

**Белорусский государственный университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.В. Данильченко

(подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014г.

(дата утверждения)

Регистрационный № УД- \_\_\_\_\_/баз.

**КОНКУРЕНЦИЯ**

**Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для специальности:  
1-25 81 02 Экономика**

2014 г.

## **СОСТАВИТЕЛЬ:**

Н.В.СМОРШКОВА, ст.преподаватель кафедры теоретической и институциональной экономики БГУ

(И.О.Фамилия, должность, степень, звание)

## **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

С. А. МАТОХ, доцент кафедры управления региональным развитием, Академия управления при Президенте РБ, кандидат экономических наук, доцент

(И.О.Фамилия, должность, степень, звание рецензента)

П.И.САЩЕКО, начальник отдела Научно-практического центра проблем укрепления законности и правопорядка Генеральной прокуратуры Республики Беларусь, кандидат юридических наук

(И.О.Фамилия, должность, степень, звание рецензента)

## **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой теоретической и институциональной экономики

(название кафедры - разработчика программы)

(протокол № 7 от 28.05.2013 г.);

Учебно-методической комиссией экономического факультета БГУ

(название высшего учебного заведения)

(протокол № 7 от 30.05.2013 г.)

Ответственный за редакцию: Н.В. Сморшкова

(И.О.Фамилия)

Ответственный за выпуск: Н.В. Сморшкова

(И.О.Фамилия)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Конкуренция» изучает основные формы и методы политики поддержки конкуренции, а также принципы конкурентного поведения обособленных экономических субъектов в определенных условиях.

**Цель** преподавания дисциплины заключается в изучении теорий, концепций, форм и методов конкурентной политики, а также развитии навыков работы с информацией, которые бы способствовали формированию и реализации стратегий конкуренции на микро– и макроуровнях.

Для решения поставленной цели определены следующие **задачи**:

- знакомство магистрантов с основными методами анализа конкурентной среды в различных отраслях;
- изучение принципов формулирования и реализации стратегий, а также принятия решений субъектами рынка на основе конкурентного анализа;
- создание у магистрантов целостного представления о компонентах и особенностях конкурентной политики в различных правовых системах;
- определение экономической роли государства в реализации политики поддержки конкуренции.

В результате изучения дисциплины магистранты должны **знать**:

- основные методы и подходы к анализу внешней среды в различных отраслях;
- подходы к формированию и реализации конкурентной стратегии фирмы на отраслевых рынках;
- концепции, которые могут быть использованы правительством для развития и регулирования конкуренции.

В результате изучения дисциплины магистранты должны **уметь**:

- использовать полученные при изучении дисциплины «Конкуренция» теоретические знания и навыки экономического анализа в определенной области экономической политики.

Дисциплина «Конкуренция» непосредственно связана с дисциплинами: «Микроэкономика», «Теория отраслевых рынков», «Эконометрика», «Теория игр» и «Основы права».

Программа дисциплины «Конкуренция» составлена в соответствии с требованиями общеобразовательного стандарта.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Название разделов, тем	Количество часов				
		Аудиторные				
		Лекции	Практич., семинар.	Лаб. занят.	КСР	Всего
1.	Теории конкуренции и конкурентного преимущества	2	2			4
2.	Конкурентная среда и рыночное позиционирование	6	4			10
3.	Эволюция отрасли. Стадии отраслевых изменений	2	2			4
4.	Отраслевая конкуренция и конкурентные стратегии	2	2			4
5.	Вертикальная интеграция и стратегии в отношении поставщиков и покупателей	2	2			4
6.	Конкурентный анализ: понятие, компоненты, подходы и методы применения	4	4			8
7.	Конкурентная разведка в информационной системе организации	2	2			4
8.	Динамика конкурентных взаимодействий	4	2			6
9.	Регулирование в отраслях естественных монополий	2	2			4
10.	Антимонопольное законодательство и регулирование	2	2			4
11.	Антимонопольная политика в отношении картелей и контроль слияний.	2	2			4
12.	Государственное регулирование и политика поддержки конкуренции	2	2			4
13.	Экономические проблемы дерегулирования	2	2			4
	<b>Итого по курсу: 64</b>	<b>34</b>	<b>30</b>			<b>64</b>

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### ***Тема 1. Теории конкуренции и конкурентного преимущества***

Эволюция взглядов на конкуренцию и источники конкурентных преимуществ.

Теории неоклассической экономики. Совершенная конкуренция – фундаментальная модель неоклассического экономического анализа. Основные допущения модели и вывод в отношении формулирования стратегии конкуренции.

Монополистическая конкуренция как разновидность модели совершенной конкуренции в условиях дифференциации. Определение термина «дифференциация» согласно Чемберлину.

Монополия и модель доминантной фирмы. Разновидности модели доминантной фирмы и их вклад в формирование и реализацию стратегий конкуренции. Теории олигополии. Стратегические взаимодействия на рынке в вариациях моделей Курно, Бертрана и Стэкельберга.

Теория отраслевых рынков (теория организации промышленности). Модель Э. Мэйсона и Дж. Бейна. Критика модели. Конкурентное преимущество как результат успешного позиционирования в отрасли. «Новая теория организации промышленности».

Основные положения теории динамической конкуренции. Австрийская школа экономики. Вклад Й. Шумпетера в теорию динамической конкуренции и понимание конкурентного преимущества. Теория игр как инструмент математического моделирования конкурентных взаимодействий. Сравнительная характеристика статической и динамической конкуренции. «Устойчивое» конкурентное преимущество vs «неустойчивое» конкурентное преимущество.

Теория квазиконкурентных рынков (Дж. Стиглер, Г. Демшец, Дж.Кларк). Эволюционная экономика как альтернативный взгляд на динамику конкуренции. Основные положения работы Р.Нельсона и С.Уинтера «Эволюционная теория экономических изменений».

Конкурентное преимущество: понятие, источники и виды. Критерии классификации конкурентных преимуществ. Разграничение конкурентных преимуществ и потенциальных возможностей. Источники конкурентного преимущества. Вопрос о существовании абсолютного конкурентного преимущества.

Анализ статьи профессора МГУ им. М.В. Ломоносова Таранухи Ю.В «Экономическая природа и сущность конкуренции»

### ***Тема 2. Конкурентная среда и рыночное позиционирование***

Конкурентная среда. Формирование и эволюция конкурентной среды. Конкурентная среда и эффективность фирм.

Позиционирование фирмы - первый шаг в понимании структуры отрасли и альтернатив поведения. Отраслевой анализ. Оценка интенсивности конкуренции в отрасли с использованием модели М. Портера «Пять конкурентных сил». История метода, его применение, сильные и слабые стороны. Движущие силы конкуренции. Факторы, обуславливающие интенсивность конкуренции. Категория «конкурент». Угроза вхождения в отрасль новых конкурентов. Барьеры входа: экономия на масштабе, дифференциация продукта, издержки переключения, доступ к каналам сбыта и сырьевым материалам, капиталовложения, государственная поддержка.

Кривая опыта как барьер вхождения. Анализ кривой опыта и его применение. Оценка интенсивности соперничества между действующими конкурентами. Рыночная власть покупателей и поставщиков. Факторы, определяющие власть поставщиков и покупателей. Угроза вертикальной прямой интеграции относительно угрозы вертикальной обратной интеграции.

Анализ конкуренции с использованием метода «пяти конкурентных сил» на примере авиационной и фармацевтической отраслей США.

Модель А. Брандербургера и Б. Нейлбаффа о «взаимодополняющей отрасли» - «шестая сила конкуренции».

Концепция стратегических групп (М.Хант и М.Портер). Обоснование использования анализа стратегических групп. Уровни анализа и процесс его применения. Карта стратегических групп. Барьеры мобильности. Выявление основных конкурентов в отрасли на основе стратегических переменных. Конкурентные переменные согласно М. Портера, Р. Румлета, К. Гелбрейта, Д. Шендела, Р. Акоффа, У. Дилла и Г. Алдриха. Определение соперничества и степени взаимной зависимости между стратегическими группами.

Анализ конкуренции с использованием методов отраслевого анализа в мировой автомобильной промышленности.

Исследование аспектов игры между фирмами, желающими войти в отрасль и фирмами, функционирующими в отрасли (по материалам статьи J.Gelman, S.Salor)

Динамика входа в отрасль фирмы с финансовыми ограничениям в условиях неполной информации (по материалам статьи Jean – Pierre Benoit).

Динамика последовательного входа в отрасль (по материалам статьи V.Douglas)

### ***Тема 3. Эволюция отрасли. Стадии отраслевых изменений***

Основные концепции эволюции отрасли. Значение эволюции отрасли для формулирования стратегии конкуренции.

Теория жизненного цикла продукта (ЖЦП) и ее значение в прогнозировании вероятных направлений отраслевой эволюции. Стадии жизненного цикла. Прогнозы стратегии и конкуренции на основе модели ЖЦП. Характеристика основных компонентов стратегии в зависимости от стадии ЖЦП. Критика концепции ЖЦП и ее недостатки. Нормативные стратегии ЖЦП и стратегии по этапам ЖЦП (А. Роу, Р.Мейсон, К.Диккель). Процесс применения метода.

Схема прогнозирования эволюции. Движущие силы отраслевых изменений. Характеристика динамических процессов отрасли. Изменения позиций субститутов и взаимодополняющих продуктов. Изменения в сегментах потребительского спроса.

Технологические барьеры и эволюция отрасли. Теория жизненных циклов технологии (Дж.Аттэрбэк, У.Эбернат). Анализ S-кривых. Характеристика моделей анализа S-кривых. Определение продуктивности НИОКР. Технологическая эволюция. Преимущества и недостатки первого хода. Лицензирование технологий. Технологические альянсы. Типы альянсов. Применение анализа патентных тенденций и выявление значимых конкурентов в отрасли. Выбор технологической стратегии.

Соотношение теории ЖЦП, жизненного цикла технологий и эволюции отрасли.

#### ***Тема 4. Отраслевая конкуренция и конкурентные стратегии***

Макро- и микромоделли конкурентной стратегии.

Современные трактовки конкурентной стратегии. Оптимизация бизнес – портфеля (А. Лифф). Подход А. Брандербургера и Б.Нейлбаффа. Классификация стратегий Х. Фризевинкеля и П.Раменского. Базовые конкурентные стратегии М.Портера: стратегии лидерства в издержках, дифференцирования и фокусирования. Подход Г. Хаммела и К. Прахалада. Ценностный подход Р.Нельсона, С.Уинтера и П.Диксона. Теория рыночного лидерства М.Трейси и Ф.Вирима.

Классический подход к формулированию стратегии Э.Кристенсена и М. Боуэра. Формулирование конкурентной стратегии в отраслях с низким уровнем концентрации. Стратегии преодоления низкой концентрации и приспособление к ней. Формулирование конкурентной стратегии в новых отраслях. Диверсификация. Реакция отрасли на замещение традиционного продукта новым изделием (график Дж.Форбуса).

Конкурентные стратегии внедрения инноваций. Скорость внедрения инноваций. Модель Ф.М. Шерера. Внедрение радикального нововведения. Модели К. Эрроу и Г.Демшеца. Технологическая неопределенность и риски нового продукта. Снижение неопределенности и хеджирование риска инвестиций.

Отраслевые сценарии в прогнозировании новых отраслей. Формулирование конкурентной стратегии в период зрелости отрасли. Структурные факторы конкуренции в период спада и стратегические альтернативы.

Примеры игры конкуренции фирм, функционирующих на глобальных рынках и фирм, намеревающихся войти на данные рынки.

#### ***Тема 5. Вертикальная интеграция и стратегии в отношении поставщиков и покупателей***

Интеграция. Виды интеграций. Вертикальная интеграция. Вертикальная интеграция как барьер входа. Экономия на основе интеграции. Частичная интеграция. Выгоды и издержки вертикальной интеграции. Трудности стратегии интеграции предшествующих и последующих этапов производства.

Долгосрочные контракты и квазиинтеграция. Стратегия закупочной деятельности. Основные проблемы закупок.

Стратегия в отношении покупателей и схема выбора покупателей. Анализ сегментации покупателей. Стратегическая и экономическая логики сегментации. Стратегический рост и сегментация. Вектор роста. Матрица вектора роста. Матрица И. Ансоффа «товар – рынок». Модель покупательской ценности Э. Нойманна. Иерархия покупательской ценности. Модель качества услуги. Карта покупательской ценности. Стратегии группировки. Стратегия чистых компонентов. Стратегия смешанных компонентов. Стратегия частичных компонентов. Конкуренция и разнообразие продукта.

Анализ причин дифференциации продукта в спектре товаров (по материалам статьи С. D'Aspermout, J. Gabszewicz)

#### ***Тема 6. Конкурентный анализ: понятие, компоненты, подходы и методы применения***

Анализ конкурента в концепции конкурентного анализа. Разграничение

понятий «анализ конкурента» и «конкурентный анализ». Компоненты анализа конкурента. Методика анализа конкурента М. Портера. Методика анализ конкурента Л. Фазэй. Теория «имитационного» конкурента. Методика анализа конкурента Р. Тиссона. Аналитические категории, применимые к анализу конкурента (М. Портер, Р. Тиссон, Д. Фулд, Р. Грант, Л.Фазэй). Отбор конкурентов. Стратегические выгоды от наличия конкурентов. «Хороший» конкурент. Оптимальное сочетание конкурентов. Организация системы анализа конкурента. Категории и типы информации о конкурентах. Схема власти конкурентов.

«Слепые зоны» в конкурентном анализе (С. Захра). Проектный подход к конкурентному анализу Дж. Прескотта. Оценка методов конкурентного анализа. Определение конкурентного анализа в контексте конкурентной разведки. Конкурентный анализ и конкурентная стратегия. Особенности применения конкурентного анализа в разных отраслях.

Ресурсный подход к анализу конкурентов и конкурентной среды. Основы теории функциональных возможностей и ресурсов. Позиционирование фирмы на основе ресурсов. Анализ финансовых коэффициентов и показателей. Методы сравнения коэффициентов и показателей. Построение матрицы стратегических групп – прибыльности.

Пример использования анализа ресурсных возможностей в отрасли цифровых фотоаппаратов.

### ***Тема 7. Конкурентная разведка в информационной системе организации***

Конкурентная разведка (КР): понятие, цели, задачи, функции. Семантические расхождения термина «конкурентная разведка». Особенности перевода. Конкурентная разведка: эволюционно – страновой аспект. Эволюция КР. Институционализация КР. Субъекты КР. Культура и этика КР. Место КР в организационной структуре. Программы КР. Бенчмаркинг.

Разграничение понятий «информация», «конкурентная информация» и «сведения». Первичные и вторичные источники информации о конкурентах. Сбор информации. Система конкурентной информации. Раскрытие конкурентной информации. Функциональная взаимосвязь КР с менеджментом организации.

Примеры организации и использования КР в компаниях.

### ***Тема 8. Динамика конкурентных взаимодействий***

Коммуникационно – информационная теория конкурентных взаимодействий. Основные элементы модели. Структура конкурентных действий и ответных реакций. Модель конкурентных взаимодействий.

Методология изучения конкурентных действий и ответов. Измерители. Конкурентные действия и соперничество. Использование регрессионного анализа характеристик взаимосвязи действий и ответных реакций. Тест Фишера. Прогнозирование возможных конкурентных ответов. Конкурентное поведение, ответные действия и организационная эффективность.

Моделирование конкурентных процессов. Симметричные и асимметричные конкурентные ситуации. Концепция «действие – взаимодействие» и основные определения. Модель конкурентного преимущества в рамках концепции «действие – взаимодействие». Принцип избегания соперников с предпринимательскими действиями. Принцип привлечения соперников с сдерживающими действиями.

Принцип избегания столкновений. Типы предпринимательских действий. Характеристики конкурентных действий и ответов.

Степень независимости конкурента. Хищническое ценообразование. Политика «низких» цен. Сдерживание вход в отрасль посредством расширения товарного ассортимента. Манипулирование информацией для сдерживания ответных действий. Ценовое лидерство. Издержки сигналов. Динамическое соперничество по цене и молчаливый сговор.

Вход в отрасль в условиях несовершенной информации с низкими ценами (по материалам статьи: P. Milgrom)

### ***Тема 9. Регулирование в отраслях естественных монополий***

Монополия. Естественная монополия: цели, формы, критерии оценки. Эволюция подходов к определению естественной монополии.

Теории регулирования.

Ценовая дискриминация. Цены Рамсея. Правило Рамсея: обоснование и вывод. Тарифное регулирование. Механизмы тарифной системы. Блочные тарифы.

Механизм Вогельсанга – Финсингера и поведение фирмы. Концепция доступа третьей стороны.

### ***Тема 10. Антимонопольное законодательство и регулирование***

Основные принципы антимонопольного регулирования.

Концепция хищнической цены и нормы о монопольно низкой цене.

«Правило разумности» vs применения антимонопольного законодательства «по букве закона»

«Группа лиц». Санкции. Границы рынка. Подходы к определению границ рынка.

Антимонопольное законодательство США, ЕС, Республики Беларусь.

Закон Шермана (1893г.). Закон Робинсона – Патмана (1936г.). Закон Целлера – Кефопера (1950г.).

Римский договор (ЕС).

Закон о конкуренции РБ от 10.12. 1992 № 2034 (ред. От 27.12.2011 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции»)

Сравнительный анализ законов.

### ***Тема 11. Антимонопольная политика в отношении картелей и контроль слияний***

Картель. Экономическая природа картеля. Соглашения о координации и деятельности фирм отрасли. Кооперативные соглашения. Коллективные доминирования. Теория молчаливого и явного сговора. Стимулы к молчаливому сговору. Модель Грина – Портера.

Ограничение рыночного предложения. Установление монопольной цены. Горизонтальное слияние.

Антикартельное законодательство в США и ЕС. Сравнительный анализ практики по антимонопольным делам.

### ***Тема 12. Государственное регулирование и политика поддержки конкуренции***

Основы государственной политики поддержки конкуренции. Документы, определяющие государственную конкурентную политику в Республике Беларусь.

Инструменты государственной конкурентной политики. Этапы реализации мер, направленные на развитие конкуренции.

Оценка конкурентного климата. Регулирование конкуренции. Предотвращение недобросовестной конкуренции. Система государственных закупок. Закон «О рекламе». Сертификация и лицензирование.

Нормативно – правовые основы защиты конкуренции.

Соглашение «О единых принципах и правилах конкуренции» от 09.12.2010г. между Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией.

Указ Президента РБ от 13.10.2009 №499 «О некоторых мерах по совершенствованию антимонопольного регулирования и развития конкуренции»

### ***Тема 13. Экономические проблемы дерегулирования***

Толкование и происхождение термина «дерегулирование». Реформы регулирования.

Неэффективное регулирование естественных монополий. Развитие конкуренции на рынках естественной монополии. Разделение конкурентного и естественно – монополистического рынков.

История, опыт и проблемы дерегулирования в мировом контексте.

# ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## ЛИТЕРАТУРА

### ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ

1. Закон о конкуренции РБ от 10.12. 1992 № 2034 (ред. От 27.12.2011 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции»)
2. Соглашение «О единых принципах и правилах конкуренции» от 09.12.2010г. между Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией.
3. Указ Президента РБ от 13.10.2009 №499 «О некоторых мерах по совершенствованию антимонопольного регулирования и развития конкуренции»

### ОСНОВНАЯ

4. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
5. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – 541 с.
6. Grant R. Cases to accompany Contemporary strategy analysis – 7th ed. – Wiley, Ltd, Publication, 2009

### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

7. Авдашева С.Б., Шаститко А. Е., Калмычкова Е.Н. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта / Лекционные и методические материалы – М.: ВШЭ, 2007.
8. Гордон Я. Целевая конкуренция / Пер. с англ. – М.: Вершина, 2006. – 368 с.
9. Минцберг Г., Альстрэнд Б. Школы стратегий / Пер. с англ. – СПб: «Питер», 2001. – 336 с.
10. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с.
11. Портер М. Международная конкуренция / Под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
12. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
13. Прескотт Дж. Конкурентная разведка. Уроки из окопов / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 336 с.
14. Тарануха Ю. В. Экономическая природа и сущность конкуренции // Маркетинг в России и за рубежом . - 2011. - № 1. - с. 4-17
15. Benoit Jean-Pierre Financially Constrained Entry in Game with Incomplete Information // The RAND Journal of Economics. 1984. Vol.15, pp. 490-499
16. Bulow J. Durable-Goods Monopolists // Journal of Political Economy.1982. Vol.90, pp. 314-332

17. D'Aveni R.A. Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering – N.Y., Oxford, Singapore: The Free Press, 1994.
18. Douglas B. Strategic Deterrence of Sequential Entry into an Industry // The RAND Journal of Economics. 1984. Vol.15, pp. 1-11.
19. Fehring, D. State of the Art: Competitive Intelligence / D. Fehring, B. Hohhof, T. Johnson // A Competitive Intelligence Foundation Research Report 2005-2006. – 2006. – Executive Summary. P. – 1 – 16.
20. Fleisher, C.S. Special Issue on Country-Specific Competitive Intelligence / C.S. Fleisher // Journal of Competitive Intelligence and Management. – 2004. – Vol. 2, № 4. P. – 1 – 52.
21. Fleisher, C.S. Special Issue on Country-Specific Competitive Intelligence / C.S. Fleisher // Journal of Competitive Intelligence and Management. – 2004. – Vol. 2, № 2. P. – 1 – 87.
22. Fleisher, C.S. Special Issue on Country-Specific Competitive Intelligence / C.S. Fleisher // Journal of Competitive Intelligence and Management. – 2004. – Vol. 2, № 3. P. – 1 – 75.
23. Fuld, L.M. Competitor intelligence: how to get it, how to use it. / L.M. Fuld. – NY: John Wiley and Sons, 1985. – P. 215.
24. Fuld, L.M. Monitoring the competition: find out what's really going on over there. / L.M. Fuld. – NY: John Wiley and Sons, 1988. – P. 270.
25. Gelman J., Salop S. Judo Economics: capacity Limitation and Coupon Competition // Bell Journal of Economics.1983. Vol.14, pp – 315-325
26. Judo and the Art of Entry //Harvard Business School Publishing, Rev. February. 1991Matutes C., Regibeau P. Mix and Match: Product Compatibility without Network Externalities // The RAND Journal of Economics. 1988. Vol.19, pp. 221-234
27. Hasanali, F. Competitive Intelligence: A Guide for Your Journey to Best-practice Processes. / F. Hasanali, P. Leavitt. – APQC Publications, 2004. – P. 61.
28. Prescott, J.E. The Evolution of Competitive Intelligence / J.E. Prescott // PROPOSALManagement. – 1999. – APMPSpring. P. – 37 – 52.
29. Virpi Pirttimäki. Comparative Study and Analysis of the Intelligence Activities of Large Finnish Companies / Pirttimäki Virpi // Journal of Competitive Intelligence and Management. – 2007. – Vol. 4, № 1. P. – 132 – 155.
30. Singh A. Competition and Competition Policy in Emerging Markets: International and Developmental Dimensions / Revised version of a paper originally presented at the meeting of the G – 24 Technical Group. 2002.
31. Smith, J. The Emergence and Uniqueness of Competitive Intelligence in France / J. Smith, L. Kossou // Journal of Competitive Intelligence and Management. – 2008. – Vol. 4, № 3. P. – 63 – 85.
32. Wright, S. Competitive Intelligence in UK: A typology / S. Wright // Marketing Intelligence and Planning. – 2002. – Vol. 20, № 6. P. – 349 – 360.