

## ЦЕННОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

*В данной работе рассмотрена методика различий национальных культур: различие в силе или дистанция власти, индивидуализм и коллективизм, мужественность и женственность, неопределенность и избегание.*

*In the given work the technique of distinctions of national cultures is considered: distinction in force or a power distance, individualism and a collectivism, courage and femininity, uncertainty and avoidance.*

*Ключевые слова: общество, отношения, поведение, организационная культура, ценности.*

Термин «корпоративная (организационная) культура» встречается в научной литературе с различными толкованиями. К наиболее полному определению можно отнести следующее: корпоративная (организационная) культура – это совокупность межличностных ценностей, норм и стилей поведения, общения и реализации трудовых обязанностей, культурных и экономических приоритетов развития коллектива предприятия, неформальная социально-групповая структура коллектива и прочие социально-психологические характеристики персонала предприятия в их органической взаимосвязи [3].

Ученые включают в организационную культуру неформальный образ реально существующего предприятия, который исторически сформировался в недрах предприятия и присущий этому предприятию набор ценностей, верований, символов, обычаев, традиций, заповедей, героев, следование которым позволяет коллективу достигать успехов и процветания предприятия [3]. Следовательно, можно утверждать, что больше всего на культуру организации оказывает влияние такой фактор, как ценности, принятые в организации.

На протяжении всей истории существования человечество выработало огромное количество норм поведения и общения. Основание этих норм устанавливалось и категории ценностей, которые образуются в человеческом сознании путем сравнения разных явлений. Роль ценностей в организации чрезвычайно велика, т.к. в соответствии с ценностями происходит отбор информации в процессе общения, устанавливаются социальные отношения и навыки взаимодействия. В сознании человека существует одновременно множество ценностей, поэтому они упорядочены определенным образом по отношению друг к другу. Исследования показали, что есть возрастные границы усвоения человеком ценностей, по достижении которых изменить представления о ценностях довольно сложно. Чтобы исключить ситуации непонимания и добиться положительных итогов в межкультурных контактах, необходимо стремиться к познанию особенностей ценностных ориентаций партнера. На сегодняшний день это стало возможно благодаря проведению тренингов внутри организации, заставляющих людей взглянуть со стороны на себя и своего начальника или подчиненного, а также дает возможность совместно проанализировать поступки.

Привести какой-либо обобщенный перечень корпоративных ценностей не представляется возможным, поскольку организационная культура почти всегда является оригинальной смесью ценностей, отношений, норм, привычек, традиций, ритуалов, присущих только данной организации.

С точки зрения науки о ценностях (аксиологии), ценности представляют собой свойства общественного предмета удовлетворять определенным потребностям отдельного человека или группы. Ценностные отношения не возникают до тех пор, пока субъект не обнаружил для себя проблематичность удовлетворения актуальной потребности [1]. Применительно к организационной культуре ценности можно определить как желательное событие, поскольку личность всегда занимает позицию оценки по отношению ко всем элементам окружающей ее внешней среды. Ценности в данном случае могут служить стимулом, необходимым условием для любого рода взаимодействия, если при этом учитывать различия в ценностях. Наиболее известной является методика измерения объемов национальных культур, разработанная Г. Хофшted, который предложил использовать четыре критерия для измерения различий:

1) Различие в силе (РС) или дистанция власти – показывает, какое значение в разных культурах придается властным отношениям между людьми, и как варьируются культуры относительно данного признака. Некоторые культуры имеют иерархическую или вертикальную структуру, в то время как в других культурах иерархия слабо выражена и преобладает горизонтальная структура построения властных отношений. В обществах с иерархической структурой, а значит большой дистанцией власти, всем начальникам выказывается уважение и демонстрируется послушание. Выражать противоречия или оказывать сопротивление здесь не принято и недопустимо. В подобных культурах существует сильная зависимость между начальником и подчиненными.

В культурах обладающих малой дистанцией власти наибольшее значение придается равенству в отношениях. Хофштеде объясняет дистанцию власти через основные ценности членов общества, наделенных властью.

2) Индивидуализм и коллективизм (ИК) – люди, которые обязаны следить за состоянием дел в

семье и за состоянием своих собственных дел. Разделение культур на индивидуалистические и коллективистские помогает объяснить различия в поведении представителей разных культур. Общества, где интересы групп важнее интересов индивида, называются коллективистскими. Первой группой, в которую попадает человек еще при рождении, является его семья, которая состоит из большого числа людей. Личное мнение здесь чаще всего определяется мнением группы. К странам с таким типом культуры относят Панаму, Пакистан, Колумбию, Корею и Россию.

Лишь небольшая часть людей на планете живет в обществах, где индивид важнее группы и такие сообщества называются индивидуалистическими. К странам с индивидуалистским типом культуры относят США, Канаду, Нидерланды.

3) Мужественность и женственность (МЖ) (или маскулинность – феминность) – преобладающие ценности в обществе. Мужественность характеризуется стремлением к достижению цели и успехом в преобладающих ценностях в обществе. Женственность характеризуется заботой о других, о качестве уровня жизни. Каждое общество делится на мужчин и женщин. Типы поведения, которые считаются характерными для одного пола, могут изменяться в зависимости от типа культуры. Чаще всего мужчинам предписано обладать такими качествами, как твердость характера, мужественность, соперничество. От женщин обычно ожидают проявления таких качеств как мягкость, впечатлительность, эмоциональность. Если следовать этому определению, то в культурах обладающих мужественностью центральное место занимает работа, материальное благополучие, соперничество и конкуренция. В культурах феминных на первом плане выступают эмоциональные связи между людьми, забота о членах общества. К культурам женского типа Хофштеде относит Швецию, Норвегию, Нидерланды, Данию, Финляндию. К культурам с преобладанием мужественности Хофштеде причислил Японию, Австрию, Италию, Германию, Англию.

4) Неопределенность и избегание (НИ) – степень, при которой люди чувствуют грозу от сомнительных ситуаций и создают веру и учреждения, стараясь избежать опасных ситуаций. Состояние и чувство неопределенности является частью существования человека. Это связано с тем, что мы не можем предсказывать события с абсолютной точностью. В культурах с высоким уровнем неопределенности человек испытывает стресс и страх, вследствие чего повышается агрессивность общества. Для преодоления этого состояния агрессии создаются правила, максимально предопределяющие действия индивида. Культуры с низким уровнем избегания неопределенности характеризуются низким уровнем стрессов и соответственно меньшим количеством регулирующих предписаний и правил. К странам с высоким уровнем избегания неопределенности относят Грецию, Японию, Францию. К странам с низким уровнем избегания неопределенности причисляют Данию, Швецию, Ирландию, Великобританию, США [2].

Из приведенных выше критериев можно составить 4 типа ценностей, взяв за основу разделение целого на две части низших и высших ценностей (табл. 1).

Таблица 1

**Типы ценностей**

Ценности	Характеристика
Маленькое расстояние в силе и малое избегание неопределенности	У организаций типа деревенского рынка, в которой нет иерархии или же правила являются самым важным аспектом, но толкование ситуации и образа поведения доминируют. Такой тип обычен для США, Англии, Скандинавских и Балтийских государств, Нидерландов.
Маленькое расстояние в силе и сильное избегание неопределенности	Организация имеет характер машины, тип организации, в которой правила и установки доминируют. Такой тип организации обычен для Германии, Израиля, Швейцарии.
Большое расстояние в силе и сильное избегание неопределенности	Организация имеет характер человеческой пирамиды, формальная структура и влияние иерархии на другие предписания являются доминирующим фактором. Такой тип организации обычен для Франции, Испании, России, Японии.
Большое расстояние в силе и слабое избегание неопределенности	У организации характер расширенной семьи. Иерархическая структура и влияние ситуативной иерархии доминируют. Этот тип организации обычен для Гонконга, Индии, Арабских стран.

Основанные на теории Хофштеда исследования, были проведены экспертами TACIS. Данные, полученные в результате сравнения различий между странами представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Сравнение различий между странами на основе теории Хофштеда**

СТРАНА	РС	ИК	МЖ	НИ
Бельгия	65	75	54	94
Китай	80	20	50	60

СТРАНА	РС	ИК	МЖ	НИ
Дания	88	74	16	23
Финляндия	33	63	26	59
Франция	68	71	43	86
Германия	35	67	66	65
Япония	54	46	95	92
Страны Балтии	40	60	30	50
Нидерланды	38	80	14	53
Россия	95	50	40	90
Саудовская Аравия	95	25	60	80
Швеция	31	71	5	29
США	40	91	62	46

РС – чем меньше цифра, поставленная в таблице, тем меньше расстояние в силе.

ИК – маленькая цифра означает слабый индивидуализм.

МЖ – маленькое значение показателя означает слабую мужественность.

НИ – маленькое значение означает слабое избегание неопределенности.

Особое внимание следует уделять двум показателям национальной культуры: расстояние в силе и избегание неопределенности связаны с образом организации в культуре.

Стремление к общим ценностям способно объединять людей в группы, создавая мощную силу в достижении поставленных целей. Данный аспект можно использовать весьма эффективно, с целью направления активности людей на достижение поставленных целей.

### Литература

1. Занковский А. Н. Организационная психология : [учебное пособие] / Занковский А. Н. – М. : ФОРУМ, 2009 (2000, 2002). – 648 с.
2. Иванова Т. Ю. Теория организации : [учебник] / Иванова Т. Ю. – Иркутск : КноРус, 2010. – 432 с.
3. Масютин С. А. Механизмы корпоративного управления : [научная монография] / Масютин С. А. – М. : ЗАО «Финстатинформ», 2002. – 240 с.

Надійшла 05.04.2011

УДК 658.147:658.148

Ю. А. ЧЕРНЕЦЬКА

Одеський державний економічний університет

## ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Стаття присвячена дослідженню проблеми оптимізації структури капіталу. Досліджуються методи та критерії оптимізації структури капіталу. Автором пропонується своє бачення проблеми оптимізації співвідношення власного і позикового капіталу.*

*The article is devoted to the research of problem of optimization of capital structure. Methods and criteria of optimization of capital structure are examined. An author offers the vision of problem of optimization of correlation of owner's equity and loan capital.*

*Ключові слова: оптимізація структури, власний капітал, позиковий капітал.*

Результат і ефективність діяльності підприємства залежать від того, наскільки раціонально використовується капітал. Дотримуючи певні пропорції власного і позикового капіталу, можна забезпечити необхідний рівень фінансової незалежності, рентабельності, а також максимізувати ринкову вартість підприємства. В ринкових умовах виникає необхідність обґрунтування оптимальної структури капіталу.

Аналіз літературних джерел свідчить про високу зацікавленість вчених та практиків у питаннях оптимізації. Однак, незважаючи на досить велику кількість праць, присвячених цій проблемі, окремі її аспекти недостатньо розроблені та висвітлені в економічній літературі.

Метою даної статті є узагальнення теоретичних підходів та методів формування раціональної структури капіталу підприємства.

Для українських промислових підприємств при виборі структури капіталу характерними є наступні особливості: у багатьох з них фінансовий стан незадовільний, при прогнозуванні результатів діяльності українських компаній застосовуються моделі, що не дозволяють правильно прогнозувати динаміку їх фінансового важеля, основні засоби сильно зношені і вимагають великих інвестицій для заміни, існуючі