

Специальность ВАК: 5.2.6

УДК 005:338.24

СПОСОБЫ ВЫЯВЛЕНИЯ ГРУППЫ КОМПАНИЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К СОЗДАНИЮ ЦЕННОСТИ

Воронин Н.Д., аспирант, РЭУ имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

Аннотация. Целью статьи является предложение инструментов для выявления групп компаний, связанных единым процессом создания экономической ценности. Необходимость выявления таких групп компаний продиктована тем, что де-факто в настоящее время между собой конкурируют не отдельно взятые компании, а преимущественно группы компаний, в результате чего повышение эффективности отдельно взятой компании может не привести к повышению эффективности функционирования цепочки создания ценности (ЦСЦ) в целом. В процессе достижения цели исследования автором рассмотрены наиболее распространенные корпоративные структуры, создаваемые с целью управления ЦСЦ. Показано, что компании, не обладая формально-юридической и фактической аффилированностью, могут находиться в экономической зависимости, выступая элементами единой цепи создания ценности. Для идентификации предприятий, являющихся субъектами единых цепей создания ценности, предложен расчет показателя доли вовлеченности как отношения объема поставок (ресурсов) отдельного предприятия по отношению к общему объему поставок (ресурсов) в цепочке. Автором также предложен способ расчета коэффициента замены, который отражает возможность замены одного контрагента на другого без существенного увеличения затрат. Предложенные инструменты позволяют

выявлять субъектов, входящих в ЦСЦ, а их практическое применение будет способствовать повышению эффективности корпоративного управления за счет учета потребностей бизнес-единиц, находящихся в зависимых отношениях.

Ключевые слова: цепочка создания ценности, процессно-стоимостное управление, доля вовлеченности, доля зависимости, управление группой компаний.

WAYS TO IDENTIFY A GROUP OF COMPANIES IN RELATION TO VALUE CREATION

***Voronin N.D., PhD student, Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia***

Abstract. The purpose of the article is to offer tools for identifying groups of companies connected by a single process of creating economic value. The need to identify such groups of companies is dictated by the fact that de facto currently not individual companies compete with each other, but mainly groups of companies, as a result of which increasing the efficiency of a single company may not lead to an increase in the efficiency of the value chain as a whole. In the process of achieving the purpose of the study, the author considers the most common corporate structures created for the purpose of managing a CSC. It is shown that companies, without formal legal and actual affiliation, can be economically dependent, acting as elements of a single value chain. To identify enterprises that are subjects of unified value chains, the calculation of the indicator share of involvement as a ratio of the volume of supplies (resources) of an individual enterprise in relation to the total volume of supplies (resources) in the chain is proposed. The author also proposed a method for calculating the replacement coefficient, which reflects the possibility of replacing one counterparty with another without significantly increasing costs. The proposed tools make it possible to identify the subjects who lead in the CSC, and

their practical application will contribute to improving the effectiveness of corporate governance by taking into account the needs of business units in dependent relationships.

Keywords: value chain, process and cost management, share of involvement, share of dependence, management of a group of companies.

JEL classification: M10, K21, D29.

Для цитирования: Воронин Н.Д. Способы выявления группы компаний по отношению к созданию ценности // Прогрессивная экономика. 2023. № 12. С. 172–187.

Введение

В настоящее время под влиянием современных процессов в экономике – деглобализации и цифровой трансформации – распадаются существующие потоки создания ценности и формируются новые. При этом новые потоки встраиваются в существующие корпоративные структуры, видоизменяя их. В данной связи особое значение приобретает процесс и способы эффективной интеграции новых потоков создания ценности в существующие цепочки создания ценности. Поиск такого пути требует анализа существующих видов сложных корпоративных структур и установления взаимосвязей между конкретной группой компаний и отношений между компаниями, входящими в такую группу, к цепочке создания ценности (в которой задействованы несколько юридических лиц).

Таким образом, *целью* статьи является предложение инструментов для выявления групп компаний, связанных единым процессом создания экономической ценности. Актуальность, а также теоретическая значимость исследования обусловлена тем, что де-факто в настоящее время между собой конкурируют не отдельно взятые компании, но группы компаний. Следовательно, повышение эффективности отдельно взятой компании может

не привести к повышению эффективности функционирования цепочки в целом.

Обзор литературы

Понятие «корпорация» или «юридическое лицо» до сих пор является предметом научных дискуссий, что не отменяет развитие самого института «юридического лица», а также моделей и способов управления им. Иными словами, содержание «юридического лица», с одной стороны, развивается вне отношений по установлению полного и непротиворечивого объема понятия, а с другой стороны, не выходит за границы такого понятия, позволяя продолжаться научным дискуссиям относительно правовой природы «юридического лица». Означаемое развивается в отрыве от означающего.

Конструкция юридического лица исходит из необходимости ограничения гражданско-правовой ответственности его участников за счет переложения возможной ответственности на само юридическое лицо, отвечающее собственным имуществом. Такое понимание юридического лица принято именовать «корпоративным щитом» [10]. Так, по мнению Б.Б. Черпахина, чем дальше продвинулся процесс обособления юридического лица и его имущества от входящих в него людей с их личным имуществом, тем совершеннее юридическое лицо, тем устойчивее его служение поставленным перед ним целям [8, с. 195]. Тем не менее, в настоящее время все большее распространение получает практика привлечения контролирующих лиц должника к субсидиарной ответственности по обязательствам должника [5].

Развитие информационных и цифровых технологий, ускорение обмена информацией, создание цифровых сервисов, позволяющих дистанционно и быстро учредить новое юридическое лицо, возможности заключения договоров путем обмена электронными письмами либо заключение договоров с использованием электронной цифровой подписи – эти и многие факторы влекут усложнение цепочек создания ценности (ЦСЦ) и способов управления ими [1]. Исследования современных авторов основываются на использовании

процессно-стоимостного подхода к управлению бизнесом в качестве современного и перспективного метода управления для юридического лица или группы компаний.

Современная теория менеджмента изучает не столько способы наиболее эффективного управления отдельно взятой компанией, сколько способы наиболее эффективного управления цепочкой создания ценности. Так, теория цепочек создания ценности развивалась как инструмент для улучшения эффективности функционирования компаний, а процессно-стоимостной подход к управлению компанией ставит во главу угла потребителя, тем самым подчиняя ЦСЦ и бизнес-процессы интересам конечных потребителей. С точки зрения М.Е. Портера, теория цепочек создания ценности должна выйти за пределы отдельно взятой компании и обратиться ко всей корпоративной структуре, опосредующей процесс создания, использования (потребления) и утилизации некого блага, которое удовлетворяет потребности конечного потребителя. В такую цепочку, как правило, входит несколько компаний, которые могут быть как аффилированы, так и независимы по отношению друг к другу [3]. На основе анализа научных источников можно сделать вывод о наличии взаимосвязи между определенной группой компаний и взаимоотношениями между компаниями, входящими в цепочку создания ценности. При этом конкурентное преимущество получает именно та группа компаний, которая наиболее эффективно распределяет свои ресурсы между разными звеньями цепочки, однако, когда теория цепочек создания ценностей выводится за рамки отдельной компании, наблюдается трудность в выявлении группы компаний по отношению к созданию ценности.

Материалы и методы

В процессе исследования автором используется формально-юридический метод с целью выявления ключевых характеристик аффилированности взаимосвязанных компаний, а также определения основных различий в подходах к корпоративному управлению в рамках основных конституционно-правовых систем. На основании методов

дедукции, индукции, аналогии и формализации, автором предлагаются основные подходы к выявлению групп компаний, объединенных единой цепочкой создания ценности, но не имеющих признаков формальной аффилированности.

Результаты и обсуждение

Признавая за юридическим лицом статус самостоятельного участника гражданских правоотношений, взгляды континентального и англо-саксонского правопорядка на конструкцию юридического лица разнятся. Так, франко-германская цивилистическая доктрина признает большую степень независимости юридического лица, а корпоративные правоотношения считает правоотношениями *sui generis* (правоотношения особого рода, не вещно-правовые и не обязательственные). В англо-саксонской правовой системе корпорация есть договорное обязательство учреждающих его лиц, и все взаимоотношения между стейкхолдерми представляют собой исключительно обязательственные правоотношения. Именно данная фундаментальное различие лежит в основе создания различных моделей корпоративного управления. Так, с середины XX века активно развиваются механизмы управления корпорациями за счет развития таких институтов, как «исполнительный орган», а также отделения «владельцев» от «управленцев». В данном периоде анализируются и прорабатываются конфликты стейкхолдеров, разрабатываются механизмы разрешения дедлоков (тупиковых ситуаций) и пр.

Вместе с тем, поскольку в различных конституционно-правовых системах доктринальные взгляды на конструкцию «юридического лица» отличаются, возникли различные модели корпоративного управления. Так, сложные корпоративные структуры, в которых задействовано множество юридических лиц, в Германии именуется как *Konzern*, во Франции – как *groupes des sociétés*, а в англо-саксонских странах – *Holding*. Помимо терминологических различий, можно выделить отличия в содержании данных институтов. Так, для концерна характерно наличие главенствующей

компаний, которая объединяет под своим контролем другие компании, имеющие общую цель и руководство, и в данной связи согласованно осуществляющих экономическую деятельность. Схожая ситуация наблюдается и в холдинге, однако концерну свойственна большая иерархичность и вертикальная интегрированность компаний, входящих в концерн. Холдинг, в отличие от концерна, может объединять не только хозяйственные общества, но и некоммерческие юридические лица. Также холдинг, как правило, ограничивается управлением входящих в его состав компаний (хотя запрет на ведение холдингом самостоятельной предпринимательской деятельности отсутствует) [4].

По справедливому замечанию Е.А. Суханова: «отличаясь от концерна значительной децентрализацией и гибкостью общего управления, холдинг предоставляет своим участникам большие возможности диверсификации бизнеса. Важным преимуществом холдинга являются также некоторые налоговые послабления (в частности, уменьшение «двойного» налогообложения доходов холдинга и его дочерних компаний или даже полный отказ от него)» [9]. Иными словами, группа компаний во Франции представляет собой усеченный аналог концерна в немецком правопорядке. Тем не менее, во французском праве предусмотрено предъявление к материнской компании специального иска о дополнительной ответственности перед кредиторами дочерней компании в случаях банкротства дочерней компании [6, с. 238]. Стоит заметить, что основными факторами формирования группы компаний является: стремление диверсифицировать коммерческие риски, оптимизировать налоговый режим и улучшить управление бизнесом.

В настоящее время в Российской Федерации наиболее активно развивается антимонопольное и налоговое регулирование, а также «банкротное» право, на которое в большей степени влияют правовые позиции высших судебных инстанций, нежели законодатель. Именно в рамках указанных правовых областей складывается практика диверсификации рисков

между самостоятельными юридическими лицами, оптимизации налоговых режимов, механизмов разумного и осмотрительного управления бизнесом [5].

Так, именно в Законе о конкуренции содержится определение «аффилированного лица» как физических и юридических лиц, способные оказывать влияние на деятельность юридических и (или) физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность [10]. Признаки аффилированности, закрепленные в данном нормативно-правовом акте, представлены на рис. 1.

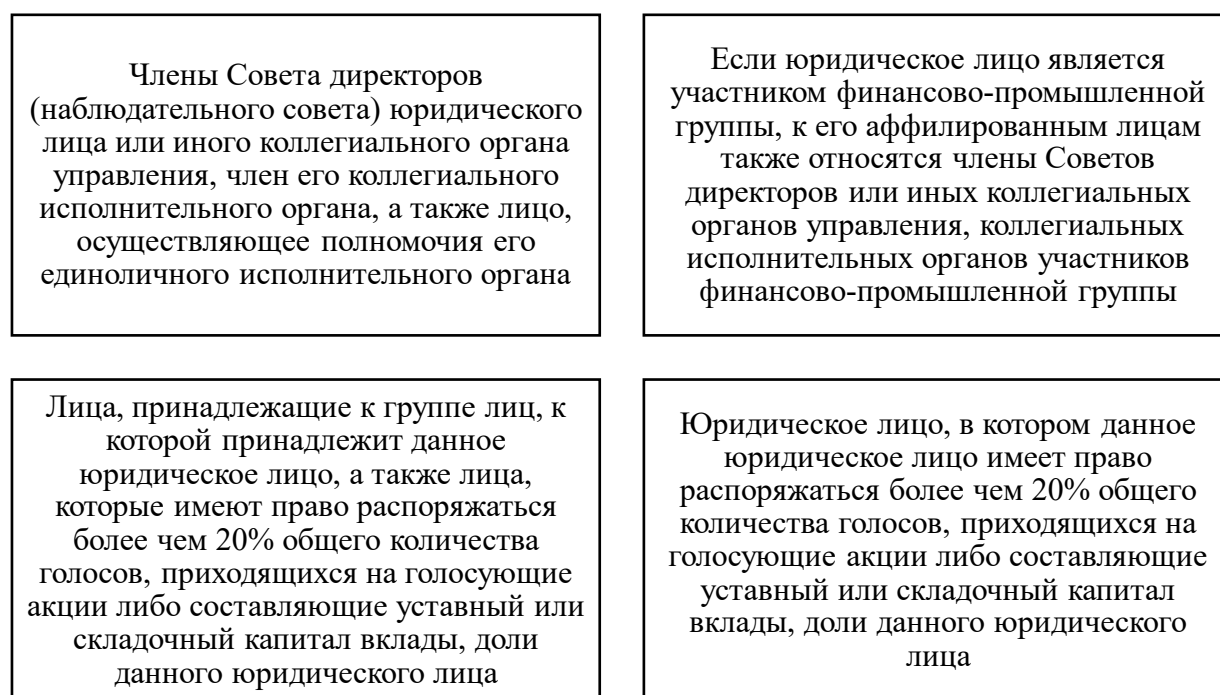


Рис. 1. Признаки формальной аффилированности компаний

Источник: составлено автором по данным [10]

Фактически аффилированными признаются лица, обладающие фактической возможностью давать юридическому лицу обязательные для исполнения указания или иным образом определять его действия [6]. Иными словами, под фактической аффилированностью понимается осуществление фактического контроля за деятельностью юридического лица.

Следовательно, группой аффилированных лиц является совокупность юридических и физических лиц, способных оказывать существенное влияние на деятельность каждого из аффилированных лиц. Такое влияние

осуществляется через возможность воздействовать на управленческие решения аффилированного лица. В данном смысле группа компаний является более широким термином, чем группа аффилированных лиц, поскольку объединяет в себе не только совокупность лиц, имеющих ту или иную степень контроля за управленческими решениями в отношении компаний, входящих в такую группу лиц, но и компании, связанные друг с другом лишь экономически [7; 11].

Иными словами, торговые связи могут иметь не меньшее воздействие на хозяйственную деятельность юридического лица, чем прямые управленческие решения. Однако нельзя допускать и необоснованно расширительного толкования термина «группа компаний». Такой подход нуждается в уточнении, поскольку допускает признание группой компаний любых контрагентов по сделкам, что не имеет никакой практической значимости. В то же время задача определения содержания «группы компаний» в науке менеджмента заключается в поиске наиболее эффективных механизмов управления такой группой компаний. В связи со сказанным выше необходимо ограничить объем термина «группа компаний» совокупностью компаний в рамках единой ЦСЦ, объединенных возможностью как управленческого, так и экономического взаимного влияния по отношению друг к другу. Представляется, что вопросы управления группой компаний, которая формально-юридически представляет собой независимых субъектов хозяйственной деятельности, но фактически опосредует единый процесс создания ценности, имеют существенную научную и практическую значимость и подлежат дальнейшему исследованию.

Основываясь на предположении об объективной обусловленности цепочек создания ценности, можно сделать вывод, что ЦСЦ представляет собой последовательность и процесс, а не инструмент или средство для увеличения эффективности компании. Кроме того, возникает потребность выявить те цепочки, которые имеют значимость для научного исследования.

Например, если производитель сырья (компания А) обеспечивает множество компаний по обработке этого сырья (компания Б), из которого в дальнейшем будут произведены самые разные товары, то трудно говорить об участии компании А в ЦСЦ конечного продукта компании Б. С другой стороны, если компания А будет являться единственным поставщиком сырья для компании Б, то для компании Б компания А будет включена в цепочку создания ценности, даже при отсутствии какой бы то ни было аффилированности между этими компаниями (рис. 2). Также можно отметить, что компания Б впадает в зависимость от компании А, поскольку надлежащее исполнение компанией Б своих обязательств перед конечными потребителями будет зависеть от надлежащего исполнения компанией А своих обязательств перед компанией Б.



Рис. 2. Включение поставщика в цепочку создания ценности компании – производителя конечного продукта

Источник: составлено автором

Если же у компании Б, помимо компании А, имеется еще 3 компании-поставщика сырья (компании В, Г, Д), каждая из которых готова закрыть потребность в сырье компании Б, то компания Б уже не находится в прямой зависимости от компании А. Однако на взаимную зависимость поставщиков и производителя будут указывать особенности организации хозяйственной деятельности (рис. 3). Например, если каждая из компаний-поставщиков сырья готова закрыть потребность в сырье компании Б на 30%, то для компании Б данные поставщики являются вовлеченными в общую цепочку создания ценности. При этом, если 30% потребностей компании Б составляют 50% всего произведенного сырья для компаний-поставщиков, то они являются зависимыми по отношению к компании Б, при условии наличия затруднений

по сбыту продукции (сырья) на рынке. При этом, если для компаний-поставщиков 30% потребностей компании Б составляют 5% производимого сырья, то компания Б будет вовлечена в ЦСЦ компаний А, В, Г, Д, но будет оказывать слабое влияние на них.



Рис. 3. Созависимость поставщиков и компании – производителя конечного продукта

Источник: составлено автором

Формализовать условие созависимости производителя от конкретного поставщика можно следующим образом (1):

$$D_{\text{вх}} = \frac{\text{Объем потребности производителя в сырье } i\text{-го поставщика}}{\text{Общий объем потребности производителя в сырье}} \quad (1)$$

При достижении определенного порогового значения $D_{\text{вх}}$, поставщик может считаться включенным в цепочку создания ценности предприятия-производителя. Аналогичным образом можно предложить формулу расчёта показателя созависимости поставщика сырья (а также иных промежуточных товаров) от компании-производителя, с которым поставщик находится в контактных отношениях (2):

$$D_{\text{вых}} = \frac{\text{Доля } j\text{-го предприятия в поставках}}{\text{Общий объем поставок}} \quad (2)$$

Согласно предложенному подходу, если доля предприятия в поставках сырья по отношению к общему объему поставок сырья, осуществляемых конкретным поставщиком, достигает порогового значения, то предприятие-производитель считается включенным в цепочку создания ценности поставщика. Таким образом, существует некая «доля вовлеченности» в цепочку и «доля зависимости» субъектов экономических отношений от других элементов в цепочке создания ценности.

Следовательно, эффективный выбор корпоративной структуры управления бизнесом, в том числе при создании группы компаний, во многом зависит от цепочки создания ценности конкретного конечного продукта. При выборе корпоративной структуры и налаживании бизнес-процессов в компании необходимо проанализировать отдельные структурные единицы на предмет вовлеченности в цепочку создания ценности и созависимости предприятий, находящихся внутри нее.

Однако, возвращаясь к вопросу факторов, влияющих на долю вовлеченности и долю зависимости в ЦСЦ, необходимо отметить следующие обстоятельства, имеющие существенное значение при выявлении компаний, входящую в единую цепочку создания ценности.

Во-первых, необходимо обратить внимание на «долю входа» ($D_{\text{вх}}$) и «долю выхода» ($D_{\text{вых}}$), где под «долей входа» понимается процентное значение определенного рода (вида) поступающих (закупочных) ресурсов отдельно взятого контрагента по отношению ко всем поступающим (закупочным) ресурсам определенного рода (вида); а под «долей выхода» понимается процентное значение отчуждаемого товара в пользу конкретного контрагента по отношению ко всем контрагентам. В общем смысле, доля вовлеченности субъекта рассчитывается как отношение объема поставок (ресурсов)

отдельного субъекта по отношению к общему объему поставок (ресурсов) в цепочке.

Во-вторых, следует учесть коэффициент замены, то есть возможность замены одного контрагента на другого. Указанное значение может быть выражено коэффициентом (K_3), для расчета которого учитывается предполагаемое время, которое потребуется на поиск другого подходящего контрагента, а также процент увеличения стоимости аналогичного товара у другого контрагента. Коэффициент замены (K_3) может быть рассчитан по формуле (3):

$$K_3 = \frac{t}{100} * \alpha \quad (3)$$

где t – предполагаемое время на поиск другого подходящего контрагента, α – процент увеличения стоимости аналогичного товара у другого контрагента. Если коэффициент замены позволяет своевременно заменить одного контрагента на другого без увеличения при этом затрат, то доля зависимости будет низкой (или вообще отсутствовать). Если же замена одного контрагента на другого приведет к увеличению себестоимости продукта и потребует значительного времени по поиску такого контрагента, то доля зависимости будет высокой.

На основании коэффициента замены, можно произвести расчет доли зависимости D_3 (4):

$$D_3 = 1 - K_3 \quad (4)$$

где K_3 – это Коэффициент замены. Если коэффициент K_3 равен 0, то значение показателя зависимости D_3 будет равно 1, что указывает на полную зависимость. Если K_3 равен 1, то значение D_3 будет равно 0, что означает полное отсутствие зависимости.

Таким образом, на основании вышеприведённых факторов возможно выделить долю вовлеченности или долю зависимости одной компании от другой в цепочке создания ценности. С помощью предложенной системы представляется возможным выделить компании, входящие в одну цепочку создания ценности, а также определить степень зависимости между звеньями такой цепочки. Значение выявления цепочки создания ценности повышается, когда речь идет не о корпоративной взаимосвязи между компаниями, а о фактической, то есть, когда компании формально-юридически и даже фактически не аффилированы друг с другом, но при этом находятся в экономической зависимости друг от друга.

Заключение

Главной задачей управления группой компаний, объединенных в единую цепочку создания ценности, является именно ее идентификация. Как показывает анализ, компании, входящие в единую цепочку создания ценности, могут принадлежать одному владельцу, представляя собой холдинг, но также могут находиться в экономической зависимости, без признаков формальной аффилированности. У компаний, находящихся в исключительно экономической зависимости, могут быть не связанные владельцы, что усложняет идентификацию на основании использования формальных критериев.

В данном случае выявление цепочки может быть произведено на основании расчета показателей вовлеченности субъектов в цепочку, а также определения коэффициентов замены и зависимости, которые позволяют обнаружить связи между компаниями, являющимися самостоятельными с формальной точки зрения, но находящимися в фактической экономической зависимости. Предложенные инструменты позволяют выявлять субъектов, входящих в цепочки создания ценности, а их практическое применение будет способствовать повышению эффективности корпоративного управления за счет учета потребностей предприятий, находящихся в отношениях экономической зависимости. Направлением дальнейших исследований автора

является определение пороговых значений критериев, позволяющих сделать вывод о степени созависимости хозяйствующих субъектов.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994 г. №32. Ст. 3301. // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142.
2. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. С. 72–78.
3. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
4. Масленников В.В., Крылов В.Г. Процессно-стоимостное управление бизнесом. М.: ИНФРА-М, 2006. 288 с.
5. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 21.12.2017 г. №53 «О некоторых вопросах, связанных с привлечением контролирующих должника лиц к ответственности при банкротстве» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286130/.
6. Суханов Е.А. Сравнительное корпоративное право. М.: Статут, 2014. 456 с.
7. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. 175 с.
8. Черепахин Б.Б. Волеобразование и волеизъявление юридического лица // Правоведение. 1958. № 2. С. 43–50.
9. Klaus J.H. Groups of Companies. A Comparative Study on the Economics, Law and Regulation of Corporate Groups // Working Paper Series in Law. 2015. № 286. P. 1–40.
10. Закон РСФСР от 22.03.1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» // Собрание законодательства РФ. 31.07.2006 г. №31 (часть I). Ст. 3434. // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/.
11. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. №127-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 28.10.2002 г. №43. Ст. 4190 // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/.

References

1. Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii // Sobranie zakonodatel'stva RF. 05.12.1994 g. №32. St. 3301. // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142.
2. Kaplan R.S., Norton D.P. Sbalansirovannaya sistema pokazatelej. Ot strategii k dejstviyu / per. s angl. M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2003. S. 72–78.
3. Porter M.E. Konkurentnoe preimushchestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustojchivost'. Per. s angl. M.: Al'pina Biznes Buks, 2005. 715 s.
4. Maslennikov V.V., Krylov V.G. Processno-stoimostnoe upravlenie biznesom. M.: INFRA-M, 2006. 288 s.
5. Postanovlenie Plenuma Verhovnogo Suda Rossijskoj Federacii ot 21.12.2017 g. №53 «O nekotoryh voprosah, svyazannyh s privlecheniem kontroliruyushchih dolzhnika lic k otvetstvennosti pri bankrotstve» // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286130/.
6. Suhanov E.A. Sravnitel'noe korporativnoe pravo. M.: Statut, 2014. 456 s.
7. Tompson A.A., Striklend A. Dzh. Strategicheskij menedzhment. Iskustvo razrabotki i realizacii strategii. Per. s angl. pod red. L.G. Zajceva, M.I. Sokolovoj. M: Banki i birzhi, YUNITI, 1998. 175 s.
8. CHerepahin B.B. Voleobrazovanie i voleiz'yavlenie yuridicheskogo lica // Pravovedenie. 1958. № 2. S. 43–50.
9. Klaus J.H. Groups of Companies. A Comparative Study on the Economics, Law and Regulation of Corporate Groups // Working Paper Series in Law. 2015. № 286. P. 1–40.
10. Zakon RSFSR ot 22.03.1991 g. №948-1 «O konkurencii i ogranichenii monopolisticheskoy deyatel'nosti na tovarnyh rynkah» // Sobranie zakonodatel'stva RF. 31.07.2006 g. №31 (chast' I). St. 3434. // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/.
11. Federal'nyj zakon «O nesostoyatel'nosti (bankrotstve)» ot 26.10.2002 g. №127-FZ // Sobranie zakonodatel'stva RF ot 28.10.2002 g. №43. St. 4190 // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/.