

Dr Boris Begović*

Stucke, Maurice E., Ariel Ezrachi. 2020. *Competition Overdose: How Free Market Mythology Transformed Us from Citizen Kings to Market Servants*. New York: HarperCollins Publishers, 401.

Poznavaćima prava konkurencije dobro je poznat dosadašnji izuzetan doprinos autora ove knjige. Na primer, Ezrakijev pregled slučajeva u evropskom pravu konkurencije (Ezrachi 2012), koji je nezaobilazno štivo za svakog ko ima ambiciju da tvrdi da nešto zna u toj oblasti. Kada njih dvojica objave knjigu o konkurenciji, onda su očekivanja čitalačke publike koja makar i površno poznaje tu oblast svakako velika. Ali kada naslov knjige glasi *Predoziranje konkurencijom*, sva zvona i klaksoni počinju da se oglašavaju. Šta se to događa? Da li je moguće da smo svi mi narkomani, „navučeni“ na konkurenciju u ranoj mladosti, još u osnovnoj školi. A narkomanija je, pokazalo se, nešto loše, nezavisno od doziranja. Da li je i konkurencija, shodno takvom naslovu, nešto loše?

Ne, smerno tvrde autori, protivrečivši sami sebi, konkurencija može da bude dobra, ali, prema njihovom mišljenju, nije uvek dobra. A mi, nezavisno od toga što čitalac do kraja knjige ne saznaje ko smo to „mi“, koji smo „predozirani konkurencijom“, treba da se osvestimo, da prihvatimo da konkurencija ponekad zaista nije dobra – da je ponekad „toksična“. Autori, na samom početku knjige, tvrde da će nam pomoći da prepoznamo te slučajeve.

Prvi slučaj toksične konkurencije koji se u knjizi opisuje jeste trka ka dnu, kada, tvrde autori, interes pojedinačnog konkurenta nije istovetan njihovom kolektivnom interesu, odnosno interesu društva u celini, i kada konkurenti ne mogu da prekinu sa takvom konkurentskom borbom. Čitaocu pada na pamet slučaj trke u nuklearnom naoružanju, kada se ograničavanjem takvog nadmetanja, uz niže troškove, može postići istovetan nivo odvratanja – ravnoteže straha. No, autori se bave obavezom nošenja kaciga u hokeju na ledu (baš relevantno za pravo konkurencije) i procesom primanja brućoša na američke univerzitete. Pokazalo se da

* Redovni profesor, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, begovic@ius.bg.ac.rs.

je procenat odbijenih kandidata jedan od indikatora kvaliteta američkih univerziteta koji se koristi prilikom njihovog rangiranja. Taj pokazatelj je stvorio podsticaj američkim univerzitetima da pozivaju da se što veći broj kandidata prijavi upravo kod njih, kako bi na taj način imali što veći procenat odbijenih kandidata, time navodno pokazali svoj kvalitet, pa tako napredovali na rang-listi i pretekli konkurente. Potpuno je jasno da je reč isključivo o pogrešnom pokazatelju koji se koristi i koji stvara neodgovarajuće podsticaje, a ne o lošim efektima konkurencije između američkih univerziteta. Ipak, za autore je to prvi slučaj toksične konkurencije.

Konjsko meso umesto goveđeg rezultat je drugog slučaja toksične konkurencije. Za slučaj konjskog mesa koje se našlo u lazanjama u evropskim samoposlugama, koje su, prema deklaraciji 100% od goveđeg mesa, kriva je, bar tako autori smatraju, konkurencija. Konkurentski pritisak je stvorio dobavljačima podsticaj da umanjuju troškove kako bi zadržali visoku profitnu stopu, a oni su to učinili obarajući kvalitet svog proizvoda, pa je u mlevenom mesu jeftinije konjsko meso delom zamenilo goveđe. Čitalac, naročito onaj koji makar površno poznaje mikroekonomsku teoriju, ipak bi se usudio da primeti da je reč o klasičnom slučaju asimetrije informacija, kakva postoji na mnogim tržištima, pa stoga treba uvesti dobro uređen proces kontrole kvaliteta, kakav je po izbujanju tog skandala i uveden, a ne sputavati konkurenciju. Uzgred, asimetrija informacija je opasnija u slučaju monopola nego u slučaju konkurencije, a osnovni motiv poslovne aktivnosti, maksimizacija profita, pa stoga i motiv za obaranje kvaliteta, čime se obaraju troškovi, postoji nezavisno od stanja konkurencije. Naravno, legitimno je da se tvrdi da je maksimizacija profita sama po sebi toksična, ali to je onda pledoaje protiv kapitalizma, privatne svojine i tržišne privrede, a ne slučaj toksične konkurencije.

Treći slučaj toksične konkurencije je za ceo svet izuzetno relevantan način na koji hoteli u Las Vegasu iskazuju svoje cene na sajtovima na rezervisanje smeštaja. Njihova cena nije konsolidovana, već se sastoji iz nekoliko delova, pri čemu neki od njih na sajtovima za rezervaciju nisu baš najjasnije prikazani – koristi se sitan font – što može da dovede do zabune potrošača. Međutim, pita se čitalac, kakve to ima veze sa konkurencijom? Lasvegaski hotelijeri, sasvim očekivano, hoće da zarade što više na onima koji bi tamo da dođu i da nemilice troše svoje pare – šta bi tek činili da nema konkurencije između njih? Tim pre što je rešenje tog problema jednostavno: hotele treba propisima obavezati da iskazuju samo konsolidovanu, ukupnu cenu smeštaja. Sami autori navode da je nadležno telo u Australiji učinilo upravo to i da oni koji rezervišu lasvegaski smeštaj to čine iz Australije, dobijaju punu informaciju o ceni. I žale što američko nadležno telo nije učinilo to isto. Zbog čega? Čitalac će pomisliti da je to možda zbog toga što se jedan od tamošnjih hotela s dobrim razlogom zove *Trump International Hotel Las Vegas*. Nije baš da

je neočekivano, dešava se to kada tajkun postane predsednik, ali ostaje misterija kakve to ima veze sa konkurencijom.

Prekomeran izbor je, prema mišljenju autora, četvrti slučaj toksične konkurencije. Reč je o tome da prevelika diverzifikacija ponude stvara takve kognitivne zahteve kupcima da oni, navodno, zbog toga veoma često odustaju od kupovine. Autori ne spore pogodnosti koje po kupca stvara mogućnost izbora, jedino tvrde da je prekomeran izbor kontraproduktivan. Kako, onda, razlikovati primereni od prekomernog izbora? U knjizi nema nijedne jedine naznake koja bi se mogla smatrati elementom odgovora na to pitanje. Jedino što se odbacuje prilično razborita teza da će prodavci, suočeni sa odustajanjem kupaca od kupovine usled prekomerne diverzifikacije ponude, i suočeni sa pritiskom konkurenata, smanjiti ponuđeni izbor kako bi uvećali prodaju, pa time i svoj profit. Argumenti? Nema ih.¹

Sledeći deo knjige posvećen je razlozima zbog kojih smo predozirani konkurencijom. Prvi razlog je delanje zagovornika ideologije konkurencije, otelotvorene u rečenici „Konkurencija je uvek poželjna“. Poreklo te ideologije, smatraju autori, treba tražiti u Čikaškoj školi, čije se ideje u knjizi potpuno netačno prikazuju. Dakle, ti ideolozi, proizvođači narkotika zvanog konkurencija, uspeali su da formulišu pravni okvir, zakon za zaštitu konkurencije i srodne propise, koji, prema mišljenju autora, bezuslovno štiteći konkurenciju, onemogućavaju njeno ograničavanje u onim situacijama u kojima je ona kontraproduktivna. Primer – sporazum o ograničavanju (plafoniranju) plata trenerima u Američkoj amaterskoj košarkaškoj ligi (*NCAA*), koji su kolektivnom tužbom na sudu osporili treneri. Međutim, svi zakoni o zaštiti konkurencije u savremenom svetu poseduju mehanizme kojima se može sprečiti ona konkurencija koja je kontraproduktivna, odnosno sačuvati ono narušavanje konkurencije koje uvećava društveno blagostanje. U evropskom pravu konkurencije, to su izuzeća, pojedinačna ili kolektivna, restriktivnih sporazuma. U američkom pravu konkurencije to se postiže na nekoliko načina: izuzimanjem cele oblasti iz primene prava konkurencije (na primer sindikati, prema

¹ U svom pohodu dokazivanja da je prekomeran izbor kontraproduktivan, autori povezuju napredak elektronskih platformi za (emotivno) povezivanje, koje omogućavaju veću raznolikost potencijalnih životnih saputnika koji se upoznaju, i opadanje broja brakova sklopljenih u SAD. Budući da, naravno, broj brakova zavisi od veoma velikog broja razolikih činilaca, autori izbegavaju da zaključe da je napredak elektronskih platformi prouzrokovao pad tog broja, ali zaključuju da svakako nije doveo do njegovog značajnog uvećanja (str. 115). To je metodološki neodrživ zaključak, budući da se ni na koji način ne kontroliše dejstvo ostalih faktora. Sasvim je moguće da bi napredak elektronskih platformi omogućio značajno povećanje broja brakova da nije bilo drugih faktora sa suprotnim smerom dejstva. Drugim rečima, sasvim je moguće da je pad broja brakova, koji izaziva dejstvo drugih faktora, manji nego što bi bio da nije bilo napretka elektronskih platformi i uvećanje raznolikosti ponude potencijalnih životnih saputnika, što samo za sebe, *ceteris paribus*, dovodi do povećanja broja zaključenih brakova.

članu 17 Klejtonovog zakona), primenom institutā sigurne luke (*safe harbor*) i sigurne zone (*safety zone*) i primenom standarda zasnovanog na pravilu razuma (*rule of reason*). Dakle, ipak postoji obilje instrumenata i mehanizama da se postigne ono što autori tvrde da uopšte nije moguće, a to navodno zbog delovanja ideologa konkurencije, koji su shodno svojoj ideologiji osmislili i propise o zaštiti konkurencije. Upravo su ti mehanizmi omogućili ograničavanje konkurencije u daleko ozbiljnijoj ligi, Američkoj ligi profesionalne košarke (*NBA*) u kojoj je ograničen (plafoniran) fond nadnica igračima, kako bi se sprečila trka do dna. Dakle, narušena je konkurencija na tržištu radne snage. Pravilo *sallary cap*, kojim su ograničene nadnice, uvedeno je kao deo kolektivnog ugovora – dakle, sindikalna stvar – a sindikati su već pomenutim članom Klejtonovog zakona izuzeti iz prava konkurencije. Dakle, neka pravници *NCAA* stupe u kontakt sa advokatima *NBA* i nauče kako se, u skladu sa zakonom, rešavaju problemi koji proizlaze iz prekomerne konkurencije, ali njihovo neznanje zaista ne treba koristiti kao argument u prilog teze o ideolozima konkurencije koji onemogućavaju da se predupredi konkurencija koja je kontraproduktivna.

Ideologiju konkurencije, smatraju autori, plasiraju lobisti onih grana delatnosti i onih korporacija koje žele što manje regulacije, pa im je ta ideologija pokriće za deregulaciju, odnosno za umanjeње regulacije koja ne odgovara korporativnom sektoru.² Zanimljivo da se potpuno prenebregava obimna literatura o ekonomskoj teoriji regulacije (Stigler 1971; Peltzman 1976), u kojoj se detaljno objašnjava kako lobisti koje angažuju korporacije utiču na regulaciju, preciznije rečeno, na uspostavljanje regulacije kojom se sputava konkurencija, naročito regulacije ulaska novih konkurenata – stvaranje pravnih barijera ulasku. A te barijere su u američkoj privredi danas daleko značajnije nego što su bile pre nekoliko decenija upravo zbog delovanja lobista (Gutiérrez, Philippon 2019).

Zanimljivo je, doduše, kako autori u poglavlju o lobiranju uzgred dokazuju generalnu toksičnost konkurencije. Budući da konkurencija za njih u samom svom srcu treba da potkopa koncentrisanu ekonomsku moć, a sve je veća nejednakost u raspodeli bogatstva (u SAD), konkurencija je očigledno toksična i kontraproduktivna. Svrha konkurencije, međutim, bar se tako tvrdi u svim važećim udžbenicima i većini zakona o njenoj zaštiti, jeste uvećanje ekonomske efikasnosti i, time, maksimizacija društvenog blagostanja, odnosno blagostanja potrošača, a ne ravnomerna raspodela tog blagostanja. Neopravdano je konkurenciju optuživati za nešto što ne spada u njen „opis posla“.

Ideologiju konkurencije nameću, kako smatraju autori, i zagovornici privatizacije (funkcija) javnog sektora, i kao argument u prilog te

² Kako navode autori, „ideologija konkurencije može da prikrija korupciju, eksploataciju, nekompetentnost i neznanje“ (str. 146). Kao i svaka druga ideologija, dodao bi nepristrasan čitalac.

teze nude svoje viđenje epizode privatizacije zatvora u SAD, kojom se kazneni zavodi na konkursima prepuštaju privatnim kompanijama, koje svojim poslovanjem obezbeđuju izvršavanje zatvorskih kazni. Prema mišljenju autora, upravo zbog toga je Amerika zemlja sa najvećim brojem zatvorenika u odnosu na broj stanovnika, visokim stepenom recidivizma i, generalno, nepovoljnim statistikama kriminala. No, nisu ni pokušali da dokažu ono što se ne može dokazati. Da bi to što tvrde moglo da bude tačno, trebalo bi da privatne kompanije koje vode zatvore utiču na krivično zakonodavstvo, to jest na politiku suzbijanja kriminala, i da daju smernice sudovima za izricanje kazni itd. A da bi takva teza postala uverljiva, trebalo bi pokazati bar da se usponom privatnih zatvorskih kompanija desila promena na tom planu. A takva se promena nije dogodila. Amerika je odavno bila i ostala zemlja u kojoj se duboko veruje u zatvorsku kaznu, u kojoj je osnovni cilj kažnjavanja onemogućavanje prestupnika da ponovo učini krivično delo („njih treba skloniti sa ulica naših gradova“), a ne njegovu odvracanje ili resocijalizacija, pa je onda logično što se kažnjavanje svodi na zatvorsku kaznu – nije čudo što su američki zatvori prepuni prestupnika. To nema nikakve veze ni sa privatizacijom te državne funkcije ni sa konkurencijom. Međutim, i sa jednim i sa drugim je povezan iznos troškova izvršenja zatvorske kazne koji se namiruju iz budžeta. Stidljivo se na jednom mestu u knjizi (str. 170) napominje da su troškovi po zatvoreniku po danu u privatnim zatvorima kojima je poveren posao 34 američka dolara, a isti ti troškovi su u istoj saveznoj državi (Luizijana) u klasičnim državnim zatvorima 52 američka dolara – 35% više. Na osnovu toga, čitalac zaključuje da i u slučaju zatvora konkurencija daje rezultate tamo gde rezultate od nje treba i očekivati – u sferi ekonomske efikasnosti i obaranja (prosečnih) troškova.³

Kada se svemu tome dodaju oni najgori, *Facebook* i *Google*, koji nam ništa ne naplaćuju, ali nas, kako tvrde autori, eksploatišu tako što nas nadgledaju i znaju sve o nama, pa onda te informacije prodaju onima koji usmeravaju svoje reklamiranje, jasno je da počinjeno da živimo neku varijantu 1984 Džordža Orvela. Doduše, Orvelov teleekran nikako nije mogao da se isključi, a milijarde ljudi u svetu, ne samo u siromašnim zemljama, normalno žive iako nemaju nalog na Fejsbuku i niko ih na to ne tera. No, ostaje misterija kakve veze sve to ima sa konkurencijom, toksičnom, kako vole na naglase autori.

U pokušaju da ponude nekakvo svetlo na kraju tunela, nekakvu detoksikaciju konkurencijom smoždenih narkomana, autori se bave pitanjem koliko smo mi, ljudska bića, pohlepni. Nismo, zaključuju auto-

³ Zanimljiva je opaska autora da su pojam privatizacije, preciznije reprivatizacije, u ekonomsku terminologiju navodno uveli nacisti tridesetih godina prošlog veka i da je ta privatizacija služila „centralizaciji vlasti i u korist nekolicine, a na štetu mnogih“ (str. 190). Baš živopisna ideološka etiketa – ako se neko danas zalaže za privatizaciju, mora da je sledbenik nacista! Možda ne samo u pitanju privatizacije?

ri, navodeći nalaze nekih eksperimenata, ishode nekih od igara. Pa onda zaključuju da nas pohlepnima čini konkurencija, i to ovakva kakva nas sada okružuje i koja je, prema njihovom mišljenju, igra sa nultom sumom – sve je usmereno na preotimanje, onoliko koliko neko izgubi drugi dobije, a takva konkurencija, kako navode, istiskuje sve društvene, moralne i etičke norme (*sic*).⁴ I onda postajemo pohlepni.

Dve napomene. Prvo, nije sporno da su (mnogi) ljudi pohlepni. Nije sporno ni to da pohlepa postoji od početka istorije čovečanstva. Neizvestan je odgovor na pitanje da li se pohlepa pojačala u poslednjih nekoliko decenija, uz uspon ideologije slobodnog tržišta. Da li se promenio sistem vrednosti, da li je porasla sebičnost? Protivrečni su odgovori na ta pitanja. Ali ne postoji nikakva potvrda da postoji uzročno-posledična veza između konkurencije i pohlepe. Izvesno je, međutim, da ljudi ne postaju pohlepniji zbog konkurencije – pohlepni su zbog svog sistema vrednosti, zbog svojih preferencija, zbog odlika svojih moralnih normi. U suprotnom, monopolisti, oni koji su eliminisali svu konkurenciju, odjednom bi prestali da budu pohlepni. Nema empirijske potvrde takve promene.

Drugo, konkurencija nije igra sa nultom sumom. Konkurencija nije puko preotimanje bogatstva – tako nešto se zove pljačka. Konkurencija, piše u svim ozbiljnim udžbenicima prava konkurencije i industrijske organizacije, kao specijalizovane discipline ekonomske nauke, stvara podsticaje za alokativnu, proizvodnu i dinamičku efikasnost. To ne piše zbog toga što tako žele nekakvi ideolozi, nego zbog toga što je to jasno obrazložila ekonomska teorija i potvrdila empirijska analiza. To što konkurencija nije poboljšanje za svakoga ne znači da je konkurencija igra sa nultom sumom, budući da je dobitak svih onih koji konkurencijom dobijaju veći od gubitka onih koji gube.

Nažalost, za autore ove knjige konkurencija je igra sa nultom sumom uvek kada su igrači motivisani sopstvenim interesom, a igra sa pozitivnom sumom je samo onda kada je reč o etičkoj (ovog puta je izostalo moralnoj) konkurenciji. A *grand finale*, nirvana u svetu konkurencije, jeste ono što autori nazivaju – plemenita konkurencija. Priznaju, doduše, da je to ideal koji se ne može potpuno doseći, ali društvo njemu treba da teži. Pa dobro, čemu to mi onda kao društvo treba da težimo? Plemenita konkurencija označava „pomaganje sopstvenom suparniku da razvije svoj puni potencijal“ (str. 256). Čitaocu tu već zastaje dah, ali se ipak nada da će do kraja tog poglavlja, poslednjeg u knjizi, dobiti bar neku naznaku, ako ne baš smernice, šta to treba da se učini da se, ako već ne dostigne takav ideal, ono bar krene ka njemu. Nažalost, u završnom poglavlju sledi nepojmljiv galimatijas u kome se mogu naći kenoza (*sic*),

⁴ Autori konzistentno u knjizi pišu o „društvenim, moralnim i etičkim normama“. Ostaje nejasno, u tom kontekstu, koja je to razlika između moralnih i etičkih normi. Čitalac očekuje to razjašnjenje, ali ga do kraja knjige ne dobija. Uzgred, te norme, bile one moralne i etičke, nikako se ne istiskuju, kako tvrdi autor, nego se samo menjaju.

holivudski glumci (*Matt Damon*), priča o tome zašto se srušio Boingov model 737 MAX, Povelja Ujedinjenih nacija o ljudskim pravima, dogovštine o tome kako se u žargonu zaposlenih u jednoj investicionoj banci (*Goldman Sachs*) nazivaju klijenti, šta zaposleni osim plate očekuju od poslodavaca, opis čuvenog Miligramovog eksperimenta iz 1961. godine, izveštaj o zaključcima do kojih je došao Komitet za istraživanje finansijske krize 2008. godine, šta je na saslušanju pred tim komitetom rekao nekadašnji guverner američke centralne banke (*Alen Greenspan*), kao i sadržaj govora američkog predsednika Ruzvelta iz 1941. godine, doduše ne onaj posle Perl Harbura. Čitaoca je već odavno napustila nada da će dobiti bilo kakve naznake o putu ka plemenitoj konkurenciji, ali je na kraju tog poglavlja ipak ushićen što više neće morati da čita takve nesuvisle tekstove i što je celoj knjizi najzad došao kraj.

Ostaje otvoreno bitno pitanje. Kako to da čitalac, drogiran konkurencijom, ne vidi sve te silne navodno belodane istine na koje autori ukazuju u ovoj knjizi i ne razume (neizostavan korak pre eventualnog slaganja) njihove predloge za budućnost? Jedna je mogućnost da je ta neprestana drogiranoš, ta narkomanska zavisnost od konkurencije, ireverzibilno umanjila čitaocuve kognitivne sposobnosti. Druga je mogućnost da je ovo do zla boga loše osmišljena i još gore napisana knjiga. I da čitaoca nije uspela da ubedi gotovo ni u jednu iznetu tvrdnju, a naročito nije uspela da ga ubedi u toksičnost konkurencije, čak ni u slučaju epizoda koje su ponuđene kao dokazi.

Prema svemu sudeći, druga mogućnost je tačan odgovor. No, to onda otvara veoma ozbiljno i bolno pitanje: zbog čega su dva izuzetna poznavaooca prava konkurencije i renomirana autora u toj oblasti napisala ovako lošu i neuverljivu knjigu? Odgovor svakako treba staviti u kontekst onoga što se u pogledu konkurencije i njenog prava u poslednje vreme dešava u SAD, budući da je ova knjiga pisana pre svega za to tržište. U poslednjih desetak godina na dnevnom redu je sveobuhvatno preispitivanje američkog prava konkurencije. Uspon populizma u američkom pravu konkurencije, oličen u tzv. neobrandejzijanskom pokretu i njegovoj vedeti Lini Kan (Kahn 2018), ojačao je stanovište da je američko pravo konkurencije nemoćno pred širenjem i produbljivanjem tržišne moći u toj zemlji.⁵ Za razliku od takvih populističkih nalaza, ozbiljni radovi se bave uzrocima slabljenja konkurencije na američkim tržištima (Philippon 2019) i predlozima kako da se temeljito unapredi pravo konkurencije u toj zemlji, naročito njegova primena (Baker 2019). Očigledno je da više nema saglasnosti da američku privredu odlikuju visok intenzitet konkurencije i siguran napredak, već je u toku rasprava bezmalo o svakom aspektu konkurencije i njenog prava u Americi – gotovo da nema više neprikosnovenih istina na tom planu.

⁵ Begović (2018) razmatra uspon populizma u pravu konkurencije, naročito u SAD, koji se dogodio posle Velike recesije krajem prve decenije XXI veka.

Staki i Ezraki su, očigledno i sasvim prirodno, bili motivisani da uđu u tu raspravu. Nije, međutim, problem samo učešće nego njegov karakter. Izgleda da su autori želeli da njihovu čitalačku publiku ne čine samo specijalisti prava konkurencije, ne samo akademska zajednica, već da to bude široka publika u doba populizma, čiju glad za senzacijama i jednostavnim istinama nadjačava samo potreba da nađu žrtvenog jarca. Prema svemu sudeći, želeći da postanu popularni van akademskih krugova, a imajući u tom pogledu slavne uzore poput nobelovaca Stiglicia (*Joseph Stiglitz*) i Krugmana (*Paul Krugman*), autori su se prepustili tabloidno-senzacionalističkom pristupu, nadajući se da njihov doprinos neće ostati nezapažen među širokim masama – da će postati popularni u narodu. Tako je, najverovatnije, i nastala ova knjiga.

Uzged, što se pohlepe tiče, ona ne mora da se odnosi isključivo na materijalno bogatstvo. Slavoljublje je takođe pohlepa.

LITERATURA (REFERENCES)

- Baker, Jonathan B. 2019. *The Antitrust Paradigm: Restoring a Competitive Economy*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Begović, Boris. 10–12/2018. Populizam u pravu konkurencije: anatomija, dijagnostika i moguće posledice. *Pravo i privreda* 56: 31–54.
- Ezrachi, Ariel. 2012. *EU Competition Law: An Analytical Guide to the Leading Cases*. 3rd Edition. Oxford and Portland, Oregon: Hart Publishing.
- Gutiérrez, Germán, Thomas Philippon. 2019. The Failure of Free Entry. Working Paper 26001, NBER Working Papers Series. Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research.
- Kahn, Lina. 2018. The New Brandeis Movement: America's Antimonopoly Debate. *Journal of European Competition Law and Practice* 9: 131–132.
- Peltzman, Sam. 2/1976. Toward a More General Theory of Regulation. *The Journal of Law and Economics* 19: 211–240.
- Philippon, Thomas. 2019. *The Great Reversal: How America Gave up on Free Markets*. Cambridge, Massachusetts: Belknap Press of Harvard University Press.
- Stigler, George J. 1/1971. The Theory of Economic Regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science* 2: 3–21.