

They include a set of legal, infrastructural, financial and credit, marketing, organizational, personnel, information tools and mechanisms.

Key words: *small business, tourism and hospitality, business environment.*

Надійшла до редакції 19.03.2019

DOI : 10.33274/2079-4819-2019-70-1-68-75

УДК 005.95/.96: [658.511:33.04.2] (045)

Роженко О. В., Донецький національний університет економіки і торгівлі
канд. екон. наук, імені Михайла Туган-Барановського,
доцент м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: rozenko@donnuet.edu.ua

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР ЯК ЗАСОБУ УЗГОДЖЕНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

UDC 005.95/.96:[658.511:33.04.2] (045)

Rozhenko O. V., Donetsk National University of Economics and Trade
PhD in Economic sciences, named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Associate Professor Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: rozenko@donnuet.edu.ua

FORMATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF ENTERPRISE STRUCTURES AS MEASURES OF ECONOMIC INTERESTS OF SUBJECTS OF ECONOMIC ACTIVITY

Мета — удосконалити інструментарій узгодженості економічних інтересів суб'єктів господарювання шляхом побудови бізнес-моделі формування організаційної культури підприємницьких структур.

Методи. Для досягнення поставленої мети дослідження як теоретичну та методичну бази використано систему загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: діалектичний метод наукового пізнання — для уточнення сутності категорії «економічні інтереси», методи причинно-наслідкового аналізу — для визначення ролі та місця узгодженості економічних інтересів у процесі господарювання; структурно-логічні методи — для позиціювання економічних інтересів під час здійснення підприємницької діяльності; математичні та статистичні методи — для побудови бізнес-моделі формування організаційної культури як інструменту узгодженості економічних інтересів; аксіоматичний метод — для побудови ієрархії типів організаційних культур підприємницької структури щодо узгодженості економічних інтересів суб'єктів її середовища господарювання.

Результати. Уточнено сутність категорії «економічні інтереси» шляхом проведення їх класифікації та виділення нових класифікаційних ознак, визначено роль і місце узгодженості економічних інтересів у процесі господарювання. Виконано позиціювання економічних інтересів під час здійснення підприємницької діяльності через генезис економічних інтересів на всіх рівнях суб'єктів. Побудовано бізнес-модель формування організаційної культури як інструменту узгодженості економічних ін-

© О. В. Роженко, 2019

тересів, шляхом використання таких детермінант: об'єкти економічних інтересів, суб'єкти підприємництва, критерії активності, типи організаційної культури. Побудовано ієрархію типів організаційних культур підприємницької структури щодо узгодженості економічних інтересів суб'єктів її середовища господарювання.

Ключові слова: *бізнес-модель, економічні інтереси, узгодженість, організаційна культура, ієрархія.*

Постановка проблеми. У сучасний період основними характеристиками середовища господарювання виступають наддинамізм, трансформація та глобалізація. Ураховуючи це та закон суспільного розвитку, суспільні потреби та потреби суб'єктів підприємництва, зокрема, постійно змінюються кількісно та якісно, що призводить до відповідних перетворень, численних видозмін економічних інтересів та їх розгалуженості. У таких складних та кризових умовах для підтримки й підвищення конкурентоспроможності національної економіки вітчизняні підприємницькі структури як носії унікальних комплексів знань й власники унікальних наборів економічних ресурсів безперервно повинні вдосконалювати свої внутрішні бізнес-процеси.

У науці і практиці існують три групи методів управління підприємством, а саме: адміністративні, економічні та соціально-психологічні. Однак саме формування відповідної комплементарної організаційної культури, як елемента соціально-психологічного методу, підприємницької структури дозволить максимально узгодити економічні інтереси на всіх рівнях управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У світовому науковому надбанні категорія «інтерес» здебільшого використовується в таких напрямках, як соціологія, психологія, право, державне управління. Позиціонування інтересів у підприємницькому середовищі досліджується відносно нещодавно.

Так, аналіз літературних джерел [2; 3; 6; 7; 10] дозволяє визначити такі його змістовні характеристики: реальний, зумовлений відносинами власності та принципом економічної вигоди мотив і стимул соціальних дій щодо задоволення динамічних систем індивідуальних потреб суб'єктів господарської діяльності; мотив економічної діяльності людей, колективів, соціальних верств і кластерів, зумовлений розвитком їхніх потреб; система економічних потреб усіх суб'єктів господарської діяльності (держави, працівника, корпорації, кооперації, споживача); єдність усіх економічних потреб, інтерес, на відміну від потреб, орієнтованих на предметні цілі (потреба в хлібі, взутті, машині тощо); спрямований на економічні відносини, на життєві умови загалом, визначаючи господарську поведінку і вчинки суб'єкта; виступає об'єктивними умовами виробництва, мірою усвідомлення інтересу суб'єктом економіки, діалектична взаємодія об'єктивної і суб'єктивної сторін економічного інтересу — призводить до того, що економічний інтерес виступає двигуном господарського життя.

Існуючі наукові праці не повною мірою розкривають сутність, місце, роль інтересів у підприємстві та методичний інструментарій щодо їх узгодженості розроблено фрагментарно. Не зменшуючи значущості наявних результатів наукових досліджень, є необхідність у поглибленні наукового пошуку щодо сутності поняття «економічні інтереси» та методичного інструментарію досягнення їх узгодженості.

Мета статті — удосконалити інструментарій узгодженості економічних інтересів суб'єктів господарювання шляхом побудови бізнес-моделі формування організаційної культури підприємницьких структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічні інтереси, згідно [9], є орієнтиром функціонування всієї економічної системи на всіх рівнях управління. Узгодження економічних інтересів, а саме суб'єктів господарювання, є обов'язковою

умовою отримання успіху підприємницької діяльності. Управлінське рішення розглядається через: перше — досягнення поставлених цілей, друге — задоволення потреб та третє — відповідність економічним інтересам. Отже, можливості та перспективи діяльності підприємницьких структур прямо пропорційно залежать від стану відповідності їх внутрішніх бізнес-процесів певній кон'юнктурі ринку.

Найбільше коло сутнісних та змістовних характеристик категорії «економічні інтереси» розкривається через їх класифікацію за різними ознаками (рис. 1). Загальноприйнята класифікація видів економічних інтересів, яка досліджена, є теоретичним підґрунтям для ідентифікації економічних інтересів сучасних підприємницьких структур. Але автором виділено класифікаційні ознаки, такі як: економічні інтереси залежно від організаційної структури, що враховують усю різноманітність характеристик підприємницьких структур та за взаємодією із зовнішнім середовищем, з урахуванням неможливості виключення інтеграційних та глобалізаційних процесів у суспільстві в цілому та у сфері господарювання та підприємництва зокрема.

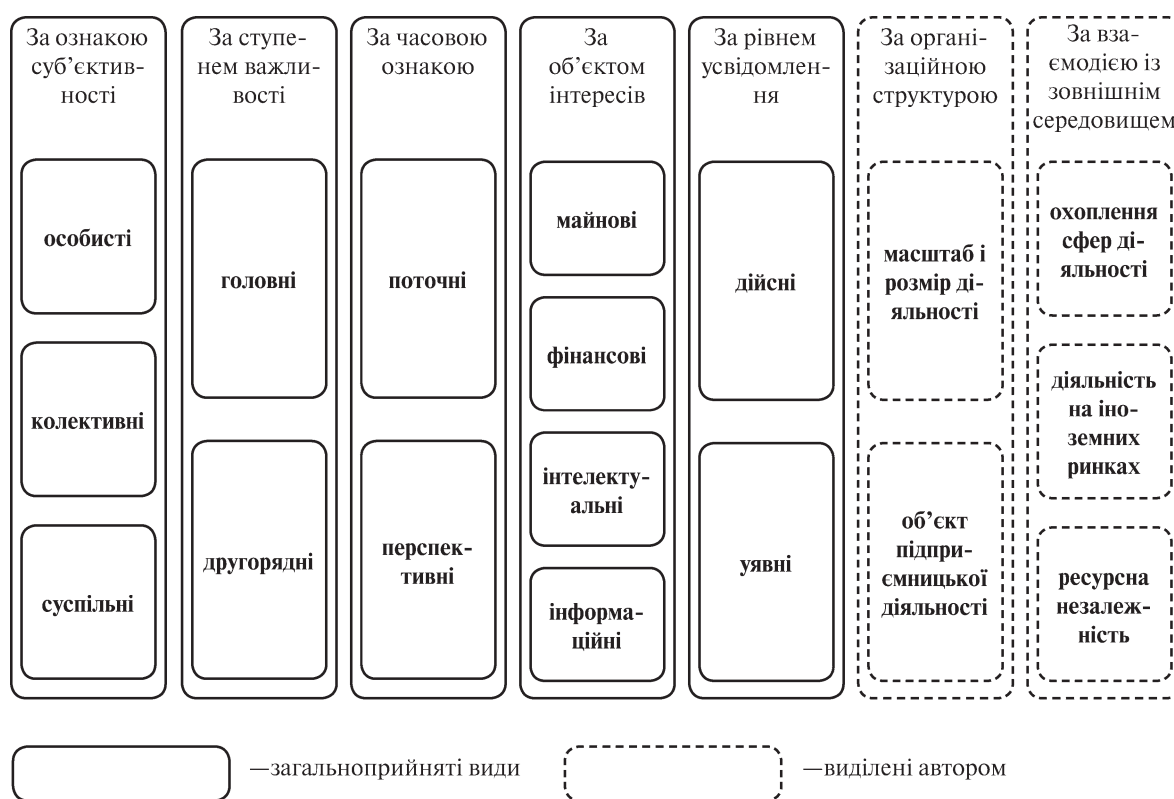


Рисунок 1 — Класифікація економічних інтересів
(складено автором згідно [4, с. 177])

Позиціонування економічних інтересів як міждисциплінарної, багатоаспектної та багаторівневої категорії необхідно розглядати з погляду класичних підходів до управління: системного, ситуаційного та процесного в комплексі.

За системним підходом економічні інтереси розглядаються як сукупність взаємозалежних та взаємообумовлених елементів, кожен з яких відіграє свою виключну роль. У даному випадку економічні інтереси наділені загальними властивостями системи: цілісність, ієрархічність та синергічність. Також їм притаманні такі категоріальні характеристики: полікомпонентність, відкритість та складність.

Продовженням системного підходу по хронології та за змістом є ситуаційний підхід. При цьому підході, на відміну від попереднього, коли застосовувалися із загальноприйнятих інструментів управління ієрархія та ринок, доповнює інструмента-

рій управління культура. Тобто за ситуативним підходом управління економічними інтересами також набуває ознак інерційності, доповнюючи адміністративні та економічні методи управління соціально-психологічними з відповідним ідеологічним забарвленням.

Процесним підходом передбачено використання вищевказаних ознак, характеристик, інструментів і методів управління у взаємозв'язку, при формуванні ланцюга управлінських функцій, де кожна представляє окремий процес. За процесним підходом формується система бізнес-процесів, що виконуються організацією, і в подальшому робота з нею.

Виходячи з дослідження сутності категорії «економічні інтереси» і підходів до управління ними визначено їх місце і роль у підприємстві (рис. 2).

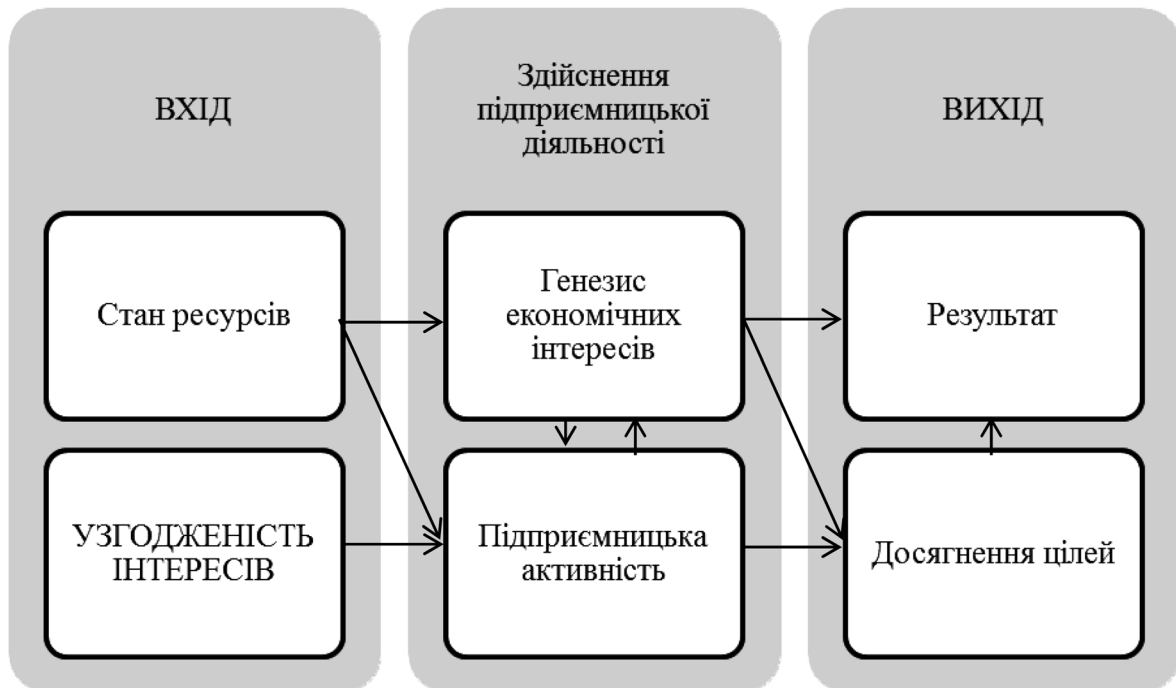


Рисунок 2 — Позиціювання економічних інтересів у підприємстві (складено автором)

Узгодженість економічних інтересів є підґрунтям і передумовою успішної господарської діяльності. Через узгодженість економічних інтересів повною мірою розкриваються змістовні характеристики підприємства: через максимізацію прибутку підприємець максимально задовольняє потреби суспільства, особистості зокрема, та, навпаки, тим самим, досягає економічного та соціального ефекту.

Відповідність вказаним критеріям через ефективний розподіл та використання обмежених економічних ресурсів досягається завдяки використанню відповідного стилю, способу, техніки спілкування, відносин і взаємодії суб'єктів господарювання, отже, формуванню організаційної культури. Узгодження економічних інтересів суб'єктів господарювання залежить від елементів та чинників організаційної культури, яка є внутрішньою сутністю бізнесу та його несучою конструкцією, згідно [1, с. 46].

Найпоширенішою класифікацією видів організаційних структур є типологія за К. Камероном і Р. Куїном [5, с. 68], що пропонують клановий, адхократичний, ієрархічний і ринковий типи організаційних культур. Наведена класифікація є доволі глибокою за змістом, тому обрана для побудови їх ієрархії, для формування головної організаційної культури та субкультур.

Підґрунтям розроблення ієрархії організаційних культур виступає 3-D бізнес-модель [8, с. 302], параметрами якої є об'єкти економічних інтересів, суб'єкти підприємництва й критерії їх активності. За використанням експертних методів оцінювання вказані параметри ранжуються, у результаті чого формуються матриці XY, YZ, ZM.

Через застосування матричних методів згортки показників та засобів MS Excel побудовано 3-D бізнес-модель, а саме розраховано матрицю XZ та підсумкову матрицю XM (рис. 3).

		Критерії активності				Суб'єкти підприємництва				Об'єкти економічних інтересів			
		Z ₄	Z ₃	Z ₂	Z ₁	y ₅	державна	y ₅	X ₁				
Критерії активності	організаційні	5	2	2	3	y ₅	державна	y ₅	2	4	3	5	
	функціональні	5	1	1	2	y ₄	споживач	y ₄	2	3	1	1	
	ендогенні	1	2	3	2	y ₃	партнер	y ₃	1	5	2	3	
	екзогенні	2	3	3	2	y ₂	власник	y ₂	2	4	1	4	
		1	5	3	1	y ₁	працівник	y ₁	5	1	3	2	
		Z ₄	Z ₃	Z ₂	Z ₁				X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	
		організаційні	функціональні	ендогенні	екзогенні				матеріальні	фінансові	інтелектуальні	інформаційні	
		Z ₄	Z ₃	Z ₂	Z ₁				X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	
		3	1	3	1	m ₁	кланова	m ₁	2	3	2	2	9
		4	3	4	3	m ₂	адхократична	m ₂	3	3	3	2	11
		2	4	2	1	m ₃	ієрархічна	m ₃	2	3	1	2	8
		1	3	1	4	m ₄	ринкова	m ₄	2	3	2	2	10
						Тип організаційної культури							

Рисунок 3 — 3-D бізнес-модель формування організаційної культури (побудовано автором)

Дана бізнес-модель дозволяє побудувати ієрархію типів організаційних культур підприємницької структури щодо узгодженості економічних інтересів суб'єктів її середовища господарювання й визначити основну та субкультури: 1 — адхократична, 2 — ринкова, 3 — кланова, 4 — ієрархічна.

Висновки. Одержані наукові результати дослідження: дістали подальшого розвитку теоретичне визначення сутності економічних інтересів суб'єктів підприємництва в процесі виділення таких класифікаційних ознак, як залежно від організаційної структури, з урахуванням різноманітності характеристик підприємницьких структур та за взаємодією із зовнішнім середовищем, з погляду на неможливість виключення інтеграційних та глобалізаційних процесів у суспільстві в цілому та у сфері господарювання та підприємництва зокрема; проведено дослідження дає змогу зробити висновок про те, що узгодження економічних інтересів у досягненні успіху підприємницькими структурами відіграє головну роль. Узгодження економічних інтересів суб'єктів господарювання виступає прерогативою їх розвитку на всіх рівнях управління; ідентифікація економічних інтересів та формування адекватної організаційної культури підприємства є засобом їх узгодженості та засобом зв'язку внутрішнього середовища та ефективної співпраці з елементами зовнішнього середовища.

Методичним інструментарієм вибору типу організаційної культури підприємницької структури запропоновано 3-D бізнес-модель. У результаті побудови 3-D бізнес-моделі за вказаними змінними сформовано організаційну культуру підприємства з

виділенням її основного типу та субкультур, що забезпечує узгодженість економічних інтересів суб'єктів господарювання на всіх рівнях.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вирішенні проблеми формування адекватної організаційної культури, через формування ієрархії її типів, що дозволяє виділити головний тип організаційної культури та субкультури.

Практична значущість дослідження полягає в можливості застосування результатів під час розроблення методичних засад узгодженості економічних інтересів та розробки відповідних управлінських впливів на розвиток суб'єктів господарювання.

Перспективи подальшого дослідження: формування збалансованої системи показників щодо формалізації розрахунків оцінки ефективності застосування сформованої організаційної культури на прикладі малих торговельних підприємств.

Список літератури / References

1. Лайкер Джеффри, Хосеус Майкл. Корпоративная культура Toyota. М. : Альпина Паблишер, 2011. — 354 с.

Laiker, D., Khoseus, M. (2011). *Korporativnaya kul'tura Toyota* [Toyota's corporate culture]. Moscow, Alpina Publ., 354 p.

2. Везомська І. Г. Діагностика організаційної культури підприємства готельно-ресторанного бізнесу за методом Даніеля Денісона. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 5 (61), С. 71–77.

Verezomska, I. H. (2013). *Diahnostyka orhanizatsiinoi kultury pidpriemstva hotelno-restorannoho biznesu za metodom Daniela Denisona* [Diagnostics of organizational culture of hotel and restaurant business by Daniel Denison method]. *Naukovyi Visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli* [Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade], no. 5 (61), pp. 71–77.

3. Друкер П. Ф. Практика менеджмента: пер с англ. М. ; СПб. ; К.: Издательский дом «Вильямс». 2002. 397 с.

Druker, P. F. (2002). *Praktika menedzhmenta* [Practice of management]. Moscow, St. Petersburg, Kyiv, Vilyams Publ., 397 p.

4. Вишневська О. М., Куліш Г. С. Етика ведення бізнесу в умовах міжнародного співробітництва. *Економічний простір*. 2010. № 36. С. 175–182.

Vyshnevskaya, O. M., Kulish H. S. (2010). *Etyka vedennia biznesu v umovakh mizhnarodnoho spivrobitnytstva* [Ethics of doing business in conditions of international cooperation]. *Ekonomichnyi prostir* [Economic space], no. 36, pp. 175–182.

5. Харчишина О. В. Порівняльний аналіз сучасних підходів до типології організаційних культур. *Економіка. Управління. Інновації*. 2009. № 2 (2). С. 67–72.

Kharchyshyna, O. V. (2009). *Porivnialnyi analiz suchasnykh pidkhodiv do typolohii orhanizatsiinykh kultur* [Comparative analysis of modern approaches to the typology of organizational cultures]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii* [Economy. Management. Innovations], no. 2 (2), pp. 67–72.

6. Стец І. І. Сучасні особливості формування ефективної організаційної культури промислового підприємства. *Інноваційна економіка*. 2011. № 5 (24). С. 60–63.

Stets, I. I. (2011). *Suchasni osoblyvosti formuvannia efektyvnoi orhanizatsiinoi kultury promyslovoho pidpriemstva* [Modern features of the formation of an effective organizational culture of an industrial enterprise]. *Innovatsiina ekonomika* [Innovative economy], no. 5 (24), pp. 60–63.

7. Собко О. М. Організаційна культура як чинник формування синергічних ефектів у креації вартості підприємства. *Сталий розвиток*. 2015. № 4. С. 54–63. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_4_9.

Sobko, O. M. (2015). *Orhanizatsiina kultura yak chynnyk formuvannia synerhichnykh efektiv u kreatsii vartosti pidpriemstva* [Organizational culture as a factor in the formation of synergistic effects in the creation of the value of the enterprise]. *Stalyi rozvytok* [Sustainable development], no. 4, pp. 54–63. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_4_9.

8. Фролова Л. В., Кравченко Е. С. *Формирование бизнес-модели предприятия* : учебник. К. : Центр учебной литературы, 2012. 384 с.

Frolova, L. V., Kravchenko, E. S. (2012). *Formirovanie biznes-modeli predpriyatiya. Uchebnik* [Formation of business model of enterprise]. Kyiv, Tsentr uchebnoy literatury Publ., 384 p.

9. Экономический словарь. URL : <http://abc.informbureau.com/P>.

Yekonomicheskyy slovar ' [Economic Dictionary]. Available at : <http://abc.informbureau.com/R> (accessed 2 March 2018).

10. Смолінська Н. В. *Формування та зміна організаційної культури підприємства*. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2011. № 698. — С. 290–294.

Smolinska, N. V. (2011). *Formuvannia ta zmina orhanizatsiinoi kultury pidpriemstva* [Formation and change of organizational culture of the enterprise]. *Visnyk NU «Lvivska politekhnika»* [Bulletin of Lviv Politechnic], no. 698, pp. 290–294.

Цель — усовершенствовать инструментарий согласованности экономических интересов субъектов хозяйствования путем построения бизнес-модели формирования организационной культуры предпринимательских структур.

Методы. Для достижения поставленной цели исследования в качестве теоретической и методической базы использована система общенаучных и специальных методов, а именно: диалектический метод научного познания — для уточнения сущности категории «экономические интересы», методы причинно-следственного анализа — для определения роли и места согласованности экономических интересов в процессе хозяйствования; структурно-логические методы — для позиционирования экономических интересов в процессе осуществления предпринимательской деятельности; математические и статистические методы — для построения бизнес-модели формирования организационной культуры как инструмента согласованности экономических интересов; аксиоматический метод — для построения иерархии типов организационных культур предпринимательской структуры по согласованности экономических интересов субъектов ее среды хозяйствования.

Результаты. Уточнена сущность категории «экономические интересы» путем проведения их классификации и выделения новых классификационных признаков, определены роль и место согласованности экономических интересов в процессе хозяйствования. Осуществлено позиционирование экономических интересов в процессе предпринимательской деятельности через генезис экономических интересов на всех уровнях субъектов. Построено бизнес-модель формирования организационной культуры как инструмента согласованности экономических интересов, путем использования таких детерминант: объекты экономических интересов, субъекты предпринимательства, критерии активности, типы организационной культуры. Построено иерархию типов организационных культур предпринимательской структуры по согласованности экономических интересов субъектов ее среды хозяйствования.

Ключевые слова: бизнес-модель, экономические интересы, согласованность, организационная культура, иерархия.

Objective. *The objective of the article is the improvement of tools for coordinating the economic interests of business entities by constructing a business model for forming the organizational culture of entrepreneurial structures.*

Method. *To achieve the goal of the study as a theoretical and methodological basis, the system of general scientific and special methods is used, namely: the dialectical method of scientific knowledge — to clarify the essence of the category «economic interests», methods of causal analysis — to determine the role and place of the coordination of economic interests in the process of management; structural-logical methods — for the positioning of economic interests in the process of entrepreneurial activity; mathematical and statistical methods — for constructing a business model for the formation of organizational culture as an instrument of coordination of economic interests; the axiomatic method is to construct a hierarchy of types of organizational cultures of an entrepreneurial structure regarding the coherence of economic interests of the subjects of its environment of management.*

Results. *The essence of the category «economic interests» is specified by means of their classification and allocation of new classification features, the role and place of coordination of economic interests in the process of management are determined. Positioning of economic interests in the process of entrepreneurial activity through the genesis of economic interests at all levels of subjects is carried out. The business model of the formation of organizational culture as an instrument of coordination of economic interests was constructed, using such determinants: objects of economic interests, subjects of entrepreneurship, criteria of activity, types of organizational culture. A hierarchy of types of organizational cultures of an entrepreneurial structure has been constructed regarding the coherence of economic interests of its economic environment subjects.*

Key words: *business model, economic interests, consistency, organizational culture, hierarchy.*

Надійшла до редакції 18.03.2019