

Петровская А.В.

Винницкий национальный аграрный университет

МОДЕЛИ ОПТИМИЗАЦИИ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ОРГАНИЗАЦИИ**Аннотация**

Модели оптимизации клиентской базы организации позволяют спрогнозировать различные варианты взаимоотношений с клиентами. Клиентоориентированный подход к деятельности организаций различного типа позволяет сегментировать клиентов, визуализировать цели взаимодействий и потребности потребителей, оценить их лояльность и сформировать поведение в общении с клиентом. Целью данной статьи является представление результатов моделирования клиентской базы и предложений по их использованию в процессах управления отношениями с клиентами. Для малого предприятия инструменты управления взаимоотношениями с клиентами должны быть простыми, не требовать много затрат и быть логично построены. Нами выполнены практические исследования по построению моделей управления взаимоотношениями с клиентами и оптимизации клиентской базы научно-вместительного предприятия «Аудио-Альянс» и сформированы рекомендации по оптимизации клиентской базы научно-вместительного предприятия.

Ключевые слова: клиент, база клиентов, оптимизация клиентской базы, лояльность клиентов, программные приложения, CRM-система.

Petrovska A.V.

Vinnitsia National Agrarian University

MODELS OPTIMIZATION OF CUSTOMER BASE**Summary**

Models optimize customer base of various options allow you to predict customer relationships. Customer-oriented approach to different types of organizations to segment enables customers to visualize interactions objectives and customer needs, assess their loyalty and generate behavior in communication with the client. The purpose of this paper is to present the results of modeling customer base and suggestions for their use in the process of managing customer relationships. For small business tools CRM should be simple, not requiring much cost and be logically constructed. We made practical research on building models customer relationship management and optimization of the customer base for science-intensive enterprise «Audio Alliance» and formed recommendations on optimizing customer base science-intensive enterprise.

Keywords: customer, customer base, optimize customer base, customer loyalty, software applications, CRM-system.

УДК 338.24.01

**МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ
В ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ НА СВІТОВИХ РИНКАХ****Петько С.М.**

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Стаття присвячена розгляду моделей корпоративного управління: англо-американської, континентальної, японської. Автор проводить порівняльну характеристику досліджуваних моделей корпоративного управління: англо-американської, континентальної, японської, а також акцентує увагу на виявленні переваг та недоліків кожної моделі на світовому ринку.

Ключові слова: корпоративне управління, англо-американська модель, континентальна модель, японська модель, корпорації, фінансовий ринок.

Постановка проблеми. Від ефективного корпоративного управління залежить розвиток корпорації, підвищення функціонального рівня корпорації, зростання фінансових показників в діяльності корпорації. Тому вивчення теоретичних підходів, що пропонуються науковцями при аналізі традиційних корпоративних моделей управління в діяльності корпорацій та дослідження інновацій в сфері корпоративного управління представляють собою як практичний, так і науковий інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження існуючих моделей корпоративного управління в корпораціях висвітлено в низці праць як зарубіжних, так і вітчизняних вчених: Г. Штерн,

Л. Довгань, В. Пастухова, Н. Климаш, М. Мальська, Н. Мандюк, Л. Дробышевская, А. Радьгин, Р. Энтгов, Е. Силова, О. Кузнецов, И. Нечаев, В. Ключков, Д. Михайлов, А. Кибанов, С. Kester, К. Martin, J. McConnel, F. Lichtenberg, R. La Porta.

При всьому багатстві матеріалу з окремих наукових розвідок щодо існуючих моделей корпоративного управління метою статті ми визначили дослідження особливостей розвитку моделей корпоративного управління в діяльності корпорацій на світових ринках у порівняльному аналізі визначених моделей корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу. Функціонування сучасних фінансових та нефінансових корпорацій

відбувається в умовах глобалізації світогосподарських зв'язків, які з однієї сторони створюють зовнішні середовище для їхньої діяльності, а з іншої – самі є результатом такої діяльності.

Характеризуючи сучасні тенденції становлення корпорацій, необхідно відзначити по-перше: вплив науково-технічного прогресу на розвиток корпоративного капіталу, по-друге, особливості інноваційної діяльності корпорацій, по-третє – прискорений розвиток та вдосконалення факторів виробництва, які використовуються корпораціями. За останні роки в певній мірі відпала необхідність у надвеликих корпораціях на територіях окремих країн, що розраховані на глобальний ринок [3, с. 135].

Для кожної країни, як зазначають українські вчені, характерна своя власна модель корпоративного управління, риси якої обумовлені історичними факторами розвитку, економічними, правовими й соціальними особливостями, причому «моделі відрізняються за складом учасників корпоративних відносин, а також законодавчою базою, що регулює їхні взаємовідносини, вимогами до розкриття інформації [5, с. 17]».

В українській економічній літературі моделі поділяють (за загальними ознаками конкретного вияву названих та інших елементів) прийнято поділяти на *англо-американську* (американську), *континентальну* (німецьку) та *японську* (азійську). Зазначені моделі стосуються економічно розвинених країн і регіонів, але визначилася ще одна

модель – це *корпоративна модель* країн з перехідною економікою, яка має власні характеристики і своєрідні підходи до формування корпоративних відносин [1, с. 18].

Основні елементи зазначених моделей корпоративного управління такі: 1) країни поширення, 2) головні учасники реалізації моделі корпоративних відносин, 3) законодавчі норми; структура володіння акціями, 4) моніторинг діяльності, 5) форми та засоби фінансування, 6) структура ради директорів, 7) вимоги до розкриття інформації, 8) корпоративні дії, що потребують схвалення акціонерів.

Нами подано детальний аналіз кожної з наведених моделей корпоративного управління у таблиці 1.

Винагідно зазначимо, що англо-американська модель розвивалася в умовах вільного ринку (визначається її характерною рисою), що допускає в певній мірі розподіл володіння та контролю в найбільш відомих корпораціях. Це важливо з соціальної та ділової точки зору, тому що інвестори, які вкладають свої фінансові ресурси та володіють компанією, зазвичай не несуть юридичної відповідальності за дії корпорації, тому що керівництво передається менеджерам, які отримують заробітну платню як агенти (оплата за розподіл володіння та контролю називається агентськими послугами).

Зазначимо, що інтереси акціонерів і керівництва не завжди збігаються. Корпоративне право вирішує цей конфлікт утворенням додаткової ланки – Ради директорів. Вона обирається акціонерами і виступає

Таблиця 1

Характеристика моделей корпоративного управління

Англо-американська (американська)	Японська (азійська)	Континентальна (німецька)
<i>Країни поширення</i>		
США, Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія та ін.	Японія, Китай, Малайзія, Сінгапур, Південна Корея та ін.	Німеччина, Нідерланди, Франція, Бельгія, Швеція, Норвегія та ін.
<i>Сутність</i>		
Аутсайдерська модель, велика кількість незалежних акціонерів, чітко розроблена законодавча база, яка виражає механізм взаємовідносин.	Істотна роль банків та афілійованих компаній, формування промислово-фінансових об'єднань.	Переважає банківське фінансування, роль фінансових ринків не така велика як в американській моделі.
<i>Ключові учасники та склад акціонерів</i>		
Ключові учасники – директори, акціонери, менеджери, урядові організації, біржі, консалтингові організації. Індивідуальні інвестори – біля 20% акцій, велика доля інституційних інвесторів.	Головний банк та промислові мережі – кейрецу, афілійовані компанії. Страхові компанії володіють до 50% акцій, корпорації – біля 25%, іноземні інвестори – 5%.	Банки та акціонери, робітники компанії. Банки володіють приблизно 30% акцій, корпорації – 45%, індивідуальні інвестори – 5%.
<i>Законодавча база</i>		
В США: Федеральне законодавче агентство, Комісія по цінним паперам та біржам. Регулює реєстрацію компаній за закони штатів, які мають деякі відмінності. У Великобританії – парламент та Колегія по цінним паперам, а також велику роль відіграють біржі.	Дуже схожа на американську. Бюро цінних паперів та Комітет по нагляду за фондовими біржами. Великий вплив уряду через представників в радах директорів.	Федеральні та місцеві закони визначають статuti корпорацій, фондових бірж, правила, які встановлюють управлінський склад.
<i>Вимоги до розкриття інформації</i>		
Найжорсткіші вимоги: щоквартальний фінансовий звіт, довідка про винагороду та діяльність директорів, дані про склад акціонерів стосовно аудиторів та запланованих реорганізацій.	Щоразу кожного півріччя розкривається фінансова звітність, інформація про членів ради директорів та список 10 найбільших акціонерів.	В цілому, вимоги менш жорсткі чим в США. Зазвичай, одного разу за півріччя, надається фінансова інформація, розміри винагороди органів управління та відомості про головних акціонерів.
<i>Дії, що вимагають схвалення акціонерів</i>		
Обов'язкова згода акціонерів, при виборі членів ради директорів, призначенні аудиторів та при реорганізації.	Необхідна згода акціонерів сплаті дивідендів, виборі ради директорів, внесенні змін до внутрішніх документів, винагорода органів управління.	Розподіл прибутків, ратифікація рішень ради директорів та правління, фінансові питання, реорганізація, вибори органів управління.

Джерело: складено автором за даними [8, с. 107]

їхнім представником, виразником їхніх інтересів у корпорації. Рада директорів в англо-американській моделі складається з інсайдерів і аутсайдерів. Інсайдер – людина, яка працює в корпорації або тісно зв'язана з управлінням корпорацією. Аутсайдер – це особа або установа, що безпосередньо не зв'язана з корпорацією та її управлінням або це незалежний директор, тобто особа, яка запрошена для виконання певних функцій і не має інтересів у компанії [9, с. 40].

Зважаючи на значну розпорошеність акціонерного капіталу та тенденцію до зростання кількості незалежних (не пов'язаних з корпорацією) акціонерів, що притаманно англо-американській моделі, її інколи називають аутсайдерською. Тобто, це – «ринково орієнтована модель корпоративного управління, яка націлена на максимальне та пріоритетне задоволення інтересів акціонерів, в якій спостерігаються постійні тенденції до зростання кількості та частки інституційних інвесторів, з одночасним перебуванням значної частини цінних паперів у руках великої кількості індивідуальних інвесторів [5, с. 17]».

Водночас, як зазначає Г.Ю. Штерн, особливості англо-американської системи корпоративного управління безпосередньо пов'язані з особливостями акціонерної форми власності, головним чином, з відсутністю в англійських і американських корпораціях значних, домінуючих над іншими, інвесторів. Ця модель використовується у Великобританії, США, Канаді, Австралії, Новій Зеландії та ін. країнах.

До того ж акціонерний капітал цих корпорацій значною мірою розпилений. Велика кількість корпорацій не має у своїх реєстрах жодного індивідуального або інституціонального акціонера, частка якого становила б більше 2–5% статутного капіталу. Таким чином, жодна група акціонерів не може пред'явити претензії на особливе представництво в Раді корпорації [9, с. 38–39].

Визначають, що американська модель корпорації створювалася з урахуванням ринково орієнтованої фінансової системи на основі розвинутого ринку капіталу, широкого набору різних фінансових інструментів. Промисловий капітал збільшувався за рахунок нових емісій акцій, тому майже немає потреби у довгостроковому кредитуванні як засобу збільшення капіталу корпорацій. Роль банків зведено до акумулювання коштів і короткострокового кредитування. Акцентують увагу, що на сьогодні у США поширені два основні види корпорацій: у першому консолідує ядро – банківський холдинг, у другому – виробничо-технологічний комплекс [1, с. 19].

Розглядаючи аспект дослідження існуючих моделей корпоративного управління в корпораціях, зазначимо, що на відміну від англо-американської, японська та німецька моделі отримали назву інсайдерських, де право власності та контроль над корпорацією перебувають у руках досить однорідних груп інсайдерів (осіб тим чи іншим способом пов'язаних з корпорацією). Відповідно, важливу роль в цих моделях відіграють взаємовідносини між її учасниками, а її наріжним каменем є максимізація добробуту не лише акціонерів, а й трудового колективу, держави, загалом всіх учасників корпорації [5, с. 17]. Наголосимо, що досліджувані моделі корпоративного управління мають як переваги та недоліки (див. табл. 2).

Корпорації Японії – це самодостатні, універсальні багатогалузеві економічні комплекси, що мають у своїй структурі фінансові установи (банки, страхові, трастові компанії), торговельні фірми, а також виробничі підприємства з усіх галузей господарства.

Японська модель корпоративного управління багатостороння і базується навколо ключового банку та фінансово-промислової мережі (кейрецу). Багато японських корпорацій мають міцні фінансові зв'язки з мережею афілійованих компаній, яка характеризується загальним позиковим акціонерним капіталом, торгівлею товарами і послугами та неформальними діловими контактами. Їх називають кейрецу.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз моделей корпоративного управління

Модель корпоративного управління	Переваги	Недоліки
Англо-американська (американська)	Високий рівень мобілізації накопичень населення через фондовий ринок. Великий інноваційний рівень корпорацій. Головний орієнтир бізнесу – підвищення капіталізації корпорацій. Інформаційна прозорість корпорацій.	Висока вартість залученого капіталу. Відсутність чіткого розподілу функцій управління та контролю.
Континентальна (німецька)	Більш низька вартість залучення капіталу. Орієнтація інвесторів на довгострокові цілі. Високий рівень стійкості корпорацій. Залучення співробітників до управління корпорацією	Незначна роль фондового ринку як зовнішнього інструмента контролю. Високий рівень концентрації капіталу. Невисокий рівень інформаційної прозорості в корпораціях.
Японська (азійська)	Низька вартість залучення капіталу. Орієнтація на довгострокові цілі. Орієнтація корпорацій на високу конкурентоздатність. Високий інноваційний рівень корпорацій. Високий рівень стійкості корпорацій.	Складність в залученні інвестицій. Абсолютне домінування банківського фінансування. Низька інформаційна прозорість корпорацій.

В японській моделі виокремлюють чотири основних учасника: ключовий банк і афілійована компанія (кейрецу) (основні внутрішні акціонери корпорації), менеджери й уряд. Взаємодія між ними спрямована швидше на встановлення ділового контакту, а не балансу сил, як в англо-американській моделі [1, с. 27–28].

Отже, особливістю корпоративної моделі Японії є об'єднання великих промислових, а також торговельних компаній і банків у промислово-фінансові групи (кейрецу), які шляхом концентрації виробництва і капіталу контролюють значну частку в сукупних продажах, активах, акціонерному капіталі, прибутках та числі зайнятих всіх компаній обробної промисловості країни.

На думку О.В. Кузнецова залежно від побудови міжфірмових і міжбанківських зв'язків розрізняють горизонтальні і вертикальні кейрецу. Відмінною рисою кейрецу, побудованих за горизонтальним принципом, є їх об'єднання навколо великого японського

банку, який надає підтримку холдинговим компаніям у наданні різноманітних фінансових послуг. Провідні горизонтально інтегровані японські кейрецу отримали назву «Великої шістки» і включають банківські групи «Міцубісі», «Міцуй», «Сумітомо», які сформувались навколо старих «дзайбацу» (грошових кланів, сімейних конгломератів), а також «Фуїо», «Санва» і «Даїті-Кангін» (ДКБ), що утворилися в післявоєнний період. Взаємне володіння акціями та виробничими процесами цих груп веде до виникнення вертикальних кейрецу. Вертикальні кейрецу (також відомі як промислові кейрецу) використовуються для зв'язку постачальників, виробників і дистриб'юторів однієї галузі. Одна або кілька субкомпаній створюються в інтересах материнської компанії (наприклад, «Тойота» або «Ніссан»). Банки мають менший вплив на кейрецу-дистриб'юторів. Представлена вертикальна модель ділиться на рівні, які називаються ярусами. Це пов'язано з тим, що в японській корпоративній моделі діяльність фірми спрямована на задоволення колективних інтересів працівників, а не індивідуальних вимог акціонерів, як це має місце в англосаксонській моделі.

Попри те, що сучасна корпоративна модель Японії являє собою синтез традиційних підходів до управління економічними процесами, заснованих на колективному поділі ризиків господарювання, і запозичених елементів західної моделі капіталістичного відтворення, для якої є характерним проведення агресивної інноваційної політики, орієнтованої на завоювання зовнішніх ринків, ключовим елементом японської моделі є активна роль держави, спрямована як на збереження ринкових часток старих традиційних концернів, так і на надання підтримки та захисту молодим та перспективним підприємствам [4, с. 74–77].

Теоретичні підходи корпоративного менеджменту, які склалися при аналізі класичних моделей не минули і континентальну модель. Континентальна (німецька) модель корпоративного управління як і азійська (японська) характеризується тим, що операції окремих корпорацій дуже часто зводяться на головний банк (Hausbank). Якщо порівняти акціонерну структуру власності в різних європейських країнах, то в Німеччині приблизно 2/3 частини усіх великих корпорацій «залучені» до піраміди багатоярусного контролю, причому на чолі таких пірамід стоять крупні банки.

В Німеччині більш широкого поширення набула дворівнева система управління, де інтереси власників акцій представляє наглядова рада корпорації. Така організаційна структура дозволяє чітко відділити моніторинг, який здійснюється виконавчими директорами від моніторингу за діяльністю найвищого управлінського персоналу. Дослідження показали: чим більше концентрація власності в німецьких корпораціях, тим повніший склад наглядових рад співпадає зі списком найбільших акціонерів чи їх безпосередніх представників [7, с. 15].

У зв'язку з цим, представники головного банку присутні в наглядовій раді або очолюють її. В процесі голосування головний банк зазвичай спирається не тільки на ті акції що належать йому, а й на ті акції які знаходяться на довірчому зберіганні в банку. Крім банків моніторинг можуть проводити інші фінансові організації, наприклад пенсійні фонди. В Німеччині такі фонди розміщують за межами «своєї» фірми лише третю частину активів, що контролює. «Внутрішній» ринок фінансових ресурсів в Німеччині відіграє дуже важливу роль.

Водночас, найбільшим фінансовим організаціям в Німеччині у більшості випадків вдається за-

лучити своїх представників до наглядових рад або достатньо ефективно впливати на загальну лінію, яка проводиться наглядовими радами нефінансових корпорацій. При голосуванні банки, як правило, підтримують рішення, що пропонуються наглядовими радами.

Характерною рисою більшості німецьких корпорацій є надання переваги банківському фінансуванню перед акціонерним, тому капіталізація фондового ринку невелика в порівнянні з потенціалом економіки, а частка індивідуальних акціонерів – низька. З огляду на сказане, структура управління акціонерним товариством зрушена у бік контактів між ключовими учасниками: банками та корпораціями. Як і в японській моделі, банк одночасно виступає акціонером, кредитором, емітентом цінних паперів (у тому числі боргових зобов'язань), депозитарієм і агентом, який голосує на річних загальних зборах [5, с. 23].

Разом з тим необхідно відмітити таку обставину: незважаючи на описувану в стандартній континентальній типології корпоративного управління – особливу роль великих німецьких банків – як величина фінансового важелю, так і відсоток банківських позик в залучених ресурсах німецьких нефінансових корпораціях – в повній мірі порівнюються з аналогічними показниками американських та англійських корпорацій. На думку О.Д. Радигіна, Р.М. Ентова, І.В. Межираупса «сьогодні, відмінність в типах корпоративного управління відноситься не стільки як до джерел фінансування інвестиційних проектів, скільки до організації такого фінансування та регулювання умов, за яких залучаються фінансові ресурси [7, с. 17]».

Отже, як показала ретроспектива досліджень, жодна з вище перелічених моделей не має конкретних переваг перед іншими та не може бути названа універсальною. Навпаки, на початку 21 століття характерна конвергенція різних систем корпоративного управління майже в усіх провідних країнах світу. «В умовах глобальної конкуренції, велика кількість країн з іншим устроєм корпоративного сектору, все частіше запозичують конкретні елементи англосаксонської моделі та інкорпують їх в систему національних інститутів [2, с. 3–4]».

Таким чином, рівень розвитку корпоративного управління відіграє таку ж важливу роль як і фінансові показники діяльності корпорації. Так, інвестори, які залучають кошти у бізнес корпорації, готові купувати акції корпорацій навіть з преміями, лише за умови наявності ефективної системи корпоративного управління в діяльності корпорації. Чим краще організоване управління в корпорації, тим краще та вище ефективність діяльності корпорації, яка вимірюється рентабельністю активів – тобто відношенням чистого прибутку та сумарних активів та їх ринкова оцінка – відношення ринкової та відновної вартості активів. Організація системи ефективного корпоративного управління в діяльності корпорації тягне за собою певні витрати, в тому числі й витрати на залучення спеціалістів, таких як корпоративні секретарі ті інші фахівці, які необхідні для забезпечення роботи в даній сфері [2].

Проте, зважаючи на різноплановість підходів, визначається однією із головних якостей правильного корпоративного управління в діяльності корпорацій – підвищення ефективності функціонування корпорацій, полегшення доступу до ринків капіталу, можливість залучення капіталу на більш вигідних умовах, підвищення репутації корпорацій.

У контексті сказаного ми підтримуємо позицію М. Нечаєва та С. Межова [6, с. 127] стосовно ефектив-

ності корпоративного управління, яка, перш за все, визначається рівнем використання в ньому стратегічного управління. Тоді як стратегічне планування являє собою розробку довгострокових планів функціонування та розвитку корпорації. У свою чергу стратегічне управління – являє собою систему цілеспрямованих дій, що забезпечують довгостроко-

ве підвищення ефективності діяльності корпорації не лише за допомоги стратегічних управлінських рішень, а й поточних рішень швидкої реакції корпорації на зміни зовнішнього середовища. Стратегія визначає плани, програми, що забезпечують досягнення поставлених цілей, місце корпорації на конкурентному ринку та її ділову активність.

Список літератури:

1. Довгань Л.Є. Корпоративне управління: навч. посібник / Л.Є. Довгань, В.В. Пастухова, Л.М. Савчук. – К.: Кондор, 2007. – 174 с.
2. Дробышевская Л.Н. Модели корпоративного управления: мировой опыт и российская практика / Л.Н. Дробышевская, Е.В. Саломатина // Теория и практика общественного развития, 2011. – № 5. – С. 267–272.
3. Климаш Н.І. Корпоративні фінанси: курс лекцій для студентів напряму підготовки 6.030508 «Фінанси та кредит» денної та заочної форми навчання / Н.І. Климаш. – К.: НУХТ, 2013. – 145 с.
4. Кузнецов О.В. Становлення японської корпоративної моделі / О.В. Кузнецов // Науковий вісник Ін-ту міжнародних відносин НАУ. Серія: Економіка, право, політологія, 2011. – Т. 1. – № 4. – С. 71–78.
5. Мальська М.П. Корпоративне управління: теорія та практика: підручник / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк, Ю.С. Занько. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.
6. Нечаев Н.И. Особенности формирования принципов корпоративного управления / Н.И. Нечаев, С.И. Межов // Ползуновский вестник, 2005. – № 2. – С. 126–130.
7. Радыгин А.Д. Особенности формирования национальной модели корпоративного управления: монография / А.Д. Радыгин, Р.М. Энтов, И.В. Межираупс. – М.: Ин-т экономики переходного периода, 2003. – 167 с.
8. Силова Е.С. Сравнительный анализ моделей корпоративного управления Е.С. Силова // Вестник Челябинского государственного университета, 2011. – № 32(247). Экономика. Вып. 34. – С. 104–107.
9. Штерн Г.Ю. Корпоративне управління: навч. посібник для студентів спеціальності 8.050201 «Менеджмент організацій» / Г.Ю. Штерн. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 278 с.

Петько С.М.

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИЙ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению моделей корпоративного управления: англо-американской, континентальной, японской. Автор проводит сравнительную характеристику исследуемых моделей корпоративного управления: англо-американской, континентальной, японской, а также акцентирует внимание на рассмотрение преимуществ и недостатков каждой модели на мировом рынке.

Ключевые слова: корпоративное управление, англо-американская модель, континентальная модель, японская модель, корпорации, финансовый рынок.

Pet'ko S.M.

Vadym Get'man Kyiv National Economical University

CORPORATIVE MANAGEMENT MODELS IN THE ACTIVITY OF CORPORATIONS ON THE WORLD MARKETS

Summary

This article is devoted to consideration of the corporative management models: Anglo-American model, Continental model, Japanese model. The author conducts the comparative description of the investigated corporative management models. The article includes the analysis of the theoretic – scientist's opinions, scientific analysts and practices on nature, content and corporative management models prospects and their role in activity of the corporations.

Keywords: corporative management, Anglo-American model, Continental model, Japanese model, corporations, financial market.