

Досвід показує, що необхідною умовою і передумовою для досягнення даної мети є освоєння і впровадження системного підходу в управлінні підприємством. Саме системи пов'язують в єдине ціле взаємодіючі і взаємопов'язані процеси, що становлять суть діяльності підприємств, направляють роботу підрозділів на досягнення головної мети бізнесу - отримання прибутку шляхом задоволення вимог і очікувань споживачів. При цьому забезпечується ефективне управління якістю та екологічними аспектами, персоналом та ресурсами, фінансами та інформацією, процесами

ми і термінами, ризиками і безпекою на основі нових інформаційних технологій, в результаті чого підвищується конкурентоспроможність продукції та підприємства.

Українським підприємцям слід на практиці впроваджувати системи менеджменту, в тому числі і менеджменту якості, а потім проходити сертифікацію на відповідність стандартам ISO. Соціальна відповідальність бізнесу неможлива без ділового удосконалення і підвищення якості. Акцент повинен ставитися на удосконаленні організації як системи.

Список використаної літератури

1. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Підручник. - К.: Знання, 2006. - 471 с.
2. Кабаков Ю.Б. Системи менеджмента підприємства: два шари вигоди //Світ якості України. - 2004. - № 2. - С. 36-40.
3. Вакуленко А. В. Управління якістю: навчально-методичний посібник / А. В. Вакуленко ; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. - 2-ге вид., без змін. - К.: КНЕУ, 2006. - 167с.
4. Калита П.Я. Формула успеха: чем совершеннее компания, тем комфортнее ей в государстве

В статье рассмотрены основы формирования системы менеджмента качества как составной общего менеджмента и доказано целесообразность разработки единой интегрированной системы менеджмента предприятия.

The article describes the basis for the formation of the quality management system as part of the general management and proved the feasibility of developing a single, integrated system of enterprise management topics.

Рецензент: к.е.н., доцент Данько Ю. І.
Дата надходження до редакції: 19.11.2012 р.

УДК: [339.146.4]

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В. В. Нечипоренко, к.с.-г.н., доцент, Сумський національний аграрний університет

В статті розглядається суть, зміст і місце роздрібної торгівлі у системі торговельного обслуговування населення, висвітлюється сучасний стан та проблеми організації системи роздрібної торгівлі в умовах ринково орієнтованої економіки. Виявлено основні тенденції розвитку роздрібної торгівлі Сумської області, проаналізовано її структуру та окреслено перспективні напрями розвитку.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Важливим чинником економічного зростання суспільства є торгівля, яка відіграє значну роль у реалізації соціальної політики, ринкової орієнтації національної економіки, формуванні конкурентного середовища. Реструктуризація торгівлі, яка відбувалася в Україні в перехідний період і продовжується на початковому етапі функціонування економіки України на ринкових засадах, спричинила значні зміни в соціальних формах торгівлі, мотивації і принципах її розвитку, в підходах до управління і регулювання нею тощо [4].

Сьогодні основну частку в торгівлі становлять приватні підприємства; основним мотивом її розвитку є отримання прибутку власниками підприємств; покращення забезпеченості роздрібними торговими підприємствами населення здійснюється через розвиток вітчизняного і експансію іноземного мережевого ритейлу; торгівля зміщується з центральних районів міст на периферію, активно будуються ритейл-парки на окраїнах на-

селених пунктів та в інших малопривабливих районах з низькими цінами на землю, участь державних органів і комунальних служб у плануванні, розвитку і регулюванні торговельної мережі зменшується.

Роздрібна торгівля є кінцевою ланкою, що завершує процес просування товарів від виробника до споживача. Це діяльність суб'єктів товарного ринку з продажу товарів і надання додаткових послуг безпосередньо населенню. У роздрібній торгівлі товари переходять зі сфери обігу у сферу споживання, тобто стають власністю покупця [1].

В Україні продаж товарів населенню в основному здійснюють підприємства роздрібної торгівлі — власники об'єктів роздрібної торгівлі (магазинів самообслуговування, гастрономів, павільйонів, кіосків та ін.). Роздрібною торгівлею також займаються промислові й оптові підприємства через мережу власних фірмових магазинів та інші пункти продажу товарів, роздрібні ринки, підприємства громадського харчування, підприємств та

Вісник Сумського національного аграрного університету

інші суб'єкти господарювання різних форм власності [2].

Торгівля стала найбільш лібералізованою галуззю економіки з мінімальним впливом на її розвиток держави, яка за короткий час пройшла період занепаду і бурхливого розвитку нецивілізованих форм торгівлі і зараз переживає піднесення в розвитку організованого сектора торгової галузі. У цих умовах зростає потреба в регулюванні і плануванні розвитку роздрібно торгівлі як державними органами і громадськими організаціями споживачів з метою задоволення соціальних потреб суспільства, так і самими діловими об'єднаннями в торговельній галузі для визначення пріоритетів власного розвитку. З огляду на такі завдання, актуальним є дослідження сучасних тенденцій розвитку роздрібно торгівлі в розрізі регіонів [4].

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідженням сучасного стану роздрібно торгівлі та запровадженням нових пріоритетних напрямів її розвитку та нових механізмів регулювання цього сектора економіки займалися такі вчені, як Л.О. Лігоненко [3], Н.О. Голошубова [2], Н.М. Ушакова, А.А. Мазаракі [4]. К. В. Беляєва [1], Ю.М. Хом'як [7], У роботах цих авторів розкрито суть торгівлі загалом та її структурних елементів, визначено умови розвитку галузі, а також обґрунтовано чинники, які впливають на ефективність діяльності торговельних підприємств. Однак більшість досліджень розглядають торгівлю в загальнонаціональному масштабі, і меншою мірою акцентують увагу на проблемах торгівлі регіонів.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є аналіз сучасного стану та проблем організації системи роздрібно торгівлі в Сумській області, а також визначення основних тенденцій її розвитку, шляхом аналізу таких показників, як кількість роздрібних торговельних об'єктів, обсяг роздрібного товарообігу, щільність розміщення роздрібно торговельної мережі, забезпеченість населення роздрібно торговельною мережею, навантаження роздрібно торговельного об'єкту.

Виклад основного матеріалу. Роздрібна торгівля є невід'ємною частиною національної економіки, що характеризує економічне зростання через динаміку споживчих витрат. Посттрансформаційний етап розвитку економіки, що відбувається й в роздрібній торгівлі, сприяє розвитку найбільш популярних і прибуткових напрямків, оминаючи формування й підтримку так званих соціальних мереж. Крім того, територіальне розміщення й розвиток роздрібно торгівлі має певні проблеми, які потребують свого вирішення [4]. Роздрібна торгівля є сферою підприємницької діяльності з продажу товарів та послуг на підставі усного чи письмового договору купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного споживання. До торговельних підприємств у сфері роздрібно торгівлі належать різноманітні за масштабами торговельної

діяльності (за обсягами товарообороту і територіального охоплення) підприємства, комерційні структури, засновані на приватній, державній або колективній власності, великі універсальні і спеціалізовані магазини, які перебувають на повному господарському розрахунку, а також споживчі товариства, роздрібні торгові об'єднання, дрібні торговельні об'єкти зі статусом юридичної особи і т.п.

Крім цих підприємств, роздрібну торгівлю здійснюють в Україні також підприємства ресторанного господарства, промислові, транспортні та інші неторгові підприємства, які реалізують товари населенню безпосередньо через касу підприємств, підприємці – фізичні особи, а також власні торговельні (закупівельно-торговельні) підприємства ринків і залучені торговельні підприємства, які діють на продовольчих, речових та змішаних ринках. Суб'єкти сфери товарного обігу і, зокрема – торгівлі товарами споживчого призначення, постійно видозмінюються, трансформуються, максимально пристосовуються до конкурентного середовища; лібералізація комерційної діяльності та глобалізація міжнародної торгівлі породжують принципово нові форми і види суб'єктів даної сфери, серед яких можна виділити віртуальні магазини в системі електронної комерції, транснаціональні торгові компанії тощо.

Роздрібні торговельні підприємства традиційного типу (і їх структурні підрозділи – торговельні одиниці) здійснюють роздрібний продаж товарів через роздрібну торговельну мережу, що становить основу матеріально-технічної бази роздрібно торгівлі. Роздрібна торговельна мережа являє собою сукупність торговельних підприємств і торгових одиниць (магазинів, палаток, кіосків, яток), які розміщені і діють на певній території [7]. Фактично саме роздрібна торговельна мережа є своєрідним каркасом, на основі якого організовується цілісна система торговельного обслуговування, під яким розуміють "...комплексну взаємодоповнювану систему способів, прийомів, умов та засобів, які забезпечують здійснення операцій продажу товарів їх остаточним споживачам" [2].

Із врахуванням особливостей торговельного обслуговування населення роздрібну торговельну мережу поділяють на стаціонарну, пересувну і поштову. Основою роздрібно торговельної мережі є стаціонарна, до якої належать підприємства, що мають постійне місце знаходження: магазини, палатки, кіоски, торговельні автомати; поряд з торговельними підприємствами у роздрібній торгівлі продовжують функціонувати пункти продажу (торгові одиниці) – магазини, палатки, павільйони, кіоски, які входять до складу торговельного підприємства і виконують тільки частину торгового процесу – продаж товарів. До підприємств дрібно-роздрібно торгівлі належать також автозаправні станції. Крім реалізації основної продукції (бензину, дизпалива, інших пально-мастильних матеріалів), АЗС часто організовують

також роздрібну торгівлю товарами народного споживання та надання послуг з організації харчування.

Одним із якісно нових варіантів здійснення комерційної діяльності в сфері роздрібно торгівлі є торгівля через мережу електронних магазинів, які здійснюють роздрібну реалізацію товарів і послуг комерційним посередникам і споживачам, згідно з отриманими від них замовленнями через локальні і глобальні комп'ютерні мережі відповід-

но до попередньо розповсюджених у цих же мережах комерційних пропозицій (каталогів, прайс-листів, специфікацій тощо). У процесі економічного аналізу розвитку роздрібних торгових підприємств важливим є встановлення стану торгових підприємств. Важливим є визначення динаміки розвитку торгової мережі за декілька років порівняно з показниками змін роздрібного товарообігу, товарних запасів, чисельності працівників та чисельності населення, яке обслуговується.

Таблиця 1

Склад і структура роздрібного товарообороту підприємств Сумської області

Показники	Роки										Відхилення 2010 р. від 2005 р. (+;-)		
	2005	Питома вага в % до підсумку	2006	Питома вага в % до підсумку	2007	Питома вага в % до підсумку	2008	Питома вага в % до підсумку	2009	Питома вага в % до підсумку		2010	Питома вага в % до підсумку
Роздрібний товарооборот підприємств, млн. грн. усього	1748,7	100,0	2155,6	100,0	2688,2	100,0	3673,5	100,0	3378,1	100,0	3926,4	100,0	+2177,7
в т.ч. у міських населеннях	1584,5	90,6	1978,4	91,8	2480,8	92,3	3390,4	92,3	3103,9	91,9	3616,1	92,1	+2031,6
у сільській місцевості	164,2	9,4	177,2	8,2	207,4	7,7	283,1	7,7	274,2	8,1	310,3	7,9	+146,1
Товарооборот роздрібно торгівлі, млн.грн., усього	1655,1	94,6	2047,5	95,0	2565,5	95,4	3523,0	95,9	3232,8	95,7	3766,6	95,9	+2111,5
в т.ч. у міських населеннях	1504,6	86,0	1886,0	87,5	2372,7	88,2	3262,7	88,8	2981,1	88,2	3484,4	88,7	+1979,8
у сільській місцевості	150,5	8,6	161,5	7,5	192,8	7,2	260,3	7,1	251,7	7,5	282,2	7,2	+131,7
Товарооборот ресторанного господарства, млн. грн., усього	93,6	5,4	108,1	5,0	122,7	4,6	150,5	4,1	145,3	4,3	159,8	4,1	+66,2
в т.ч. у міських населеннях	79,9	4,6	92,4	4,3	108,1	4,1	127,7	3,5	122,8	3,6	131,7	3,4	+51,8
у сільській місцевості	13,7	0,8	15,7	0,7	14,6	0,5	22,8	0,6	22,5	0,7	28,1	0,7	+14,4

Аналіз даних таблиці 1 свідчить, що певна стабілізація економічної ситуації в державі сприяла тому, що протягом 2005-2010 рр. відбувалося стабільне зростання обсягу роздрібного товарообороту підприємств Сумщини. Слід відмітити, що у 2010 році порівняно з 2005 роком даний показник збільшився на 2177,7 млн. грн. або більше ніж у 2,2 рази, в тому числі у міських населеннях роздрібний товарооборот підприємств зріс на 2031,6 млн. грн (або у 2,3 рази), у сільській місцевості - на 146,1 млн. грн (або у 1,9 рази).

Найбільш питому вагу в структурі роздрібно товарообороту підприємств займає товарооборот роздрібно торгівлі - 95,9 % у 2010 році, що на 1,3 п.в. більше порівняно з 2005 роком, в тому числі у міських населеннях даний показник збільшився на 1979,8 млн. грн. (або у 2,3 рази), у

сільській місцевості - на 131,7 млн. грн. (або майже у 1,9 рази)

Значно менша частка припадає на товарооборот ресторанного господарства - 4,1 % у 2010 році, що на 66,2 млн. грн. (або 1,1 п.в.) більше ніж у 2005 році. Слід зазначити, що у міських населеннях товарооборот ресторанного господарства в 2010 році складає 3,4 %, що на 51,8 млн. грн (або 1,2 п.в) більше порівняно з 2005 роком. У сільській місцевості зазначений вище показник також збільшився на 14,4 млн. грн у 2010 році у порівнянні з 2005 роком.

Більш глибокий аналіз стану роздрібно мережі в Сумській області пов'язаний з дослідженням забезпеченості населення торговими площами, щільністю розміщення роздрібних торговельних об'єктів та його навантаженням.

Таблиця 2

Узагальнюючі показники стану розвитку роздрібно торгівельної мережі

Показники	Роки					Відхилення 2010 р. від 2005 р. (+;-)
	2005	2007	2008	2009	2010	
Кількість роздрібних торговельних об'єктів, усього од.	1831	1751	1669	1528	1472	-359
в т.ч. у міських населеннях	1230	1189	1143	1021	1013	-217
у сільській місцевості	601	562	526	507	459	-142
Торгова площа магазинів підприємств, тис. м ²	139,5	142,5	146,6	140,1	144,8	+5,3
Наявне населення, тис. осіб	1226,3	1196,8	1184,0	1172,3	1161,5	-64,8
Забезпеченість населення роздрібною торговельною площею, м ² в розрахунку на тис. осіб:	113,8	119,1	123,8	119,5	124,7	+10,9
Щільність розміщення роздрібних торговельних об'єктів, од. в розрахунку на 10 тис. осіб	15	15	14	13	13	-2
Навантаження роздрібно торговельного об'єкту	669,7	683,5	709,4	767,2	789,1	+119,4

Як свідчать дані таблиці 2, за період 2005 - 2010 років відбувалося постійне скорочення кількості роздрібних торговельних об'єктів – з 1831 од. до 1472 од., тобто на 359 од. (або на 19,6%), що не може не викликати занепокоєння, оскільки скоротилися пункти продажу товарів. Слід зазначити, що у міських населеннях таке скорочення за аналізований період склало 217 од. (або 17,6 %), у сільській місцевості - на 142 од. (або на 23,6 %). Небезпека полягає у тому, що випереджувальні темпи скорочення роздрібних торговельних об'єктів на селі зберігаються, це в свою чергу призвело до суттєвого погіршення торговельного обслуговування сільського населення. Але при цьому слід зазначити, що при скороченні кількості роздрібних торговельних об'єктів слід відмітити зростання торговельної площі магазинів підприємств - на 5,3 тис. м² в 2010 році по відношенню до 2005 року.

Показник забезпеченості населення роздрібною торговельною площею має нормативний характер і визначає кількість квадратних метрів торговельної площі або кількість торговельних об'єктів у розрахунку на 1000 (або 10000) осіб постійного населення конкретного регіону [5]. У Сумській області цей нормативний показник в 2010 р. дорівнював 280 м², (фактично 124,7 м²), отже область недостатньо забезпечена торговельною площею в розрахунку на одну тисячу населення. Слід відмітити, що забезпеченість населення роздрібною торговельною площею в 2010 році по відношенню до 2005 року збільшилась на 10,9 м² в розрахунку на тисячу осіб. Збільшення забезпеченості населення роздрібною торговою площею відбувається за рахунок зростання торгової площі магазинів підприємств (на 3,8 %) та водночас скорочення чисельності наявного населення у області (на 5,3 %).

На 10 тисяч жителів наявного населення Сумської області припадає 13 об'єктів роздрібної

торгівлі в 2010 році, що на 2 об'єкти менше порівняно з 2005 р.

Кількість мешканців, що в середньому припадає на один роздрібний об'єкт щороку зростає. Так, в 2010 році даний показник становить 789,1 осіб, що на 119,4 особи більше порівняно з 2005 роком. Таке зростання призвело до збільшення навантаження роздрібною торговельною площею

Висновки. Аналіз тенденцій розвитку роздрібною торгівлі в Сумській області розвивається відповідно до динаміки макроекономічних показників ринку. Процеси, що відбуваються в роздрібній торгівлі, створюють умови для активізації діяльності торговельних підприємств та пошуку шляхів щодо підвищення її ефективності.

Головним підсумком є те, що за 2005-2010 роки торгівля перетворилася на одну з провідних та динамічно розвинутих галузей економіки. З кожним роком стабільно зростають обсяги товарообігу підприємств роздрібною торгівлі, як в міській так і сільській місцевостях. Але кількість підприємств торгівлі з кожним роком зменшується, як в міській так і сільській місцевостях. Це може бути пов'язано з переходом більшості підприємств у приватну власність, а також з закриттям більшості підприємств торгівлі. Але відбувається збільшення торговельної площі і показник забезпеченості нею населення за рахунок будівництва великих магазинів типу супермаркет, гіпермаркет і торговельний центр; так за період 2005-2010 рр. торговельна площа магазинів збільшилась з 139,5 тис. м² до 144,8 тис. м² і забезпеченість 1000 жителів з 113,8 м² до 124,7 м².

Перспектива подальших досліджень у цьому напрямку – розробка моделі забезпечення населення регіонів роздрібною торговельною мережею, яка забезпечувала б ефективне використання матеріально-технічної бази торгівлі, необхідний рівень торговельних послуг та стабільний обіг фінансових і матеріальних ресурсів.

Список використаної літератури:

1. Беляєва К. В. Стан розвитку підприємств роздрібною торгівлі Донецької області в умовах конкуренції / К. В. Беляєва // Вісник ДонНУЕТ. Сер. : Торгівля і ринок України. — 2009. — Вип. 28, Т 2. — С. 20—27.
2. Голошубова Н.А. Состояние и направления развития розничной торговой сети Украины// Оборудование. – 2003, № 3. – С. 5-8.
3. Лігоненко Л.О. Державне регулювання розвитку внутрішньої торгівлі: сучасний стан та напрями удосконалення / Л.О. Лігоненко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 1. – С. 52-57.
4. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К.: КНТЕУ, 2003. 5. Наказ Мініекономіки від 02.09.2008 № 409 "Про затвердження Нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах та Порядку застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах" [Електронний ресурс] / Сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. — Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>. 6. Статистичний щорічник Сумської області за 2010 р. / За ред. Л.І. Олександрович – Суми. - 2010, 668 с.
7. Хом`як Ю. М. Тенденції і напрями розвитку роздрібною торговою мережі Львівщини / Ю. М. Хом`як // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць ; Львівська КА. — Львів, 2009. — Вип. 10.

В статье рассматривается суть, содержание и место розничной торговли в системе торгового обслуживания населения, освещается современное состояние и проблемы организации системы розничной торговли в условиях рыночно ориентированной экономики. Выявлены основные тенденции развития розничной торговли Сумской области, проанализированы ее структуру и намечены перспективные направления развития.

The article examined the nature, content and place of retail in total commercial services, highlights the current state and problems of organization of retail trade in a market oriented economy. The main trends in retail Sumy region, analyzes its structure and outline promising directions of development.

Рецензент: к.е.н., доцент Жмайлов В. М.
Дата надходження до редакції: 02.04.2012 р.

УДК 332.012.324:346.1(083.132)

СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

В. М. Гречаний, к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет

У статті представлена сутність корпоративного управління, розкриті особливості формування корпоративного сектора в країнах з перехідною економікою, та визначені шляхи вдосконалення корпоративного управління в Україні, вказані напрями захисту міноритарних інвесторів

Постановка проблеми Природа корпоративної власності не є простою, і відповідно корпоративне управління як категорія також являє собою складну систему економічних відносин, яка включає багато внутрішніх і зовнішніх елементів. Проблемними питаннями корпоративного управління є обіг цінних паперів, захист міноритарних інвесторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти корпоративного управління розглянуті у працях: Девіса С.М., Демб А., Євтушевського В.А., Задихайла Д.В., Канаги В.С., Коваля А. Ф., Козаченко Г.В., Миркина Я.М., Оскольського В. В., Перуні Ю.Є. Черваньова Д.М. та інших. Незважаючи на різноплановість підходів до висвітлення цієї тематики недостатньо вивченими залишаються окремі організаційно-економічні аспекти корпоративного управління

Формулювання цілей статті. Головною метою написання статті є розкриття сутності корпоративного управління, визначення особливостей формування корпоративного сектора в країнах з перехідною економікою, та накреслення шляхів вдосконалення корпоративного управління в Україні, шляхів захисту міноритарних інвесторів.

Виклад основного матеріалу. Поняття «корпоративне управління» широко використовується в західній економічній літературі і досить швидко запроваджується в Україні. Це пояснюється поширеною формою корпоративного господарювання і власності, необхідності управління нею й стрімким розвитком такої власності в Україні.

Слово «корпорація» походить від латинського *corporation* (об'єднання, співтовариство) та означає об'єднання, союз, що створюється на основі професійних або станових інтересів. Тому зрозуміло, що корпоративне управління є управлінням специфічною об'єднаною власністю. З іншого боку, всі власники мають певні відносини власності з корпорацією.

Природа корпоративної власності є не простою, і відповідно корпоративне управління як категорія також являє собою складну сис-

тему економічних відносин, яка включає багато внутрішніх і зовнішніх елементів. Проте треба мати на увазі те, що таке поняття, як «корпоративна власність», не використовується в законодавчо-правовій базі України, хоча знайшли застосування поняття «корпоративні права» та «корпорація». Водночас термін «корпоративне управління» застосовується досить часто. На сьогодні не існує єдиного визначення корпоративного управління ні в зарубіжній, ні в вітчизняній науковій літературі. Часто під корпоративним управлінням розуміють загальний менеджмент, що не точно визначає його сутність. Іноді корпоративне управління подають як систему органів управління або сукупність організаційно-правових норм. Усі визначення мають право на існування, але складність проблеми потребує більш глибокого підходу. Тому слід визначати корпоративне управління в кількох його вимірах.

Насамперед корпоративне управління можна розглядати як управління корпоративними правами. Таке визначення є найбільш загальним, оскільки управління корпоративними правами стосується усіх їх власників, а ними є значна частина людей у світі, у тому числі громадян України.

Отже, якщо брати корпоративні права як найбільш загальний об'єкт корпоративного управління, то його можна охарактеризувати так: корпоративне управління являє собою процеси регулювання власником руху його корпоративних прав із метою отримання прибутку, управління корпоративним підприємством, відшкодування витрат через отримання частки майна при його ліквідації, можливих спекулятивних операцій з корпоративними правами. Головною метою корпоративного управління є отримання частини прибутку, яку називають дивідендом. Дивіденд – це частина прибутку, що проводиться на користь власника корпоративних прав, емітованих юридичною особою внаслідок розподілу частини її прибутку.

Однак корпоративні права є втіленням частки (паю) в капіталі конкретних підприємств. Рух