

УДК 330.161

Институты публичного и частного владения собственностью в условиях самоорганизации корпоративного предпринимательства. Особенности российской пищевой промышленности

д-р экон. наук Коваленко Б.Б. kovalenkob@mail.ru

*Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет ИТМО
Институт холода и биотехнологий
191002, Санкт-Петербург, ул. Ломоносова, 9*

В статье рассматриваются особенности функционирования и развития публичных и частных корпораций, функционирующих в отраслях пищевой промышленности России. Проводится сравнительный анализ институтов публичного и частного владений корпорациями, их преимуществ и недостатков для обеспечения инвестиционной привлекательности корпоративного сектора и самоорганизации корпоративного предпринимательства.

Ключевые слова: институты, корпорация, акционерное общество, открытый рынок, корпоративное поведение, нормы, публичное размещение акций

Institutions of public and private ownership of property in terms of self-organization of corporate entrepreneurship. Features rossiyskoy food industry.

D.Sc. Kovalenko B.B.

*Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics.
Institute of Refrigeration and Biotechnology
191002, St. Petersburg, Lomonosov str., 9*

The article discusses features of the functioning and development of public and private corporations operating in the sectors of the food industry in Russia. A comparative analysis of public and private institutions, corporations, estates, and their advantages and disadvantages

Коваленко Б.Б. Институты публичного и частного владения собственностью в условиях самоорганизации корпоративного предпринимательства. Особенности российской пищевой промышленности // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент», 2013. - №2. [Электронный ресурс]: <http://www.economics.ihbt.ifmo.ru>

for the investment attractiveness of the corporate sector and the self-organization of corporate entrepreneurship.

Key words: institutions, corporation, joint stock company, public market, corporate behavior, norms, public offering

Обеспечение «эффекта масштаба», «усреднения колебаний рыночной конъюнктуры», «снижения издержек» и «получения эффекта синергии» от процессов концентрации капитала и интеграции производства, достигается в результате расширения практики применения корпоративных форм ведения предпринимательской деятельности [5 с.42-56; 10 с.17-79; 15 с.116-130]. Преимущества корпораций возникают благодаря союзу лиц (акционеров) на добровольной основе [4 с.15-19; 12 с.9-13; 16]. Каждый из акционеров, вступивших в корпорацию, несмотря на видимость единых целей, преследует собственные интересы. Поэтому взаимодействие акционеров в корпорации, дает пример противоречивого единства, которое регулируется институтами, образованными совокупностью формальных и неформальных норм и правил. Находясь под влиянием институтов, акционеры и менеджмент корпорации выбирают модель поведения: публичную или частную и вырабатывают соответствующие стратегии развития. Поэтому в современной экономической науке и корпоративной практике, традиционно, сложилось условное деление корпораций на публичные и частные [6; 15].

Как показывают результаты анализа, в рамках различных исследовательских программ, представления о публичных и частных корпорациях далеко не однозначны. Так, например в США развиваются научные направления: теория фирмы и теория корпорации [9]. Внимание исследователей акцентируется на том, что фирма создается для организации управления экономической деятельностью, а корпорация – для концентрации капитала при ограниченной личной ответственности акционеров, пропорционально количеству акций, которыми владеет каждый акционер. Корпоративный сектор условно разделен на публичные и частные корпорации. Исторически, публичные корпорации учреждались актом государственного органа, например Конгресса или министерства США для общественно значимых действий. Имущество создавалось за счет бюджетных средств, но и корпоративные действия производились от имени и во благо государства, а не частного капитала [7]. По мере развития акционерной собственности данный термин стал

применяться и к частным корпорациям, осуществляющим предпринимательскую деятельность, акции которых без ограничения обращаются на фондовых биржах.

Для формального отделения публичных компаний от частных с целью обозначения открытых корпораций в США, специальная терминология не применяется. Однако в отношении компаний, осуществивших публичное предложение акций на открытом рынке, в том числе допущенных к биржевым торгам, законодательно закреплено минимально необходимое выполнение требований: число акционеров в таких компаниях должно быть более 500 человек, а размер активов должен превышать \$10 млн.

Британские компании так же весьма условно разделены на публичные и частные. И те и другие наделены правами юридического лица. При этом основным признаком, по которому публичные корпорации отделены от частных, является соответствующая запись в меморандуме компании. Для публичной формы более строго регламентируются вопросы корпоративного управления и четко определен минимально допустимый размер уставного капитала. Частная компания может стать публичной, как и публичная компания может стать частной. Зависимости от организационно-правовой формы нет.

В Германии основными организационно-правовыми формами юридических лиц являются компании с ограниченной ответственностью и акционерные общества. Как следствие, только акционерные общества могут входить в листинг на фондовой бирже. Таким образом, основным признаком, по которому дифференцируются компании по немецкому законодательству, является возможность выхода на регулируемый рынок [14]. Отличие между акционерной и неакционерной формами компаний, функционирующих в Германии, главным образом заключается в возможности выхода на фондовый рынок.

Специальное понятие публичной или открытой компании, как показывает анализ, отсутствует и во Франции. Только акционерные общества определенного типа обладают возможностью осуществления публичного предложения. При этом публичное предложение ценных бумаг сопровождается изданием проспекта, который рассматривается и утверждается органом государственного регулирования. Установлен ряд дополнительных правил, связанных с соблюдением публичности. Законодательно, только акционерные общества обладают возможностью осуществления публичного предложения выпущенных в обращение акций. В отношении компаний, осуществляющих публичные действия, установлены особые требования [11].

В российской корпоративной практике разграничение публичных и частных корпораций формально отсутствует [1]. Вместе с тем, понятия «публичная» и «частная» корпорации употребляются все чаще. На наш взгляд, это следствие становления институтов публичного и частного владения собственностью. Разграничение корпораций на публичные и частные, равно как институтов публичного и частного владения, имеет две важнейшие предпосылки.

Во-первых, деление корпораций на «публичные» и «частные» – результат сложившегося представления о сущности и содержании корпорации. Согласно российскому толкованию термина, «корпорация» - это юридическое лицо, уставный капитал которого разделен на паи (акции), которые удостоверяют права и ответственность владельцев (акционеров). Иначе, - корпорации в России, это общества, разделенные по форме владения собственностью и типам ответственности: общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества [1]. В то же время, только акционерным обществам свойственны институты публичного владения, равно как и публичного (открытого) поведения на рынке, так как из всех форм владения собственностью в России, публичное (открытое) размещение акций посредством операций на бирже, могут осуществлять только акционерные общества [2]. То есть, по форме владения и типам ответственности публичными для российской корпоративной практики, являются открытые акционерные общества.

Во-вторых, публичный и частный характер корпораций порождаются различными подходами к выбору способов и источников финансирования предпринимательской деятельности: публичное владение собственностью формируется в процессе привлечения средств, посредством размещения акций и депозитарных расписок на финансовом рынке, частный характер владения собственностью сохраняет свое значение для корпораций, развивающихся преимущественно за счет средств участников корпорации, включая прибыль. В этом аспекте публичность также сводится к открытости поведения акционерных обществ в процессе привлечения капитала.

Как мы видим, именно на открытом обращении акций отечественная и зарубежная исследовательские традиции строят представление об институте публичного владения корпорацией, которому отвечают нормы и правила:

Во-первых, по российскому законодательству именно открытое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и осуществлять

их свободную продажу. Проведение открытой подписки является правом, но не обязанностью учредителей открытого акционерного общества [1].

Во-вторых, акции публичной корпорации проходят процедуру листинга и размещаются на фондовой бирже среди неограниченного круга акционеров. Факт открытой подписки на акции говорит о том, что компания является публичной.

В-третьих, владение акциями предоставляет акционерам возможность не только участвовать в управлении обществом, но и установить, как показывает российская практика, практически полный контроль над корпорацией.

В-четвертых, экономические реалии таковы, что объявляя открытую подписку на акции, эмитенты отдают себе отчет в том, что привлечь сколько-нибудь серьезные средства можно только на биржевых площадках. В этой связи российские публичные компании чаще всего осуществляют размещение акций именно на биржах. Хотя ничто и не мешает им не пользоваться биржевым способом размещения.

Частными компаниями являются хозяйственные общества, которым свойственны иные признаки, не характерные публичным компаниям. Кроме того, частных компаний численно значительно больше чем публичных. Частные компании представляют собой менее сложные и затратные организации, которые отличаются относительно простой структурой управления ввиду немногочисленности владельцев, принимающих ключевые решения и отсутствия необходимости постоянно учитывать интересы миноритарных владельцев (акционеров) и потенциальных инвесторов.

Таким образом, публичный характер владения собственностью, в том числе акциями, потенциально предполагает акционерное общество открытого типа. Для российских открытых акционерных обществ свойственны две важнейшие особенности:

- огромное число открытых акционерных обществ, которые никогда не осуществляли публичного размещения акций. Так, из 5,8 млн. акционерных обществ, зарегистрированных в России для осуществления уставной деятельности, на открытом рынке проводит операции с собственными акциями менее 300 компаний. Причем около 40 из них представляют 98% капитализации всего фондового рынка [13];

- чрезвычайно высокий уровень консолидации собственности отдельными доминирующими акционерами. Доля доминирующих акционеров в капитале открытых акционерных обществ составляет более 80% [8].

Учитывая эти обстоятельства, не всякое открытое акционерное общество может быть названо публичной корпорацией. Такое положение, отчасти является результатом исторического наследия, сложившихся условий и моделей приватизации, значительной институциональной инертности, выраженной в медленном усвоении новых правил и норм поведения субъектов в рыночных условиях, высокой длительности временного периода, необходимого для создания традиций, отвечающих реалиям современности и будущего. Поэтому большая часть российских открытых акционерных обществ сохраняет частный характер деятельности, высокий уровень концентрации капитала и корпоративного контроля над компаниями со стороны доминирующих акционеров. Это обстоятельство, на наш взгляд, отчасти нивелирует преимущества публичности, дискредитируя институт публичных владений собственностью, и как следствие, сдерживает развитие финансовых рынков, открытое размещение акций и перелив капитала в более эффективные сферы его применения.

Для того, чтобы изменить ситуацию и добавить российским акционерным обществам решительности к восприятию преимуществ публичных компаний, приемлемо, на наш взгляд, использование двух подходов: либо обязать все открытые акционерные общества публично размещать свои акции на фондовом рынке, либо сохранить за акционерами право самостоятельно принять решение о проведении дополнительных эмиссий с последующим публичным обращением акций на фондовой бирже. Для того, чтобы сделать выбор в пользу одного из этих подходов, проанализируем, в чем же заключается особенность институтов публичного и частного владения собственностью. Это необходимо, так как именно под влиянием институтов делается выбор в пользу частного или публичного поведения, осуществляемого в условиях полной или частичной самореализации принципов корпоративного предпринимательства.

Проблема, на наш взгляд, заключается в выборе ограниченной или полной формы самореализации, которые предоставляют различные возможности для реализации стратегий развития корпораций.

Выбор в пользу публичного владения собственностью предполагает опору на императивные нормы регулирования корпоративного поведения. Эти нормы содержат категоричные властные предписания, отступление от которых недопустимо, поэтому позволяют реализовать специальные требования к публичным обществам: определение

федеральным законодательством перечня вопросов, составляющих исключительную компетенцию общего собрания акционеров; обязательной регистрации проспектов эмиссии акций, предназначенных для публичного размещения при открытой подписке; образование такого коллегиального органа управления, как совет директоров; недопустимость ограничений концентрации корпоративного контроля, полное и своевременное раскрытие информации о деятельности общества и т.д.[1,2]

Императивные нормы, как мы видим, существенно ограничивают свободу действий акционеров и менеджмента корпораций, определяют публичную форму размещения акций, вовлечение в процесс финансовых консультантов, аудиторов, андеррайтеров, полное раскрытие информации об эмитенте в инвестиционном меморандуме, утверждение соответствующей отчетности и т.д. Этот подход позволит корпорации реализовать стратегию привлечения внешних инвестиций, но ограничив процессы самоорганизации участников корпорации и подчинения их воли формальным нормам.

В случае предпочтения частных норм – корпоративное поведение подвергается регулированию диспозитивными нормами, которые указывают на возможный вариант поведения, но при этом предусматривают определенную самостоятельность, позволяя субъектам урегулировать отношения по собственному усмотрению. Эти нормы действуют лишь постольку, поскольку субъекты не установили своим соглашением иных условий своего поведения. Поэтому диспозитивные нормы иначе влияют на корпоративное поведение, позволяя устанавливать индивидуальные правила, отличные от предписанных нормативными актами, или регулировать по собственному усмотрению те корпоративные процедуры, которые законодательством не предусмотрены.

У непубличного (частного) общества больше свободы самоорганизации участников, так как диспозитивные нормы, которыми регулируется их деятельность, допускают: самостоятельное определение учредителями компании состава и компетенции органов управления; возможный отказ от коллегиального исполнительного органа; установление порядка осуществления преимущественного права покупки доли в уставном капитале общества; контроль персонального состава участников и ограничения объема их корпоративных прав, раскрытие информации не является обязательным т.д.[3]

Следование этим нормам позволит акционерам и менеджменту корпорации сохранить возможность выбора модели поведения, стратегии, способов и инструментов

привлечения инвестиций. При этом, акционеры и менеджмент могут не следовать модели публичного поведения, сохранив свою приверженность свободе самоорганизации, но лишив компанию выгод привлечения внешних инвестиций в публичной форме.

Мы видим логику в том, что приоритет императивных норм продиктован необходимостью защиты интересов акционеров и информации о финансовых рынках. Поэтому, правила раскрытия информации и выбор модели поведения для публичных корпораций – могут и должны регулироваться государством посредством императивных норм. Применительно к частным компаниям могут и должны применяться преимущественно диспозитивные нормы. На наш взгляд, это оправдано относительно малым числом участников корпорации, ограниченным оборотом акций и/или долей участия в капитале и маловероятным появлением новых участников корпорации. В этом случае именно участники корпорации должны сохранить полную возможность самостоятельно выбрать модель управления компанией.

Полагаем, что публичный, равно как и частный характер корпорации не является панацеей в решении проблем развития корпораций. Мы отдаем себе отчет в том, что компании не могут развиваться исключительно за счет собственных средств, поэтому на определенном этапе развития возникает проблема привлечения инвестиций. Выбор той или иной формы, публичной или частной, на наш взгляд, может зависеть от достигнутых ранее рыночных позиций и условий дальнейшего роста. Возможно осуществление двух подходов к выбору формы функционирования корпорации (публичной или частной). От этого выбора зависит и стратегическая позиция компании.

Переход от частной формы к публичной наиболее вероятен по мере созревания предпосылок привлечения внешних инвестиций для растущих компаний, осуществляющих агрессивные стратегии роста на рынках, где уже завоеваны определенные позиции и сохраняется высокая возможность расширить свое присутствие путем присоединения компаний одного цикла производства (вертикальная интеграция), либо присоединения конкурирующих компаний (горизонтальная интеграция). В этом случае, менеджмент корпорации ориентируется на привлечение средств портфельных инвесторов, которые размещают денежные средства в небольших пакетах акций на бирже.

Переход публичной компании в частную происходит при вхождении в глобальную корпорацию, которая принимает на себя все обязательства по обеспечению инвестициями

за счет корпоративных фондов, в состоянии выкупить весь пакет акций, включая миноритарный и выплатить солидную премию сверх рыночной цены на акции. Мотив глобальных корпораций выходит далеко за рамки планов собственного роста. Зачастую, это поиск выхода на новые рынки, регионы, сферы приложения капитала и т.д. В этом случае глобальные корпорации покупают крупные, чаще всего контрольные пакеты акций и выступают как стратегические инвесторы, преследуя цели, которые могут стать судьбоносными для акционеров и менеджеров компаний, которые решились на привлечение инвестиций.

Благоприятные условия для развития институтов публичного и частного владений корпорациями начали создаваться в российской экономике в период приватизации. Вовремя реализованная стратегия и последовательная тактика публичной деятельности, вывели открытые акционерные общества «Балтика», «Черкизово», «Синергия», «Останкино», «Красный Октябрь», на лидирующие позиции не только в пищевой промышленности, но и в рейтинг 200 крупнейших компаний России [17] (Таблица 1).

Таблица 1. Крупнейшие компании пищевой промышленности России по стоимости (капитализации) по результатам 2012 г.

По зияция в рейтинге	Компания	Капитализация (млрд.ру б.)	Капитализация (\$USA)	Категория ликвидности акций
25	Балтика	234,8	7,2	A
79	Черкизово	23,1	0,7	A
98	Синергия	12,1	0,4	A
16	Останкино	2,3	0,07	A
7				
18	Красный Октябрь	1,3	0,04	A
4				

Источник: журнал Эксперт, URL <http://www.raexpert.ru>

Начиная с 2000-х годов постепенно входит в практику выход на рынок посредством операций Initial Public Offering (IPO, первичного размещения акций), затем укрепление позиций на открытом рынке посредством дополнительных выпусков акций в обращение. Это результат стремления собственников с одной стороны, к увеличению капитала, с

другой, - распределению ответственности за результаты развития компании среди акционеров.

К 2012 году количество IPO российских компаний уверенно перешло во вторую сотню сделок на крупнейших фондовых биржах: NYSE, LSE, NASDAQ, ММББ и т.д. В том числе, на компании пищевой промышленности приходилось примерно каждое четырнадцатое IPO. Из числа наиболее крупных размещений, это – ОАО «ВимБильДан», ОАО «Балтика», ОАО «Лебедянский», ОАО «Хлеб Алтая», ОАО «Русское море».

Как показывают результаты исследований, далее привлечение инвестиций происходило в следующем порядке: растущие российские компании, например Балтика, ВимБильДан, Юнимилк, Балтимор и др., привлекая капитал на открытом рынке становились публичными, открывали рынку информацию о капитале и собственниках, рыночных амбициях, получали положительную репутацию, входили в листинги фондовых бирж, котировали эмитированные акции, наращивая уровень капитализации компании и повышая инвестиционную привлекательность. Затем, попадали “в поле зрения” таких стратегических инвесторов как CARLSBERG, PEPSICO, DANONE, UNILEVER, которые, покупая крупные пакеты акций, устанавливали контроль над растущими компаниями и выходили на российские рынки.

Собственники отечественных корпораций, продавая контроль над компаниями, получали солидные премии, значительно превышающие рыночную цену акций; потребители - продукты высокого качества, менеджмент - ресурсы для решения проблем технического и технологического развития, расширения ассортимента, укрепления рыночных позиций и т.д. Так на отечественном рынке появились иностранные производители молочной, хлебобулочной, кондитерской, пивоваренной и иной продукции и начался процесс модернизации отраслей пищевой промышленности.

По мере укрепления позиций иностранных стратегических инвесторов на рынках России, например, «DANONE», «PEPSICO», «COCA COLA», «FAZER» и др., установивших контроль над лидерами отечественной пищевой промышленности, публичная активность российских эмитентов этой отрасли, начала снижаться. Интересы портфельных инвесторов нивелированы в пользу приоритетов прямого инвестирования. Модель стратегических инвесторов стала доминирующей. В результате – более 60% пищевой промышленности России находится в зависимости от прямых иностранных

инвестиций. Иностранным капиталом на $\frac{3}{4}$ контролируются рынки соков и прохладительных напитков, пивоваренной, плодоовощной, кисломолочной, кондитерской продукции. Половина рынка кисломолочной продукции поделена Юнимилком (22,2 %), ВимБильДаном (18,6%), Ehrman (3,1%), Campina (2,9%), Молвестом (2,2%). Большая часть этого сегмента подконтрольна «DANONE», «PEPSICO» и «COCA COLA».

На локальных рынках, например в Санкт-Петербурге, в результате консолидации активов ОАО «Fazer», рынок хлебобулочных и кондитерских изделий белее, чем на 40% стал контролироваться одноименной глобальной группой. Рынок молочной продукции на 2/3 контролируется «DANONE» (40 %) и «PEPSICO» (25%) через крупнейших поставщиков молочной продукции ОАО Юнимилк и ОАО ВимБильДан.

За два десятка лет стратегия глобальных компаний на рынке пищевых продуктов России постепенно эволюционировала от приобретения контрольных пакетов акций потенциально перспективных компаний, закрепления на рынке и планомерного продолжения экспансии до становления и развития полноценных корпораций с доминированием иностранного капитала. Глобальные компании за этот период практически поглотили ведущих производителей продовольствия в России: группа Carlsberg, например, консолидировала 100% акций «Балтики», за которой 30 пивных брендов и 67,7 млрд. руб. выручки; Pepsico контролирует 100% «ВимБильДан Продукты Питания», в составе которого 36 предприятий, более 1100 наименований продукции, выручка более 84,6 млрд.руб.; DANONE полностью, на 100 % контролирует деятельность компании Юнимилк, в составе которого 34 завода в России, Украине, Белоруссии, Казахстане с выручкой более 43 млрд.руб. Это результат реализации стратегии экспансии глобальных компаний в российскую пищевую промышленность.

Результаты исследований показывают, что по мере реализации стратегии экспансии, сменился вектор инвестирования глобальных компаний. Экспансия, сопровождаемая ростом российских компаний и консолидацией наиболее ликвидных активов постепенно сменяется стратегией инвестирования в мероприятия по повышению качества и оптимизации структуры российских активов глобальных компаний. Инвестиции Carlsberg в России к завершению 2012 г. достигли 12 млрд.долл.; Pepsico – более 9 млрд.долл.; DANONE – 1,5 млрд.долл. Это позволило модернизировать производственную базу, увеличивать ассортимент, развивать инфраструктуру, сбытовую сеть и т.д.

Таким образом, особенности отраслей и рынков пищевой промышленности обусловили доминирование иностранных стратегических инвесторов, в качестве которых выступают глобальные компании, контролирующие деятельность наиболее крупных производителей продовольствия в России. На наш взгляд, на российском рынке продовольствия в настоящее время завершился очередной этап консолидации контроля, силами глобальных компаний, в приоритете которых - финансирование российских активов за счет собственных средств. Поэтому компании, получившие ранее репутацию публичных, развиваются как частные, но оставаясь при этом подразделениями глобальных публичных компаний. Мотивом для такого подхода к инвестированию, на наш взгляд, является нежелание акционеров глобальных компаний распылять контрольные пакеты, терять контроль или нести риски в случае покупки акций "враждебно" настроенными конкурентами.

Таким образом, институты публичного владения собственностью способствовали получению рейтинга инвестиционной привлекательности ведущими компаниями пищевой промышленности России. Однако откликом стала активность не портфельных а стратегических инвесторов, представляющих интересы глобальных компаний, использующих возможности международного капитала, для достижения доминирования в поставках продовольствия на российские рынки. Это позволило выйти на новый качественный уровень развития как глобальным, так и российским компаниям. В связи с этим, полагаем, что понимание институтов публичного владения собственностью характеризуется не только и не столько открытостью компании по факту раскрытия информации о ее деятельности, сколько обусловлено переходом развития компании на качественно новый уровень развития. Вместе с тем нельзя пренебрегать институтами частного владения собственностью, преимущества которого в полной мере проявляются в процессе развития под патронажем глобальных компаний.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 05.04.2013) «Об акционерных обществах» URL <http://www.consultant.ru>
2. Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (ред. от 29.12.2012) «О рынке ценных

бумаг» URL <http://www.consultant.ru>

3. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 27.10.2008) «Об обществах с ограниченной ответственностью» URL <http://www.consultant.ru>
4. Галабурда Г.С., Коваленко Б.Б. Корпоративное управление: факторы формирования и особенности российской модели.– СПб.: СПБАУЭ.– 192 с.
5. Динамика корпоративного развития / А.И.Татаркин – М.: Наука, 2004.– 502 с.
6. Дрейхо Дж. IPO. Как и почему компании становятся публичными / Пер. с англ. – М.: Изд-во «Весь мир», Издательский дом «Инфра-М», 2008. – 392 с.
7. Ильин М., Тихонов А. Финансово-промышленная интеграция и корпоративные структуры: мировой опыт и реалии России. – М.: Альпина, 2002. – 287 с.
8. Кондратьев В. Корпоративное управление после кризиса // Прямые инвестиции. 2011, №4(108), с.22.
9. Кочетков Г.Б., Супян В.Б. Корпорация: американская модель. – СПб.: Питер, 2005. – 320 с.
10. Леонтьев Р.Г. и др. Отраслевые корпорации и региональный бизнес: интеграция интересов. Научное издание.- М.: ВИНТИ РАН, 2009. – 616 с.
11. Майклтуэйт Д., Вулдридж А. Компания: история революционной идеи / Пер. с англ. – М.: Издательство «Добрая книга», 2010. – 288 с.
12. Могилевский С.Д., Самойлов И.А. Корпорации в России: Правовой статус и основы деятельности. – М.: Дело, 2006. – 406 с.
13. Федеральная служба по финансовым рынкам // <http://www.fcsm.ru>
14. Формирование корпоративного сектора экономики: зарубежный опыт и российская практика / под ред. В.Б. Кондратьева. – М.: Магистр, 2009.– 397с.
15. Цветков В.А. Корпоративный бизнес: теория и практика. – СПб.: Нестор-История. 2011. – 504 с.;
16. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права. СПб. 1995.–650 с.
17. Эксперт. Общественно-политический журнал URL <http://www.raexpert.ru>