы рассмотрим явление монополии, её роль в современной экономике и теоретические подходы к пониманию этого феномена. Монополия возникает, когда в рамках капиталистической системы происходит концентрация и централизация капиталов, что приводит к доминированию крупных корпораций на рынке. Это явление стало особенно заметным в начале 20 века, когда капитализм вступил в стадию империализма. В этот период формирование монополий начало определять структуру всей экономической системы.

Волкова Катерина Сергеевна
Ассистент, РЭУ им.Г.В.Плеханова
Kirbireva@ya.ru

Аннотация. Данная научная статья рассматривает феномен монополизации в современной экономике, анализируя его теоретические аспекты и практические последствия. Авторы обращаются к историческому контексту проблемы, ссылаясь на классиков экономической мысли, и приводят актуальные данные из доклада ОЭСР о росте концентрации капитала и его влиянии на рыночную конкуренцию. В статье обсуждаются как негативные последствия монополизации, включая снижение инновационной активности и замедление технического прогресса, так и потенциальные преимущества крупных компаний. Особое внимание уделяется теоретическим подходам к пониманию монополий в современной экономической науке, в частности, теории монополистической конкуренции и концепции олигополии. Исследование подчеркивает комплексность проблемы монополизации и необходимость её дальнейшего изучения.

Ключевые слова: монополизация; концентрация капитала; рыночная конкуренция; инновационная активность; экономическая теория; олигополия; монополистическая конкуренция; экономия масштаба; технологический прогресс.

Монополии обладают значительной рыночной властью, что позволяет им диктовать условия как поставщикам, так и покупателям. Это ведет к формированию сети зависимых контрагентов. Например, в 2016 году Международная профсоюзная конфедерация опубликовала доклад, согласно которому 50 крупнейших компаний мира контролировали смежные секторы, занимая более 116 миллионов рабочих. Это демонстрирует, как монополии могут влиять на рабочую силу и условия труда в глобальном масштабе, особенно в странах с низкими производственными затратами и стандартами труда [7].

Например, компания Apple, официально трудоустроившая 98 тысяч человек, фактически контролировала 2,3 миллиона работников через свои цепи поставок. General Electric, имея 305 тысяч официальных сотрудников, использовала труд 7,5 миллионов человек неофициально. Бизнес старается минимизировать расходы, и бедные страны с дешевым трудом и низкими стандартами условий труда становятся основными поставщиками.

Другой пример, — компания Coca-Cola. В 2014 году её доход достиг 46 миллиардов долларов, что сопоставимо с ВВП Камбоджи. Международная профсоюзная конфедерация подсчитала, что, если бы половину этих средств, 21,6 миллиарда долларов, разделить среди 5,7 миллионов работников цепи поставок, каждый получил бы прибавку к зарплате в размере 1900 долларов в год [14].

Монополии контролируют и снижают издержки за счет участников цепи поставок. Благодаря более низким издержкам и большому масштабу производства, они могут устанавливать высокие цены и получать сверхприбыль.

Термин «цены производства» в политэкономии означает издержки плюс среднюю прибыль в экономике. У монополий издержки ниже, поэтому их прибыль выше средней, что и называется сверхприбылью. Таким образом, стоимость труда перераспределяется от покупателей к продавцу. Монополии используют свою рыночную власть для перераспределения общественного богатства в свою пользу [15].

Влияние монополий не ограничивается поставщиками и покупателями. В монополизированных отраслях замедляется технический прогресс, как показано в докладе ОЭСР. Экономическая активность у монополистов снижается, так как отсутствует стимул для инвестиций в исследования и разработки. Этот феномен описывал ещё Ленин, упоминая, что крупные компании могут подавлять или скупать изобретения, чтобы избежать кризисов. Примером служат немецкие стекольные фабрики, которые объединились для покупки патента Оуэнса на производство бутылок, спрятав его до полного износа старого оборудования.

В контексте монополистического капитализма вопрос о прогрессе приобретает комплексный характер, требующий тщательного анализа. Несомненно, крупные корпорации, обладающие значительными финансовыми ресурсами и производственными мощностями, играют существенную роль в развитии науки и технологий. Их масштаб позволяет инвестировать в долгосрочные и капиталоемкие проекты, недоступные для малого и среднего бизнеса. Фармацевтические исследования, аэрокосмическая отрасль, фундаментальные научные изыскания — все эти сферы во многом зависят от корпоративного финансирования. Однако, говоря о тенденциях в политэкономии, нельзя не отметить, что монополистические структуры зачастую ориентированы на сохранение status quo и максимизацию прибыли, что может приводить к замедлению инновационных процессов и искусственному ограничению технологического развития [6].

Система интеллектуальной собственности, изначально созданная для стимулирования инноваций путем предоставления временной монополии изобретателям, в условиях современного капитализма нередко становится инструментом сдерживания прогресса. Крупные корпорации, такие как Samsung и Apple, ежегодно регистрируют тысячи патентов, многие из которых носят защитный характер и направлены на блокирование потенциальных конкурентов, а не на реальное внедрение

новых технологий. Это создает барьеры для входа на рынок новых игроков и ограничивает возможности для инновационного развития в целых отраслях. Более того, патентные войны и лицензионные ограничения могут существенно замедлять распространение технологий, особенно в развивающихся странах, что приводит к глобальному неравенству в доступе к знаниям и технологическим достижениям [1].

Таким образом, хотя прогресс в эпоху монополистического капитализма не останавливается полностью, его темпы и направления существенно искажаются под влиянием корпоративных интересов. Инновации часто сводятся к косметическим изменениям в потребительских товарах, в то время как фундаментальные исследования и разработки, способные решать глобальные проблемы человечества, могут оставаться недофинансированными или намеренно сдерживаться. Это ставит перед обществом и государством задачу поиска новых механизмов стимулирования научно-технического прогресса, которые бы сочетали преимущества крупномасштабного финансирования с открытостью и доступностью результатов исследований для широкого круга пользователей.

Место	Наименование компании	Гранты 2023 (млн. \$)	Гранты 2022 (млн. \$)	% CHANGE	RANK CHANGE
1	Samsung Electronics Co Ltd	6,165	6,248	-1.33 %	+0
2	Qualcomm Inc	3,854	2,625	+46.82 %	+5
3	Taiwan Semiconductor Manufacturing Co TSMC Ltd	3,687	3,024	+21.92 %	+0
4	International Business Machines Corp	3,658	4,398	-16.83 %	-2
5	Canon Inc	2,890	2,694	+7.28 %	+0
6	Samsung Display Co Ltd	2,564	2,106	+21.75 %	+6
7	Apple Inc	2,536	2,285	+10.98 %	+2
8	LG Electronics Inc	2,296	2,641	-13.06 %	-2
9	Micron Technology Inc	2,233	1,920	+16.3 %	+4
10	Intel Corp	2,145	2,418	-11.29 %	-2

Источник: Составлено автором по [11].

В современной экономической практике наблюдается тенденция к снижению качества продукции ради увеличения прибыли, что подтверждается многочисленными примерами. Одним из наиболее ярких случаев является недавний скандал с компанией Nestlé во Франции. Согласно расследованию, проведенному французскими журналистами, с 1990-х годов компания незаконно фильтровала загрязненную воду и продавала ее под видом «природной минеральной воды». Использование ультрафиолетовых и угольных фильтров для очистки

воды, загрязненной фекальными бактериями, кишечной палочкой и пестицидами, противоречит нормам Европейского Союза для производства бутилированной минеральной воды. Ущерб от действий компании за последние 15 лет оценивается в 3 миллиарда евро [9].

Данный инцидент иллюстрирует более широкую проблему, характерную для капиталистической системы и особенно для монополий. Речь идет о стимулировании искусственного спроса и формировании потребительского поведения. Корпорации активно используют маркетинговые стратегии для создания потребностей в продуктах, которые могут быть не только ненужными, но и потенциально вредными для потребителей. Показательным примером такой практики является кампания Nestlé по продвижению искусственных смесей для младенцев в развивающихся странах после Второй мировой войны. Агрессивный маркетинг, включавший использование торговых агентов, одетых как медсестры, привел к серьезным проблемам со здоровьем и даже гибели младенцев в Африке, Южной Америке и странах Южной Азии [12].

Еще одним способом получения сверхприбыли для монополий является продвижение собственных продуктов за счет других производителей. Эта стратегия широко применяется в розничной торговле и на онлайн-платформах. Супермаркеты размещают собственные бренды на наиболее выгодных местах и активно их рекламируют, часто скрывая их принадлежность к сети. В цифровой сфере подобные практики также распространены. Например, в 2017 году антимонопольное ведомство Еврокомиссии оштрафовало Google на 2,42 млрд евро за злоупотребление доминирующим положением поисковой системы путем предоставления незаконного преимущества собственному сервису сравнительного шопинга [2].

В современной экономике сбор и обработка больших данных стали ключевым инструментом для получения сверхприбыли. Компании, занимающие доминирующее положение на рынке, имеют значительное преимущество в этой сфере, поскольку могут аккумулировать обширную информацию о рыночных тенденциях, конкурентах и потребительских предпочтениях. Этот информационный ресурс предоставляет им существенные конкурентные преимущества, позволяя более эффективно адаптировать свои стратегии и продукты к изменяющимся условиям рынка.

Другой распространенной стратегией монополизации является создание экосистем с ограниченной совместимостью. Компании разрабатывают продукты, которые совместимы только с их собственными комплектующими, программным обеспечением или услугами, тем самым создавая зависимость потребителей от своей экосистемы. Показательным примером такой

практики является недавнее приобретение компанией Broadcom корпорации VMware. Антимонопольные органы выразили озабоченность тем, что Broadcom может снизить совместимость облачных решений VMware с аппаратным и программным обеспечением сторонних производителей, укрепляя тем самым свое монопольное положение [3].

Феномен монополизации и его негативные последствия не являются новым явлением в экономической теории. Еще классики экономической мысли, такие как Адам Смит, Карл Маркс и Владимир Ленин, обращали внимание на проблемы, связанные с концентрацией капитала. Однако важно отметить, что монополизация имеет и положительные аспекты. Крупные компании могут достигать значительной экономии за счет масштаба производства, что снижает издержки и повышает эффективность. Кроме того, они способны осуществлять масштабные проекты и научные исследования, недоступные для меньших предприятий, что способствует технологическому прогрессу и инновациям [5].

Анализ современной экономической структуры показывает высокую степень монополизации во многих ключевых отраслях. В сфере информационных технологий и цифровых услуг Google контролирует 91,86 % мирового рынка поисковых систем по состоянию на 2021 год. Facebook охватывает 2,8 миллиарда активных пользователей ежемесячно, что составляет около 36 % мирового населения. На рынке операционных систем для ПК доля Microsoft Windows составляет 75,85 %, а Android занимает 72,2 % рынка мобильных ОС.

В области электронной коммерции Amazon занимает 39% рынка в США и 9,8 % в Европе, в то время как Alibaba контролирует 55,9 % китайского рынка. На рынке облачных вычислений Amazon Web Services, Microsoft Azure и Google Cloud совместно владеют 61 % глобального рынка, причем доля AWS составляет 32 %.

В полупроводниковой промышленности TSMC контролирует 54 % мирового рынка контрактного производства чипов. NVIDIA доминирует на рынке графических процессоров с долей 80 %.

В автомобильной промышленности Toyota, Volkswagen Group, General Motors и Ford совместно производят около 40 % мирового объема автомобилей. Tesla занимает 16 % мирового рынка электромобилей.

В авиатранспорте три глобальных альянса — Star Alliance, SkyTeam и Oneworld — контролируют 60,8 % пассажирских перевозок. В онлайн-бронировании путешествий Booking Holdings и Expedia Group совместно занимают более 70 % рынка в большинстве развитых стран.

На фармацевтическом рынке топ-10 компаний контролируют около 40 % глобального рынка, причем Pfizer, Novartis и Roche входят в тройку лидеров с долями рынка 5,7 %, 5,0 % и 4,9 % соответственно.

В сфере потребительских товаров Procter & Gamble, Unilever, Nestle и Coca-Cola совместно контролируют более 25 % мирового рынка в своих категориях продуктов.

В медиаиндустрии пять крупнейших компаний (Disney, Comcast, AT&T, ViacomCBS и Sony) контролируют около 35 % глобального рынка развлечений и медиа [18].

В современной экономической теории существует ряд концепций, объясняющих и частично оправдывающих существование монополий. Среди них можно выделить около десяти основных подходов, включая теорию уравнивающих цен, которая постулирует наличие экономических сил, противодействующих негативному влиянию монополий, и теорию деконцентрации экономической мощи предприятий, утверждающую автоматическое снижение удельного веса монополий при экономическом росте. Однако наибольшее распространение в академических кругах получили теория монополистической конкуренции и концепция олигополии.

Теория монополистической конкуренции, разработанная Чемберлином, предлагает альтернативный взгляд на природу рыночной власти. Согласно этой концепции, монополистическая мощь обусловлена не масштабом предприятия, а дифференциацией продукта. Уникальность товара, особенности его упаковки, качества, бренда или сопутствующего сервиса создают предпосылки для получения прибыли выше средней. Таким образом, каждый участник рынка рассматривается одновременно как монополист и конкурент, независимо от размера предприятия [13].

Однако критический анализ этой теории выявляет ряд существенных противоречий с реальной экономической практикой. Эмпирические данные свидетельствуют о том, что дифференциация продукта сама по себе не обеспечивает значительной рыночной власти. Более того, даже наличие уникальной технологии или инновационного продукта не гарантирует монопольного положения без достаточного капитала для масштабирования бизнеса. Современные корпорации демонстрируют, что именно размер капитала играет ключевую роль в контроле над технологиями, источниками сырья, финансовыми и политическими системами, торговыми сетями и стандартами отрасли.

Теория монополистической конкуренции, развитая Чемберлином, Шумпетером и Капланом, также утверждает, что монополистическая прибыль возникает благодаря инновациям. Это положение имеет определенные

параллели с марксистской концепцией дополнительной прибавочной стоимости, возникающей при внедрении новых технологий. Однако существует принципиальное различие между временной сверхприбылью от инноваций и долгосрочной монопольной прибылью. Последняя основывается на устойчиво высокой норме прибыли, обусловленной экономической мощью предприятия, а не только технологическим преимуществом [8].

Таким образом, несмотря на попытки теоретического обоснования позитивной роли монополий в экономике, критический анализ показывает, что существующие концепции не в полной мере отражают реальные механизмы формирования и поддержания монопольной власти в современных рыночных условиях. Ключевым фактором монополизации остается концентрация капитала, позволяющая крупным корпорациям контролировать различные аспекты экономической деятельности и извлекать долгосрочную сверхприбыль.

Концепция олигополии представляет собой важное направление в современной экономической теории, которое, наряду с учением о монополистической конкуренции, базируется на предположении о том, что чистая монополия возникает лишь при наличии единственной фирмы в отрасли. Согласно этой теории, присутствие нескольких крупных предприятий на рынке (от двух до десяти) формирует олигополистическую структуру, которая противопоставляется чистой монополии. Сторонники данной концепции утверждают, что конкуренция между олигополистами нивелирует негативные эффекты монополизации экономики [4].

Однако критический анализ этой теории выявляет ряд противоречий с реальной экономической практикой. Несмотря на то, что в большинстве отраслей действительно наблюдается олигополистическая структура (например, в сфере телекоммуникаций, авиастроения, сельского хозяйства), утверждение о том, что конкуренция между олигополистами полностью устраняет недостатки монополизации, представляется упрощенным. Теоретические модели, такие как «дилемма заключенного», используемые для иллюстрации неизбежности конкуренции между олигополистами, не всегда находят подтверждение в реальной экономической практике.

Важно отметить, что в политэкономии не существует абсолютных законов. Даже в условиях чистой монополии, как например в случае с РЖД, присутствует конкуренция со стороны производителей товаров-заменителей (автобусные и авиаперевозки). Кроме того, колебания спроса и изменения покупательной способности населения оказывают влияние на ценовую политику монополий. Таким образом, монополизация и рыночная власть должны рассматриваться как тенденция, а не как абсолютный факт [10].

Практика показывает, что монополизация в современном мире чаще всего существует именно в форме олигополий. При этом, вопреки теоретическим предположениям, олигополисты нередко прибегают к сговору и разделу рынка, что противоречит идее о неизбежной конкуренции между ними. Более того, многие небольшие фирмы, формально противостоящие монополиям, фактически находятся в зоне их влияния через глобальные цепочки создания стоимости.

Исследования, проведенные в различных странах, в том числе работы Гарри Хейзинга, демонстрируют, как транснациональные корпорации перекладывают риски и издержки на более слабых партнеров, сохраняя при этом высокую прибыльность. Это достигается путем установления выгодных для себя условий в контрактах с поставщиками, включая требования по доставке, складским запасам, возврату непроданного товара и закупочным ценам [17].

В научном дискурсе вопрос о роли морали в бизнесе и экономической эффективности представляет собой сложную и многогранную проблему. Традиционно считается, что основной целью коммерческой деятельности является максимизация прибыли, что может вступать в противоречие с этическими нормами. Однако такой подход к бизнесу, фокусирующийся исключительно на финансовых показателях, становится все более дискуссионным в современном обществе.

Исторический анализ деятельности крупных корпораций демонстрирует многочисленные примеры пренебрежения этическими принципами ради достижения экономических целей. Показательными случаями являются действия компаний Dow Chemical и Monsanto. Первая участвовала в производстве дефолианта «Агент Оранж», применение которого во время войны во Вьетнаме привело к серьезным экологическим и гуманитарным последствиям. Вторая разрабатывала генетически модифицированные семена «терминатор», не дающие потомства, что вынуждало фермеров регулярно приобретать новые семена. Кроме того, Monsanto была замечена в незаконном сбросе токсичных отходов и загрязнении окружающей среды [16].

Подобные практики крупных корпораций привели к усилению государственного регулирования рыноч-

ной экономики во многих странах. Антимонопольные органы осуществляют контроль над слияниями и поглощениями, а также мониторинг ценовой политики компаний, обладающих значительной рыночной властью. Это свидетельствует о признании потенциально деструктивного влияния бесконтрольной монополизации на экономику и общество в целом.

Важно отметить, что монополизация является не абсолютным явлением, а тенденцией в развитии рыночных отношений. В монополизированных отраслях могут присутствовать многочисленные мелкие фирмы, существующие благодаря тому, что монополист, обладая низкими издержками производства, устанавливает цену на уровне, позволяющем менее эффективным производителям оставаться на рынке. Однако такие небольшие компании не способны оказать существенное конкурентное давление на доминирующего игрока.

В заключение, данное исследование наглядно демонстрирует комплексную природу монополизации в современной экономике. С одной стороны, концентрация капитала приводит к ряду негативных последствий, таких как замедление технического прогресса, снижение конкуренции и рост цен для потребителей. Это подтверждается как историческими примерами, так и современными данными ОЭСР. С другой стороны, крупные компании обладают ресурсами для масштабных инноваций и исследований, что может стимулировать технологическое развитие.

Однако критический анализ показывает, что именно размер капитала, а не просто дифференциация продукта или уникальные технологии, играет ключевую роль в формировании монопольного положения. Это ставит перед обществом и государством серьезную задачу по поиску баланса между преимуществами крупного бизнеса и необходимостью поддержания здоровой конкуренции. Требуются новые механизмы регулирования и стимулирования, которые бы обеспечивали эффективное использование ресурсов крупных корпораций для общественного блага, одновременно предотвращая злоупотребление монопольным положением и поддерживая инновационную активность в экономике в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Амаданян, К.Р. Влияние международных событий на институт интеллектуальной собственности в России в 2023 году / К.Р. Амаданян // Права человека в современном мире: традиционные ценности и новые вызовы : Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию Декларации прав человека 10 декабря 1948 года, Тамбов, 13 декабря 2023 года. — Тамбов: Першина Р.В., 2023. — С. 43–45.
2. Антитрастовое расследование: Комиссия оштрафовала Google на 2,42 млрд евро за злоупотребление доминирующим положением в качестве поисковой системы путем предоставления незаконного преимущества собственному сервису сравнения покупок — Справка [Электронный ресурс]. — URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/MEMO_17_1785 (дата обращения: 31.07.2024).

3. Британские антимонопольщики начали расследование покупки VMware компанией Broadcom [Электронный ресурс]. — URL: <https://3dnews.ru/1080849/britanskiy-antimonopolniy-regulyator-zanyalsya-izucheniem-pokupki-vmware-kompaniy-broadcom> (дата обращения: 31.07.2024).
4. Влияние олигополистической конкуренции на экономику страны / И.Н. Макаров, Б.Х. Лолаева, А.В. Шаропатова, А.И. Володина // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2024. — Т. 4, № 3(144). — С. 5–11. — DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.03.04.001.
5. Ермолчев, И.Д. Некоторые аспекты процессов монополизации и концентрации капитала в экономике / И.Д. Ермолчев // Экономика и предпринимательство. — 2024. — № 7(168). — С. 225–229. — DOI 10.34925/EIP.2024.168.7.039.
6. Иванов, В.В. Инновационные контуры нового мирового уклада / В.В. Иванов // Проектирование будущего. Проблемы цифровой реальности. — 2023. — № 1(6). — С. 66–72. — DOI 10.20948/future-2023-3.
7. Комиссаров, С.Б. Государственная политика на рынке труда как фактор экономической безопасности / С.Б. Комиссаров, Ю.Г. Голоктионова, Н.В. Лисичкина // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. — 2024. — № 19. — С. 145–149. — DOI 10.36683/FP-19/145-149.
8. Монополии в современной экономике: многомерный аналитический обзор / К.Д. Шорохов, Н.С. Омельчук, М.А. Матвеев, М.А. Сидоренко // Евразийский юридический журнал. — 2024. — № 1(188). — С. 509–511.
9. Nestle обвинили в продаже воды с фекальными бактериями [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.rbc.ru/business/21/07/2024/669d1b7a9a79473966cbfa1> (дата обращения: 31.07.2024).
10. Рубин, Ю.Б. Конкуренция в экономике. Как противостоять и противодействовать соперникам и нужно ли это делать? / Ю.Б. Рубин, О.Н. Потапова // Современная конкуренция. — 2016. — № 6 (60). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-v-ekonomike-kak-protivostoyat-i-protivodeystvovat-sopernikam-i-nuzhno-li-eto-delat> (дата обращения: 31.07.2024).
11. Samsung Electronics снова стала лидером по числу полученных в США патентов [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.interfax.ru/business/939415> (дата обращения: 31.07.2024).
12. Силакова, А.Р. Рекламные войны брендов / А.Р. Силакова // Реклама и журналистика: на стыке времен, наук и цивилизаций: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Сборник статей. В 2-х частях, Москва, 24 февраля 2022 года. Том Часть 2. — Москва: Институт мировых цивилизаций, 2022. — С. 464–469.
13. Смирнов, А.В. Основание и структура монополистической конкуренции: специальность 08.00.01 «Экономическая теория»: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Смирнов Андрей Владимирович. — Тверь, 2011. — 139 с.
14. Финансовые показатели [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения: 31.07.2024).
15. Шембетова, Э.Р. Понятие монополии и ее основные черты / Э.Р. Шембетова, И.Н. Кругова // Экономические исследования и разработки. — 2017. — № 1. — С. 274–288.
16. Fourez, G. The liability of Monsanto and Dow Chemical for the spraying operation of Agent Orange during the Vietnam war [Electronic resource] / G. Fourez. — URL: https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal%3A204205/datastream/PDF_01/view (date of access: 31.07.2024).
17. Huizinga, H. International Profit Shifting Within Multinationals: A Multi-Country Perspective / H. Huizinga, L. Laeven // Journal of Public Economics. — 2008. — Vol. 92. — P. 116–1182. — DOI 10.1016/j.jpubeco.2007.11.002.
18. Kramer, L. What are Some Examples of Monopolistic Markets? [Electronic resource] / L. Kramer // Investopedia. — URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/041415/what-are-common-examples-monopolistic-markets.asp> (date of access: 31.07.2024).
19. OECD. Monopolisation, Moat Building and Entrenchment Strategies — Background Note [Electronic resource] / OECD. — 2024. — URL: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP3\(2024\)1/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP3(2024)1/en/pdf) (date of access: 31.07.2024).

© Волкова Катерина Сергеевна (Kirbireva@ya.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»