

РОЗВИТОК КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ ТА РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Незважаючи на певні невдачі та труднощі практичного здійснення економічних реформ в Україні слід констатувати, що за роки незалежності виникли та сформувались якісно нові реалії господарської діяльності. Перш за все слід відзначити, що попри всі соціально-економічні суперечності процесу приватизації, кожен громадянин України отримав сертифікат як свідоцтво своєї частки в загальнонаціональному майні і фактично став підприємцем вклавши цей сертифікат в те чи інше корпоративне утворення. По-друге, в результаті активного здійснення державою політики приватизації в Україні сформувалось понад 35 тисяч акціонерних товариств та десятки мільйонів акціонерів.

Оцінюючи ці зміни, слід поголитися з думкою багатьох сучасних дослідників, що велика кількість підприємств та акціонерів-підприємців, котрі створюють корпоративний сектор економіки України, потребує формування відповідної системи корпоративного управління та корпоративної культури взаємодії учасників акціонерних товариств. “Корпоративний сектор економіки, - як зазначає Л.Воротіна, - в усьому світі є основою сучасної ринкової економіки, базис якої складають акціонерні товариства, банки, біржі, фінансово-промислові групи та інші інститути. Регіональна особливість України в цьому контексті потребує особливої уваги з боку суспільства, оскільки “суцільна сертифікація населення” спроможна створити неадекватне подрібнення капіталу і виробництва; призвести до послаблення корпоративного сектору та створення перешкод розвитку національної економіки на шляху до ринку”[1,с.13].

На наш погляд, незважаючи на те, що процеси приватизації стали суттєвими чинниками інституціонального розвитку економіки України, проте вони загалом не стали впливовими чинниками формування підприємницької культури та відповідної корпоративної підприємницької етики, котра, як вважав у свій час М.Вебер, повинна бути етикою соціальної відповідальності. Слід відзначити, що поняття підприємництва є категорією історичною. Серед науковців існує думка, що загалом підприємництво як суспільне явище має потенціал репродукції лише в сферах, де функціонують товарно-грошові відносини. Саме в цих сферах і створились умови для розвитку підприємництва. Крім того, підприємництво як явище

сучасного суспільного життя має чіткі суб'єктні характеристики. Тому прийнято вважати, що підприємець – це провідний суб'єкт ринкового процесу, який ініціює бізнес для випуску товарів та надання послуг з метою одержання прибутку. Підприємницьку діяльність звично ототожнюють з активним впровадженням інновацій та нових технологій, з творчим пошуком ефективних стратегій управління, масовим випуском нових товарів та послуг. Тому певними атрибутами підприємництва загалом можна вважати:

- 1) мотив дії, що є одночасно і мотивом збагачення;
- 2) механізм дії, який спирається на інвестування в певній сфері економічної діяльності;
- 3) ризик, пов'язаний з непевністю у прийнятих рішеннях і з покриттям наявних затрат на випуск товарів та надання послуг.

Визначені нами атрибутивні риси підприємництва, як ми вважаємо, є визначальними в формуванні певного соціального портрета підприємця, а також основоположні засади культури підприємницької діяльності. Опіраючись на існуючі дослідження [2], доцільно визначити 10 основних характеристик, котрі за своїм змістом притаманні більшості підприємців:

1. Підприємці прагнуть відстоювати персональну точку зору.
2. Підприємці досягають успіху завдяки успішній організації виробництва і ефективного використання різноманітних ресурсів.
3. Підприємцям притаманна розвинута інтуїція.
4. Підприємці вірять у свої ідеї. Останні перетворюються на джерело енергії і мотивації і стають основою подальшого розвитку підприємців.
5. Підприємцям притаманні певна жорсткість і навіть агресивність при реалізації бізнес-планів.
6. Підприємці можуть певним чином керувати ризиком, у результаті чого суттєво знижується страх при прийнятті управлінських рішень.
7. Підприємці є прихильниками зниження значущості соціальних аспектів бізнесу, спрощення змісту останніх.
8. Підприємці у своїй більшості бувають нетерплячі і невтомні. Вони погано переносять бюрократичні затримки, пов'язані з втратою часу, наприклад на освіту. Ось чому більшість підприємців не прагнуть отримати вчений ступінь.

9. Підприємці впевнені у власному лідерстві і здібностях, але часто не впевнені у продуктивних здібностях інших людей. У результаті цього підприємці прагнуть всю роботу виконати особисто, і нерідко бувають поганими організаторами.
10. Підприємці прагнуть бути незалежними і зберегти свою індивідуальність. Тому вони часто мають характеристику бунтівника або поганого колективіста.

Вказані характеристики певним чином відображують деякі важливі суперечності, приманні культури підприємницької діяльності, котрі загалом обумовлені егоцентричною етичною орієнтацією продуктивної діяльності підприємця-власника.

На наш погляд, в сучасній моделі корпоративного управління суттєво змінюється сама соціокультурна основа підприємницької діяльності, оскільки корпоративне управління є безпосередньо націленим: на поєднання інтересів власників (акціонерів) і суспільства, а також на захист інтересів акціонерів і забезпечення максимально можливого прибутку від усіх видів діяльності акціонерних товариств згідно з чинним законодавством. Саме тому є всі підстави вважати культуру корпоративного управління як найбільш розвинуту та найбільш досконалу форму підприємницької діяльності, яка загалом базується на технологічних засадах принципу соціального партнерства [3,с.264-265.]. Тому розвиток сучасної культури підприємництва можна вважати одним із провідних напрямків розробки сучасної теорії корпоративного управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Воротіна Л.І.* Становлення к корпоративного управління в підприємницьких структурах України // Наукові праці МАУП.- Вип.2.- К.,2001.-С.13-15.
2. *Пилипенко В.Є., Титарчук М.О.* Суспільство, ринок, підприємництво: проблеми взаємодії //Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. - 2000.-№1.- С.13-20.
3. *Патрушев В.И.* Основы общей теории социальных технологий. – М.: Изд-во ИКАР, 2008. - 320с.

Відомості про автора

Судаков Володимир Івнович – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри теорії та історії соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

E-mail: vl_sudakov@univ.kiev.ua

Тел(сл) (044) 23934 68

Тел моб.: 8 067 502 86 48

Прошу надати мені можливість виступу на секції “Корпоративна етика”.