

Петренко В.С.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, підприємництва та фінансів,
Херсонський державний університет

Карнаушенко А.С.,
кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки та фінансів,
Херсонський державний аграрний університет

ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ МІЖ СПІЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ІНШИМИ ФОРМАМИ МІЖНАРОДНИХ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН

Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Основні відмінності між спільними підприємствами та іншими формами міжнародних партнерських відносин. У статті розглянуто основні відмінності між спільними підприємствами та такими формами міжнародних відносин, як стратегічний альянс, злиття, поглинання та партнерство. Досліджено економічну сутність наведених вище форм міжнародних відносин. Доведено, що спільні підприємства мають переваги для підприємств, надають конкурентні переваги для материнських компаній щодо стратегічних розробок та зменшення витрат.

Ключові слова: спільні підприємства, стратегічні альянси, міжнародний бізнес, глобалізація, злиття, поглинання, партнерські взаємовідносини, партнерство.

Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Основные различия между совместными предприятиями и другими формами международных партнерских отношений. В статье рассмотрены основные различия между совместными предприятиями и такими формами международных отношений, как стратегический альянс, слияние, поглощение и партнерство. Исследована экономическая сущность приведенных выше форм международных отношений. Доказано, что совместные предприятия имеют преимущества для компаний, предоставляют конкурентные преимущества для материнских компаний в плане стратегических разработок и уменьшения затрат.

Ключевые слова: совместные предприятия, стратегические альянсы, международный бизнес, глобализация, слияние, поглощение, партнерские взаимоотношения, партнерство.

Petrenko V.S., Karnaushenko A.S. Main differences between joint ventures and other forms of international partnerships. The article discusses and outlines the main differences between joint ventures and such forms of international relations as strategic alliance, mergers, acquisitions and partnerships. The economic essence of the above forms of international relations is investigated. It is proved that joint ventures have advantages for enterprises, provide competitive advantages for parent companies in terms of strategic development and cost reduction.

Key words: joint ventures, strategic alliances, international business, globalization, mergers, acquisitions, partnerships, partnership.

Постановка проблеми. Сьогодення вимагає від економіки бути глобалізованою, все більше і більше підприємств реалізують власні товари на зовнішніх ринках збуту. Основною умовою глобалізації є те, що в міжнародному бізнесу «виживає» найсильніший, тому перед підприємствами постає завдання розширення та пошуку стратегічних партнерів по бізнесу, створення кооперативних, взаємозалежних, довгострокових відносин між незалежними фірмами для того, щоб отримати доступ до нових ринків збуту, отримати доступ до технічних новинок (ноу-хау, ліцензій, патентів) іншого підприємства, не купуючи їх, змінити масштаби та розмір власного підприємства, досягти синергії тощо. Такі взаємовідносини набувають різних форм, таких як спільне підприємство, злиття, партнерство, стратегічний альянс. Всі вищезгадані форми співробітництва передбачають ведення спільної господарської діяльності між підприємствами, але вони мають свої особливості та відмінності, тому дуже важ-

ливо вибрати «правильну» форму співпраці у певній конкретній ситуації. Кожна з них передбачає різні рівні ризику, капіталу та прибутку. У зв'язку з вищевикладеним виникає необхідність здійснення порівняльної характеристики цих форм партнерств, виявлення їх спільних та відмінних ознак, оцінювання переваг новостворених взаємовідносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало вітчизняних вчених присвятили власні наукові роботи розгляду спільних підприємств. Це такі дослідники, як В. Александрова [3], М. Білий [5], І. Вівчар, М. Гороховатська, Я. Дропа [6], О. Кахович [7], Ю. Кахович [7], В. Мозолін, О. Савицька [8], Г. Сосновська, І. Столярова, М. Чердиченко [1]. Крім того, наукові дослідження таких вчених, як О. Гребешова [9], Г. Махова [10], І. Перезова, І. Перепічка, Л. Гритчук, О. Короп [11], М. Аістова, В. Бистрицький, І. Мазур, В. Шапіро, Р. Фатхудінов, О. Терещенко, Н. Волошанюк, Т. Козицька, К. Леміш, В. Мартиненко, присвячені різним формам перетворень

підприємств. Проте не були порівняні ці форми ведення міжнародних партнерських відносин один з одним, тому це питання потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою наукового дослідження є виявлення позитивних та негативних сторін різних форм партнерських взаємовідносин та доведення того, що спільні підприємства мають переваги над іншими формами.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація створює такі умови, що підприємства повинні об'єднувати свої сили, ресурси та капітали за для того, щоб стати більш конкурентоспроможними серед інших, таких самих виробників продукції. Одним зі способів стати конкурентоспроможним підприємством є згуртування в об'єднання та співпраця один з одним. Вибір форми співпраці є одним з важливих кроків щодо отримання максимальних прибутків та розширення ринків збуту.

У зв'язку зі зростанням числа багатонаціональних фірм кількість стратегічних альянсів та спільних підприємств стрімко зростає. М. Чередниченко визначає: «Спільні підприємства – це одна з форм найпрогресивніших комплексних форм довготермінового економічного, науково-технічного співробітництва, що ґрунтується на об'єднанні спільних інтересів, капіталів, раціоналізаторських пропозицій, маркетингових досліджень іноземних та вітчизняних підприємств та доповнює торгово-економічні відносини» [1, с. 78].

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 3 січня 2017 року № 1724-19 дає таке визначення поняття «спільні підприємства»: «це підприємства, які базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків» [2].

Спільне підприємство можна охарактеризувати як стратегічне об'єднання двох або більше фірм, які створюють окрему юридичну особу, що має власний капітал та задовольняє інтереси обох засновників. Крім того, за допомогою спільного підприємства дві або більше фірми інвестують власні капітали для створення нової компанії задля досягнення поставлених цілей та задач. Кожен засновник спільного підприємства вносить свої ресурси, знання, навички, технології в певних процентних співвідношеннях, а в тому ж процентному співвідношенні розділяються доходи та витрати. Таке об'єднання приводить до об'єднання ресурсів, зниження ризикованості операцій, оптимізації використання ресурсів та, як наслідок, підвищення прибутків.

Єдиного визначення поняття стратегічних альянсів у наукових дослідженнях вчених немає, але більш точно характеризують цей термін Б. Гаррет та П. Дюссож: «це об'єднання декількох незалежних підприємств, які збираються зайнятися специфічним виробництвом або хочуть завершити проект, використовуючи при цьому знання, матеріали та інші ресурси один одного, замість того, щоб запустити виробництво самостійно, не поділяючи ні з ким більше ризиків, прагнучи перемогти конкурентів та створити умови для злиття або приєднання компаній» [3].

Стратегічний альянс можна охарактеризувати як домовленість, у якій два або більше об'єднань об'єднуються заради досягнення загальних інтересів. Сьогодні такі організаційні форми ведення бізнесу дуже популярні в сучасному діловому світі. Підприємства, які хочуть вступити до стратегічного альянсу, визна-

чають головні причини, а саме отримання нових технологій від партнера, модернізація та вдосконалення власних навиків, впровадження інтеграційних процесів у власне підприємства та формування майбутньої еволюції галузі. Спільне підприємство можна назвати однією з форм стратегічного альянсу, яке має чітко обговорені часові обмеження, в якому два або більше підприємств об'єднуються з конкретним підприємством.

Сили альянсу спрямовані на отримання синергії, в якій кожен учасник очікує, що результат буде перевищувати результат самостійної діяльності підприємства та позитивно відрізняться від нього. Фірми можуть мати багато мотивів для формування стратегічних альянсів, і більшість з цих причин ґрунтується на логіці, що кожен партнер може надати додаткові можливості для нього, в результаті чого колективні учасники отримують конкурентні переваги. Партнери у стратегічному альянсі можуть скористатися багатьма аспектами співпраці, такими як доступ до незнайомих або невикористаних ринків, розподіл ризиків, економія на масштабі, спільні технології та зниження витрат. У табл. 1 наведено порівняльну характеристику спільного підприємства та стратегічного альянсу.

Спільні підприємства і стратегічні альянси дають змогу компаніям з наявним надлишком матеріальних та грошових ресурсів, навиками, знаннями та зв'язками отримати вигоду від співпраці з партнером. В разі бажання підприємств збільшити власні продажі в іншій країні вони об'єднуються в спільне підприємство або домовляються про стратегічний альянс для розвитку нових технологій, підвищення якості виробництва та отримання нерухомості. Оскільки спільне підприємство має доступ до активів, знань та технологій від своїх партнерів, воно поєднує кращі можливості цих підприємств без втрати незалежності материнської компанії. Новостворене підприємство – це постійно діюче підприємство, яке саме веде господарську діяльність, але прибуток належить засновникам (материнським компаніям).

Коли підприємства бажають швидко отримати доступ до нових технологій, знань або ринків збуту, формуються стратегічні альянси з власниками таких ресурсів, які отримують такі ж переваги від їхнього партнерства. Більшість створених альянсів утворюється заради одного ресурсу, наприклад заради можливості застосовувати торгову марку (бренд) партнера або отримати доступ до нових технологій виробництва.

Безперечно, від кожної форми партнерських взаємовідносин підприємства отримують багато переваг та користі для власного господарства. Стратегічні альянси утворюються, щоб дати змогу кожному учаснику об'єднання знайти нові ринки збуту власної продукції, розробити нові конкурентоспроможні товари та створити нові стратегії розвитку. Спільні підприємства можна назвати випробувачами, наприклад, якщо новий продукт провалився, спільне підприємство отримує збитки, але засновники (материнські компанії) втрачають лише вкладені інвестиції. Наприклад, в Україні заборонене володіння земельними ділянками іноземними громадянами або підприємствами, тому виходом з цієї ситуації є створення спільного підприємства з національним виробником, у якого вже є земельна ділянка.

У табл. 2 наведено відомі приклади українських та міжнародних представників спільних підприємств та стратегічних альянсів.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика спільного підприємства та стратегічного альянсу

Спільні підприємства	Стратегічні альянси
Самостійна юридична особа створена двома або більше підприємствами на певний проміжок часу задля виконання завідома поставленої мети.	Угода між двома або більше підприємствами з різних країн, котрі разом працюють, щоб досягти власних поставлених цілей.
Засновники утворюють окремий орган управління та не мають право самостійно впливати на рішення керівників спільного підприємства.	Підприємства, які входять у стратегічний альянс, не утворюють окремого органу управління та діють як окремі та незалежні компанії.
Обов'язково повинна бути Угода про створення спільного підприємства, в якій зазначаються цілі, завдання, матеріальне забезпечення підприємства, способи досягнення поставлених цілей, а також розміри вкладів засновників.	Не передбачає письмового підтвердження, об'єднання може бути обговореним зацікавленими компаніями.
Є складною формою стратегічного альянсу.	Є формою взаємовідносин або корпоративного партнерства.
Створюється як окрема юридична особа та реєструється в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України.	Не створюється окрема юридична особа.
Групування в спільне підприємство частіше спрямоване на зниження ризиків ведення господарської діяльності.	Спрямоване на максимізацію винагороди та прибутку.
Керівництво для спільного підприємства вибирається всіма засновниками.	Керівництво розподіляється між самими засновниками.

Таблиця 2

Приклади створених спільних підприємств та стратегічних альянсів

Спільні підприємства	Стратегічні альянси
“Dow Chemical” утворило спільне підприємство з японською фірмою “Ube” для створення заводу, який би займався розробленням та випуском високотехнологічної батареї. Протягом всього часу існування цього підприємства засновники будуть ділитися власними технологіями та розподіляти ризики й можливі невдачі нового продукту.	“Facebook” об'єднався зі “Skype”, який був придбаний. Такий альянс дав змогу “Microsoft” швидко ввійти на ринок соціальних мереж, “Skype” отримав доступ до нових користувачів, а “Facebook” зміг використати технологію “Skype” для створення видеочату.
Об'єднання японського підприємства “Sony Corporation” зі шведською компанією “Ericsson” та створення нових телефонів під торговою маркою “Sony-Ericsson”.	“Nestle” об'єднався з “Coca-Cola”, створивши в результаті новий продукт – холодний чай “Nestea”, який розробив “Nestle”, але реалізує “Coca-Cola”.
Такі автомобілебудівні компанії, як “Ford” і “Mazda” утворили спільне підприємство, в результаті якого світ побачили дві нові марки автомобіля “Ford Mustang” і “Mazda RX”.	Об'єднання корпорації “Samsung” з “Intel” заради спільних розробок пристроїв оперативної пам'яті.
“Microsoft” та “NBC Universal” об'єдналися та створили спільне підприємство під назвою “MSNBC”, яке займалося розробками у сфері IT-технологій.	Компанія “American Telephone and Telegraph” (ATT) об'єдналася з корпорацією “British Telecom”, створивши в результаті підприємство телефонного зв'язку.
Шведська компанія “Midnight Sun Inc” створила з Фондом державного майна на території України спільне підприємство, яке отримало назву “South Foods Inc.”, але воно більш відоме за торговельною маркою «Чумак».	Об'єднання автомобілебудівних гігантів “General Motors” і “Toyota” привело до створення нових розробок у сфері автомобілебудування.
Прикладом успішного спільного підприємства в аграрній сфері є спільне українсько-німецько-угорсько-англійське сільськогосподарське підприємство, назва якого утворилася з перших двох літер міст, (Ніколаєв, Будапешт, Лондон) – ТОВ СП «НІБУЛОН».	Знамениті компанії “Canon” і “Kodak” об'єдналися та створили спільне підприємство з випуску копіювальної техніки.

Зазвичай малі підприємства різних галузей економіки є залежними від власного розміру та обмеженими в отриманні додаткових вливань у власне господарство. Одним зі способів збільшення можливостей таких компаній є співпраця з іншою фірмою. Такі форми співпраці, як спільне підприємство та злиття, передбачають співпрацю між підприємствами, але мають багато відмінностей одна від одної.

Особливі партнерські взаємовідносини виникають тоді, коли підприємства прийняли рішення щодо проведення злиття або поглинання. Ці дві форми

взаємодії відносяться до реорганізації підприємства. Такі дії приводять до того, що зміцнюються власні позиції на одному або декількох ринках чи відкривається доступ до нових ринків, підвищуючи ефективність та рентабельність підприємства. В результаті злиття підприємства перестають існувати як незалежні фірми, а утворюють одну велику компанію з об'єднаними ресурсами, знаннями, навиками та зв'язками.

Українські науковці Ю. Петленко та П. Керімов надають більш точне визначення поняття «злиття»: це форма реорганізації, за якої на добровільних засадах,

за незначних змін у складі засновників та з мінімальною премією за поглинання відбувається об'єднання двох підприємств в одне, причому втрачається індивідуальність одного чи обох учасників злиття [12, с. 116].

В сучасному економічному словнику за редакцією Б. Райзберга, Л. Лозовського, Є. Стародубцевої надане пояснення терміна «поглинання»: це форма злиття, яка передбачає, що фірма, яка здійснює поглинання, залишається юридичною особою, а фірма, що поглинається, ліквідується, передавши при цьому першій все

майно, зобов'язання, борги. Компанія, що поглинає, в результаті такої операції збільшує свої активи на суму чистих активів компанії, що поглинається, а її акціонерам надається право придбати нові акції пропорційно пайовій участі кожного. Здебільшого поглинання відбувається примусово [13].

Наприклад, коли американський "Anheuser-Busch" об'єднався з "InBev" від "Belgium", ці дві компанії перестали існувати як окремі юридичні особи, об'єднавшись під назвою "Anheuser-Busch InBev". Нова

Таблиця 3

Переваги та недоліки різних форм міжнародних партнерських відносин

Форми міжнародних відносин	Переваги	Недоліки
Спільні підприємства	<ul style="list-style-type: none"> – Нові ідеї та досвід; – можливість використання ресурсів партнера; – строковість діяльності; – учасники поділяють витрати та ризики; – гнучкість у ведення діяльності; – легкість виходу з об'єднання; – спільні підприємства дають великі шанси на успіх; – можливість створення довгострокових ділових взаємовідносин; – скорочення витрат на маркетингові розробки та рекламу; – отримання можливості співпраці з іноземними підприємствами, використовуючи їхні сильні сторони. 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність однієї мети у всіх учасників підприємства; – умовна рівність учасників (кожен учасник відповідає за свій обсяг роботи); – виникнення дисбалансу між активами, інвестиціями та виробництвом; – зіткнення різних культур; – потрібно багато досліджень та планування.
Стратегічні альянси	<ul style="list-style-type: none"> – Доступ до ресурсів партнера, капіталу, персоналу; – застосування для швидкого просування нового товару на ринку; – надання змоги кожному партнеру зосередитися на діяльності, яка найкраще відповідає його можливостям; – отримання знань від партнерів; – важливою є швидкість на ринку, і стратегічні альянси значно покращують її. – полегшення доступу на світові ринки. 	<ul style="list-style-type: none"> – Утворення взаємозалежності між партнерами стратегічного альянсу; – в разі виникнення нерівності між підприємствами утворюються ризики втратити оперативний контроль на власному підприємстві та відкрити доступ до конфіденційної інформації; – культурні та мовні бар'єри між партнерами; – відсутність повної довіри, яка призводить до виникнення проблем в діяльності, непорозумінні між партнерами та виходу з альянсу.
Злиття та поглинання	<ul style="list-style-type: none"> – Об'єднання контролю на ринках; – синергія, яка дає змогу підвищити вартість об'єктів; – економія за рахунок масштабів виробництва; – зниження ризиків в інноваційних проектах; – розширення конкурентних переваг за рахунок злиття з малою компанією, яка володіє унікальними технологіями та розробками; – легкість отримання кредитних ресурсів. 	<ul style="list-style-type: none"> – Втрата досвідчених керівників; – може знадобитися професійна переорієнтація всього персоналу приєднаного підприємства; – виникнення надлишку персоналу в деяких відділах; – скорочення відділів, які займаються аналогічною діяльністю; – витрати на реорганізаційні перетворення підприємств.
Партнерство	<ul style="list-style-type: none"> – Партнери створюють статутний капітал (чим більше засновників, тим більше статутний капітал); – швидше можна домовитися про цілі створення підприємства; – загальна відповідальність всіх партнерів по бізнесу; – загальна відповідальність за прийняті рішення. 	<ul style="list-style-type: none"> – Розбіжності між партнерами щодо ведення бізнесу; – необхідність отримання згоди всіх учасників партнерства щодо подальшої діяльності підприємства; – кожен з партнерів відповідає за невдачі підприємства; – діє система подвійного податкового оподаткування (прибуток підприємства оподатковується, а також прибуток власника оподатковується).

юридична особа отримала під контроль активи обох фірм. Головною відмінністю між злиттям підприємств та спільним підприємством є те, що під час створення спільного підприємства материнські компанії продовжують працювати як незалежні фірми.

Спільне підприємство має обмежені часові межі, на відміну від злиття, яке передбачає постійну співпрацю. Злиття корисно проводити, коли два підприємства повністю прийняли рішення інтегруватися та пройти процес «перезавантаження», під час якого материнські компанії перестають функціонувати та втрачають статус суверенних. Материнські компанії спільного підприємства працюють разом, але основна частина їх бізнесу залишається окремою та незалежною.

Ще одним перспективним видом взаємовідносин між підприємствами є партнерство. Партнерство – це юридична угода, в якій двоє або більше людей об'єднують власний бізнес. Всі партнери вкладають гроші, час та досвід у створення підприємства, яке приносить прибутки, таке підприємство буде існувати доти, доки партнерство не буде розірвано.

Спільне підприємство створене для певної мети, яку протягом усієї діяльності спільного підприємства досягають засновники господарства. Вхідження в спільне підприємство передбачає, що створити новинку окремо одна від одної материнські компанії не можуть, в такому разі потрібно об'єднуватися.

Спільним між партнерством та спільним підприємством є те, що обов'язково під час створення потрібно укладати письмову угоду, в якій чітко зазначаються обов'язки та права кожного учасника таких взаємовідносин. У табл. 3 наведено переваги та недоліки різних форм міжнародних партнерських відносин.

Згідно з табл. 3 можемо встановити, що всі форми партнерства мають недоліки та переваги. Але спільне

підприємство дає материнським компаніям змогу паралельно розвивати власний бізнес, зберігаючи незалежність та маючи можливість користуватися розробками спільного підприємства. Головними загрозами успішної партнерської діяльності усіх форм є виникнення конфліктних ситуацій та відсутність згоди учасників дійти згоди. Партнери можуть не погоджуватися з тим, як вести бізнес, спрямованістю та майбутніми цілями підприємства, капіталізацією господарства. Головною перевагою є те, що можна співпрацювати з іншими партнерами під час прийняття бізнес-рішень. Спільні підприємства є економічно найбільш придатною формою залучення інвестицій в разі відсутності коштів та передових технологій.

Висновки. Вибір форми міжнародних партнерських відносин покладається повністю на підприємство та власників, саме вони визначають найбільш пріоритетні з них. Нині багатьом підприємствам більше віддають перевагу саме спільному підприємству, оскільки отримують доступ до нових знань, активів та засобів, можливість покращити власний бізнес, не втрачаючи суверенітет материнської компанії. Як і кожна форма партнерських взаємовідносин, спільні підприємства мають свої недоліки, але переваг вони мають більше. За допомогою спільних підприємств відбувається залучення іноземних інвестицій в країну, що приведе до розвитку різних галузей економіки. Адже прямі іноземні інвестиції відіграють важливу роль у структурних змінах виробництва та експорту держави. Спільні підприємства надають країнам з обмеженим доступом до міжнародних ринків можливість залучити інвестиції та привести власне виробництво до вимог міжнародних стандартів, щоб зуміти конкурувати з міжнародними компаніями. Таким чином, дослідженням встановлено, що найкращою формою економічного співробітництва є спільні підприємства.

Список використаних джерел:

1. Чередниченко М. Спільні підприємства – одна з форм міжнародного співробітництва. Вісник. 2004. Вип. 1. С. 76–80.
2. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 3 січня 2017 року № 1724-19.
3. Гаррет Б., Дюссож П. Стратегические альянсы / пер. с англ. Москва: ИНФРА-М, 2002. 332 с. (Серия «Менеджмент для лидера»).
4. Александрова В. Спільне підприємництво як форма трансферу технологій. Вісник національної академії наук України. 2007. № 12. С. 24.
5. Білий М. Роль спільних підприємств у залученні інвестицій в умовах глобалізації економіки. Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. 2014. Т. 19. Вип. 2/5. С. 102–105. URL: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2014_19_2_5/25.pdf.
6. Дропа Я., Петрів Н. Підприємства з іноземними інвестиціями як форма залучення іноземного капіталу в Україну. Молодий вчений. 2015. № 8(23). С. 48–53. URL: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2015/8>.
7. Кахович О., Кахович Ю. Мотиви створення спільних підприємств як одного з видів зовнішньоекономічної діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2012. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream>.
8. Савицька О., Дюс Х. Проблеми та тенденції розвитку спільних підприємств України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. С. 284–290. URL: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2014/24_1/284_SAw.pdf.
9. Гребешова О., Махова Г. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2008. С. 108–112.
10. Махова Г. Вибір способу взаємодії підприємств в межах стратегічних альянсів. Економічний простір: збірник наукових праць. № 28/2. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. С. 159–166.
11. Короп О. Злиття та поглинання в діяльності відкритих акціонерних товариств. Дебет-кредит. 2006. № 20. 30 жовтня. URL: <http://www.dtk.com.ua/show/3cid01646.html>.
12. Петленко Ю., Керімов П. Теоретичні аспекти злиття та поглинання компаній. Фінанси України. 2013. № 8.
13. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. Москва: ИНФРА-М, 1999. 479 с.