

ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС

Герега Н.В.

студент,

Науковий керівник: Канарик Ю.С.

асистент,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ДО ПИТАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ДОТРИМАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИНАХ

Як і раніше наявність культури у суспільстві відіграє важливу роль і є загальним показником розвитку окремої країни, її громадян, та навіть, у нашому випадку, корпоративних підприємств. Корпорація яка приймає до уваги практичні знання і досвід своїх попередників, історію, усі норми поведінки та настанови і є культурною. Така юридична особа не просто цікавиться усім, що дісталось їй у спадок, вона також бере на себе відповідальність за свої вчинки, що мають бути відповідними правилам, встановленим в оточенні самих працівників.

В Україні навіть в останні десятиліття корпоративна культура не завжди розглядалася як сфера, що заслуговує на пильну увагу. Однак важливість зазначеної проблеми зростає, зокрема внаслідок глобальних змін, коли збут продукції та надання послуг стали значно складнішими за виробництво, поява нової практики управління почала випереджати теорію. У процесі соціально-економічних реформ в Україні корпоративна культура поступово починає впроваджуватися у вітчизняний соціально-економічний простір [1, с. 76].

Поняття культура вперше запропонував римський оратор Марк Тулій Цицерон для визначення філософії, як «культури розуму». Термін «культура» походить від латинського «cultura», що в перекладі означає догляд, освіта, виховання, розвиток. У давньому Римі воно вживалося в значенні «обробіток землі для забезпечення її родючості» [2, с. 88].

На думку В.А. Погребняк, корпоративна культура – це особлива сфера організаційної реальності, яка складається з комплексів спеціалізованих і певним чином впорядкованих матеріальних і віртуальних ресурсів і результатів праці працівників, що включають систему міжособових стосунків, об'єднує сукупності взаємозв'язаних організаційних явищ і процесів, в надрах яких завдяки цілеспрямованим діям персоналу відбувається перетворення вищезазначених ресурсів і часткових результатів в кінцеві продукти діяльності системи в цілому [3, с. 56].

Предметом корпоративної культури є формування характеру гармонійних взаємовідносин як всередині товариства, так із зовнішнім середовищем, а також формування основних цінностей товариства. Корпоративну культуру можна відобразити як єдність трьох її нерозривно пов'язаних аспектів:

процесуальний, що характеризує спосіб функціонування і життєдіяльності її організаційних ланок; «предметний», що відображає результат (продукт) цієї діяльності та «генетичний», який є джерелом корпоративних змін. Корпоративна культура вважається продуктом взаємодії: внутрішнього середовища: корпорації як формальної організації, що має свою загальну мету існування; окремих індивідуалів, учасників корпорації, наділених власними індивідуальними потребами та інтересами; колективу в цілому й окремих суспільних груп, які сформувались в межах корпорації; зовнішнього середовища, що диктує свої вимоги до функціонування корпорації. Корпоративна культура є частиною культурного середовища відповідного суспільства, здатною формувати специфічний культурний простір тієї корпорації, у контурі якої існує [2, с. 89].

Важливим чинником корпоративної культури є оптимальна дивідендна політика в корпорації. Відповідно до статті 88 Господарського кодексу України – учасники господарського товариства мають право брати участь у розподілі прибутку товариства та одержувати його частку (дивіденди) [4]. Дивіденди в організації з високою корпоративною культурою повинні виплачуватися нехай і не у великих розмірах, але регулярно. Випадки, коли є необхідність інвестування всього прибутку в розвиток виробництва, повинні з відповідним тактом і вмінням бути пояснені всім дрібним акціонерам. Елементом корпоративної культури є захист дрібних акціонерів шляхом запровадження можливості голосування засобами зв'язку, використання кумулятивного голосування. Навіть за умови існуючих нормативних вимог щодо кумулятивного голосування його надзвичайно складно провести за невисокої корпоративної культури власників контрольних пакетів [5, с. 116].

Досліджуючи вплив характеру українців на формування корпоративної культури, варто враховувати, що для нашого народу характерне надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства, які базуються на принципах індивідуальності й людяності, гармонії з природою. У національному характері українців, ментальності, вкорінена низка рис, пов'язаних із властивим для значної частини населення економічним нігілізмом.

Подвійну роль у побудові корпоративної культури вітчизняних комерційних структур відіграє індивідуалізм українців, обумовлений специфікою громадського життя. Оскільки утворення акціонерного капіталу здійснюється за принципом «через індивідуальне до колективного», з опосередкованим володінням власністю, ця риса національного характеру сприяє формуванню норм корпоративної філософії. З іншого боку, індивідуалізм (який має прогресивний історичний зміст як наслідок прагнення до свободи) призводить до самоізоляції, руйнування організаційних форм упорядкування суспільного, до невміння створювати й утримувати владу, що нині є гальмуючим чинником.

Негативно позначаються й психологічні фактори, пов'язані з недавнім тоталітарним минулим: безініціативність, безпорадність, подвійна мораль, звичка покладатися на опіку держави й водночас не довіряти їй (порушувати закони).

Усе вищенаведене пояснює важливість порушеної теми для вітчизняного підприємництва, а також те, чому закордонні маркетингові технології найчастіше не приживаються. «Сліпе» впровадження західних норм і методів призводить до жалюгідних наслідків. Глибоке дослідження елементів корпоративної культури потрібне як для сучасної управлінської науки, так і для практики використання цих ідей у діяльності [6, с. 399].

Таким чином, дотримання норм які б відображали мету кожного конкретного учасника корпоративних відносин, дозволяє досягнути високий рівень організації діяльності корпорації. У свою чергу, потужна корпоративна культура породжує сильну компанію, а сильна корпорація в нинішньому часі є вагомим частинкою успішного економічного й громадського життя держави.

Список використаних джерел:

1. Бабич О. Б. Основні засади створення корпоративної культури як інструменту управління / О. Б. Бабич // Вісник Української академії державного управління.– 2003. – № 2. – С. 449-456.
2. Гудзь О. Є. Корпоративне управління: навчальний посібник. / Гудзь О. Є. – К.: Державний університет телекомунікацій, 2014. – 123 с.
3. Погребняк В. А. Культура организации как объект регулярного управления // Вопросы управления предприятием. – 2005. – № 1(13) – С. 59.
4. Господарський кодекс України : від 16 січня 2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18. – Ст. 144.
5. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика / Мальська М. П. Мандюк Н. Л., Занько Ю. С. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.
6. Ігнат'єва І. А. Корпоративне управління [текст] : підручник. / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафоновна – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 600 с.

Гульчак А.В.

студентка,

Науковий керівник: Канарик Ю.С.

асистент,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕТВОРЕННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Відповідно до положень ст. 104 Цивільного кодексу України перетворення є одним з видів припинення юридичної особи, в результаті якого все майно, права та обов'язки від попередньої юридичної особи передаються новій юридичній особі – правонаступнику, тобто перетворення юридичної особи призводить до її припинення та характеризується універсальним правонаступництвом [1]. Безпосередня суть перетворення полягає в зміні організаційно-правової форми юридичної особи.

Процедура перетворення регулюється Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, ЗУ «Про акціонерні товариства», ЗУ «Про господарські товариства», ЗУ «Про державну реєстрацію юридичних осіб та