

УДК 339.137.2:334.716

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.20>**Янісева Д.Д.**

аспірантка кафедри менеджменту та бізнесу,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ODCID: <https://orcid.org/0000-0002-1502-1854>

Немашкало К.Р.

кандидат економічних наук, доцент,
проректор з навчально-методичної роботи,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ODCID: <https://orcid.org/0000-0002-8614-750X>

Yaniieva Daria, Nemashkalo Karina

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

STUDY OF INFLUENCING FACTORS ON THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF BUSINESS IN UKRAINE

В сучасних умовах організаційна культура підприємства набуває еволюції природними шляхом. Всі процеси в сфері діяльності підприємств взаємозв'язані і взаємообумовлені як внутрішнім, так і зовнішнім середовищем. Підприємство створює і коригує свою організаційну культуру, виходячи зокрема з рівня культури ведення бізнесу та менталітету, які склалися у бізнес-середовищі певної країни. Метою дослідження є визначення та аналіз факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу в Україні в сучасних умовах. За результатами факторного аналізу доведено, що умови формування і рівень розвитку організаційної культури бізнесу в Україні визначається такими складовими: потенціал економічного і цифрового розвитку бізнесу та доступність кадрів; доходи від праці та очікувану тривалість життя населення; інтенсивність інвестиційних процесів та зайнятість молоді. При побудові механізмів мотиваційного впливу в системі організаційної культури на прикладі конкретних підприємств обґрунтована доцільність врахування наявного типу організаційної культури та оцінки впливу трудового внеску персоналу в досягнення цілей на ряду з зовнішнім середовищем.

Ключові слова: організаційна культура підприємства, бізнес, мотивація, навички, розвиток, фактори впливу.

In modern conditions, the organizational culture of an enterprise evolves naturally. All processes in the field of enterprise activity are interconnected and mutually conditioned by both the internal and external environment. Suppose the specifics of the formation of organizational culture and the motivational mechanisms built into it are regulated by the company's management. In that case, the conditions in which such changes will occur can be significant in the external environment of enterprises. Measuring and researching factors and their impact on the formation and development of business organizational culture is becoming an urgent methodological issue. The purpose of the study is to identify and analyze factors influencing the formation and development of the organizational culture of business in Ukraine in modern conditions. Based on the conducted research, it was concluded that the system of external factors regarding the current state of socio-economic and organizational aspects of the business environment could comprehensively influence the processes of development of certain types of activities, implementation of management, formation of the organizational culture of business as a whole. According to the results of the factor analysis, it was proved that the conditions of formation and the level of development of the organizational culture of business in Ukraine are determined by the following components: the potential of economic and digital business development and the availability of personnel (F1); income from work and expected life expectancy of the population (F2); intensity of investment processes and youth employment (F3). When building mechanisms of

motivational influence in the organizational culture system, the expediency of taking into account the existing type of organizational culture and assessing the impact of the labor contribution of personnel in achieving goals along with the external environment is substantiated by the example of specific enterprises. Also, the results of the conducted factor analysis can be used to form recommendations for improving motivational mechanisms built into the organizational culture of business in Ukraine. In particular, it concerns the solution of youth employment issues.

Keywords: *organizational culture of the enterprise, business, motivation, skills, development, influencing factors.*

Постановка проблеми. Організаційна культура набуває еволюції природним шляхом під впливом змін, що відбуваються в зовнішньому і внутрішньому середовищі. Також вона може бути свідомо змінена керівництвом або іншою впливовою групою співробітників як реакції на існуючий її загальний рівень. Так підприємства приймають рішення щодо соціальної відповідальності в цілому та фінансової дисципліни і мотиваційних механізмів, зокрема. Процес трансформації організаційної культури пов'язаний з необхідністю встановлення певного типу стосунків між співробітниками одного підприємства, знаходження способів спільної роботи, співіснування, мотиваційного впливу та розвитку. Таким чином питання мотивації в системі організаційної культури підприємства та її зв'язку з ефективністю його діяльності на основі перманентного урахуванням факторів мінливого середовища, звісно, є актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні питання формування системи мотивації та культурних аспектів в бізнесі достатньо широко знайшли своє відображення у дослідженнях багатьох науковців, зокрема, таких, як: М. Гладкий, Т. Гура, В. Ільїн, М. Кононець, В. Кремень, Х. Передало, Д. Погрібна, Н. Савчук, І. Сушик, Ю. Федорова, О. Філатова, Б. Фурманець, О. Шубін та ін. Слід зазначити, що успіх діяльності будь-якого підприємства ґрунтується не тільки на конкурентних перевагах, а й на сприятливих веденню бізнесу взаємовідносинах та комунікації серед персоналу. Розповсюдженою є думка, що подібні дослідження мають зосереджуватися загалом на врахуванні безпосередньо внутрішніх параметрів суб'єкта господарювання, а зовнішнє середовище аналізується в загальному вигляді, як таке, яке впливає на діяльність підприємства. Такий контекст актуалізує якісне оцінювання зовнішніх умов на реалізацію практичних питань організаційної культури підприємства та ефективної матеріальної та нематеріальної мотивації в сучасних умовах.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення та аналіз факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу в Україні в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Організаційна культура є результатом багатократної взаємодії працівників роботодавців, їх індивідуальних цінностей, переконань, шляхів пошуку прийнятних норм поведінки, розподілу ролей, вироблення прийомів і методів взаємодії (ефективній комунікації). З одного боку, організаційна культура є продуктом людських відносин працівників підприємства, пов'язаних спільною місією та цілями, з іншого боку, культура знаходиться над людьми – направляє і коригує поведінку людей відповідно до загальноприйнятих норм і цінностей [1, с. 240]. Слід зазначити, що підприємство створює і коригує свою організаційну культуру, виходячи зокрема з рівня культури ведення бізнесу та менталітету, які склалися у бізнес-середовищі певної країни.

Причина, чому так важливо врахувати саме вплив зовнішнього середовища при аналізі організаційної культури підприємства, закладена в основі її поняття. Так поширеною є думка, що при визначенні поняття «культура» в діловому середовищі слід припускати не тільки можливість створення людиною якогось мінімуму цінностей, але і ступінь освоєння досвіду попередніх поколінь. Саме такий підхід дозволяє розглядати ділову (організаційну) культуру через цінності людини, її відношення до праці взагалі, норми і цінності, етику ділового спілкування, організації діяльності персоналу та загальну культуру [2, с. 160].

Особливістю сучасного соціального життя стає те, що його практики постійно досліджуються та реформуються в контексті технологій, які змінюють ці практики, внаслідок техніко-інформаційних досягнень, які їх постійно живлять [1, с. 12]. За таких умов людина ніби переводиться в іншу, цифрову, площину існування, яка відбивається і на організаційній культурі. Тож суспільство, суб'єкти господарювання і окрема людина постають перед системою викликів, які не так легко подолати.

Таким чином всі процеси в сфері діяльності підприємств взаємозв'язані і взаємообумовлені, причому як внутрішнім, так і зовнішнім середовищем. Якщо особливості формування організаційної культури та вбудованих в ній мотиваційних механізмів регулюються керівництвом підприємства, то умови, в яких відбуватимуться такі зміни, можуть бути суттєвими і у зовнішньому середовищі підприємств. В сучасних умовах актуальним методологічним питанням стає вимірювання та дослідження сукупності факторів та їх впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу.

Оскільки ефективність сформованої організаційної культури бізнесу в країні в цілому є інтегральним виразом дієвості існуючого механізму забезпечення виконання функцій і завдань держави при вирішенні конкретних соціально-економічних питань, то в статті пропонується визначити її специфіку через оцінку факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу з метою виявлення напрямів посилення мотиваційної складової управління персоналом та соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

Сучасна соціально-економічна ситуація та воєнний стан в Україні накладають значний відбиток на організацію діяльності підприємств. І хоча доступною є велика кількість способів як матеріальної (грошової), так і нематеріальної (негрошової) мотивації персоналу, ефективність управління персоналом в підприємницькій структурі багато в чому залежить від правильного сполучення конкретних способів мотивації та складових організаційної культури.

Зважаючи на наведені вище тези, в даній роботі для обґрунтування переліку факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу запропоновано використовувати факторний аналіз. Цей вид аналізу дозволяє вирішити два основні завдання: описати предмет вимірювання компактно і всебічно, тобто мінімальною кількістю агрегованих факторів, які відобразатимуть значний відсоток зміни всієї сукупності. Факторний аналіз дозволяє встановити фактори, що відповідають за лінійні статистичні зв'язки між окремими досліджуваними змінними. При цьому перед факторним аналізом встановлюють наступні цілі: скорочення кількості змінних; визначення структури взаємозв'язків між змінними; непряме оцінювання ознак, які не піддаються безпосередньому вимірюванню. Такий підхід заснований на гіпотезі про складний характер досліджуваного явища. В контексті обраної в роботі мети оцінки, факторний аналіз акцентуватиме увагу на внутрішніх причинах в конкретній країні, що формують специфіку явища (організаційно-культурного розвитку бізнесу), на виявленні узагальнених чинників, які стоять за певними показниками.

Для дослідження структури даних, виражених соціально-економічними показниками розвитку України, у нашому випадку, в межах факторного аналізу застосовувався метод аналізу головних компонентів [5, с. 636–637]. Для оцінки факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу в Україні розроблено систему показників, яка враховує наступні вимоги:

1) Суттєвість показників та їх груп для корпоративного управління. На основі проведеного аналізу сучасного стану соціально-економічних аспектів формування і розвитку організаційної культури бізнесу в Україні встановлено, що на його розвиток впливають як результати діяльності самих підприємств, вікової, гендерної, професійної їх структури, так і умов, які склалися у зовнішньому середовищі та накладають відбиток на організацію взаємовідносин з іншими учасниками (контролюючими орга-

нами, фізичними та юридичними особами, фактичними і потенційними споживачами продукції підприємств).

2) Порівнянність показників, які входять у економіко-математичну модель забезпечена у процедурі самого факторного аналізу, який дозволяє використовувати вихідні дані, вираженні у різних одиницях вимірювання. Внутрішній розрахунковий механізм нівелює таку неспівставність через процедуру їх стандартизації. На виході формується достатня кількість факторів для опису динаміки всього масиву первинної інформації у безвимірних одиницях. Це дозволяє порівнювати їх між собою, будувати динамічні ряди, використовуючи при цьому суттєво менший масив інформації.

3) Можливість регулювання показників та прогнозування рівня змін факторів, які здатні виступати в якості індикаторів розвитку, на основі чого доцільне обґрунтування заходів щодо вдосконалення мотиваційних механізмів, вбудованих в організаційну культуру бізнесу в Україні в цілому і окремих підприємств зокрема.

4) Здатність прогнозування не тільки самі складові, визначені фактори впливу, а й на основі їх сукупності можливий розрахунок інтегрального показника розвитку та його прогнозної моделі.

З метою визначення оптимальної кількості факторів використано такі критерії [6–8]: кумулятивний відсоток (більше 75%); критерій Кайзера (фактори з власним числом понад 1); графік власних значень Кеттелла («кам'янистого осипу», за яким рекомендовано залишити кількість факторів до точки зламу).

З огляду на дотримання критеріїв пояснювання варіації показників та значення навантаження у табл. 1 наведено величини вкладу факторів у загальну мінливість їх сукупності.

Таблиця 1

Вклад факторів до загальної дисперсії

Фактор	Власне число	Загальна дисперсія, %	Кумулятивна дисперсія, %
F1	5,83	38,86	38,86
F2	3,26	21,73	60,59
F3	2,41	16,03	76,62

Джерело: складено автором на основі узагальнення результатів факторного аналізу

Як свідчать дані табл. 1, виділені фактори є значущими: їх власні числа більші за 1. При цьому найбільший вагомий вклад дає перший фактор, пояснюючи 38,86% мінливості, а в сукупності три фактори пояснюють 76,62% загальної дисперсії показників. Це свідчить, що проведений за наведеними даними факторний аналіз дозволив на рівні 76,62% спільності представити первісні змінні, які відображають функціонування бізнесу та розвиток його організаційної культури в країні у 2013–2021 рр., трьома незалежними змінними (рис. 2).

Таким чином наведений склад значущих показників трьох факторів дозволяє зробити наступні узагальнюючі висновки:

умови формування і рівень розвитку організаційної культури бізнесу в Україні за проаналізований період визначається такими складовими: потенціал економічного і цифрового розвитку бізнесу та доступність кадрів (F1), доходи від праці та очікувану тривалість життя населення (F2); інтенсивність інвестиційних процесів та зайнятість молоді (F3);

більшість навантажень факторів на показники мали позитивний знак (П22, П36, П42, П54, П52, П61), що свідчить про наявність високої прямопропорційної спрямованості дії виявлених складових на формування і розвиток організаційної культури бізнесу. Такі показники є стимуляторами щодо організаційної культури бізнесу, оскільки їх зростання буде позитивно впливати на такий результат у підсумку. А отримані показники з від'ємним значенням навантаження (П12, П20, П46 і П60) є дестимуля-

торами щодо такого розвитку, тобто при їх зростанні буде погіршуватись стан досліджуваного явища.

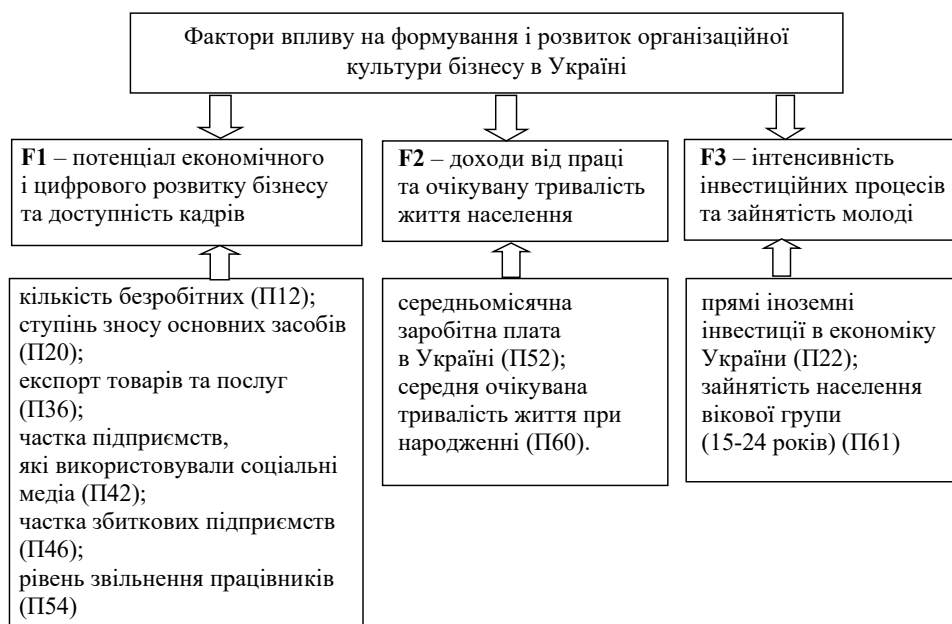


Рис. 1. Перелік та склад факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу в Україні

Джерело: складено автором на основі узагальнення результатів факторного аналізу

Складові (фактори) формування і розвиток організаційної культури бізнесу в Україні за період 2013–2021 рр. мають різну інтенсивність, що відображено значеннями факторів по роках та темпами їх зростання відповідно. Графічно динаміку факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу зображено на рис. 2.

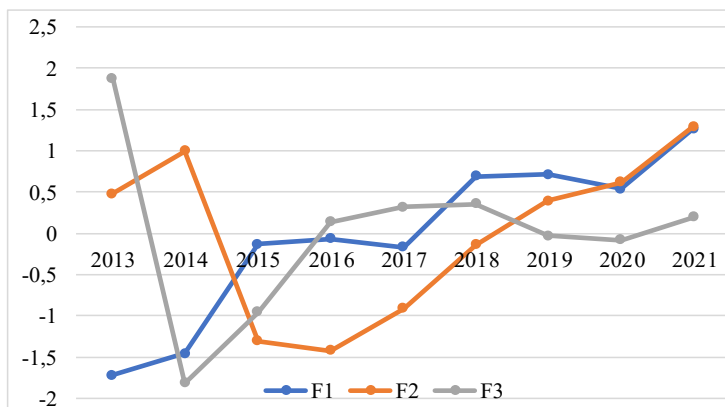


Рис. 2. Динаміка факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу за період 2013–2021 рр.

Джерело: складено автором на основі результатів факторного аналізу

Таким чином наведений аналіз динаміки факторів впливу на формування та розвитку організаційної культури бізнесу в Україні свідчить, що найбільші проблеми присутні у сферах забезпечення ефективного формування та реалізації державної політики щодо забезпечення нормального соціально-економічного становища країни (цей факт підтверджує і динаміка більшої частини показників першого та третього фактору), встановлення взаємовідносин бізнесу і населення на засадах довіри, партнерства та на принципах соціальної відповідальності. Найменш постійною увагою з боку держави характеризуються третій фактор, що дозволяє зробити висновок про відсутність комплексного підходу до стратегії інвестиційного розвитку, яка має ґрунтуватись на мотивації до саморозвитку самих бізнес-структур, маючи за мету поступове посилення їх конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості, зокрема для нерезидентів. Зайнятість молоді також є хаотичною та нестабільною, в цьому плані багато прикладів неформальної зайнятості та міграції молоді під час чи відразу після здобуття освіти в Україні. Але поки що не вирішені проблеми з двома першими факторами, тому це, дійсно, є більш віддаленою перспективою, особливо щодо міграції в сучасних умовах. Тож закладати основу під їх вирішення потрібно вже зараз, як основу відновлення економіки та ринку праці.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що система зовнішніх чинників щодо сучасного стану соціально-економічних та організаційних аспектів бізнес-середовища здатна всебічно впливати на процеси розвитку окремих видів діяльності, здійснення менеджменту, формування організаційної культури бізнесу в цілому. Як виявилось, суттєвою проблемою стає обґрунтування вибору релевантної сукупності таких факторів з великої множини всіх аспектів зовнішнього середовища. В ході дослідження було обґрунтовано перелік факторів впливу на формування і розвиток організаційної культури бізнесу в Україні в сучасних умовах, визначено їх склад та здійснено аналіз їх динаміки і інтенсивності впливу на формування та розвиток організаційної культури бізнесу. На основі отриманих висновків в подальшому передбачено побудову механізмів мотиваційного впливу в системі організаційної культури на прикладі конкретних підприємств, що на ряду з зовнішнім середовищем враховуватиме також наявний тип організаційної культури підприємства та оцінку впливу трудового внеску персоналу в досягнення цілей. Такий підхід вважається доцільним, виходячи з того, що в сучасних умовах мотивація досягнень діє краще ніж догани та штрафи, оскільки надає відчуття свободи, власної цінності, безпеки, належності, самоорганізації тощо. Також результати проведеного факторного аналізу можна використовувати для формування рекомендацій щодо вдосконалення мотиваційних механізмів, вбудованих в організаційну культуру бізнесу в Україні в цілому. Зокрема що стосується вирішення питань зайнятості молоді.

Список використаних джерел:

1. Кремень В.Г., Ільїн В.В., Борінштейн С.Р., Гальченко М.С., Ліпін М.В., Погрібна Д.В., Савчук Н.В., Федорчук О.А. Стратегії формування творчої особистості: методи, прийоми, форми: колективна монографія. Київ : Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2020. 320 с.
2. Михайличенко В., Довгальова О. Управління формуванням організаційної культури підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2021. № 3(70). С. 158–164. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35828/2/GEV_2021v70n3_Мухhailychenko_V-Management_of_formation_158-164.pdf (дата звернення: 10.08.2023).
3. Сушик І.В., Сушик О.Г. Морально-психологічний та психоемоційний стан організації як показник якості менеджменту. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 2 (6). С. 106–120. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.02.106> (дата звернення: 10.08.2023).
4. Шубін О.О., Гладкий М.О. Організаційна культура як соціально-економічний феномен у контексті сучасної парадигми управління. *Проблеми економіки*. 2013. № 3. С. 239–246.
5. Field A. *Discovering Statistics Using SPSS*. Third Edition. Lviv : Sage, 2009. 822 p.

6. Єгоршин О.О., Зосімов А.М., Пономаренко В.С. Методи багатовимірного статистичного аналізу: навчальний посібник. Київ : ІЗИН, 1998. 208 с.
7. Cattell R. The Scree Test for the Number of Factor. *Multivariate Behavioral Research*. 1966. Vol. 1. No. 2. P. 245–276.
8. Cliff N. *Analyzing Multivariate Data*. Harcourt College Publication, 1987. 494 p.

References:

1. Kremen' V. H., Il'in, V. V., Borinshtejn Ye. R., Hal'chenko M. S., Lipin M. V., Pohribna D. V., Savchuk N. V., Fedorchuk O. A. (2020) *Stratehii formuvannia tvorchoi osobystosti: metody, pryjomy, formy* [Strategies for the formation of a creative personality: methods, techniques, forms]. Kyiv: Instytut obdarovanoi dytyny NAPN Ukrainy. (in Ukrainian)
2. Mykhajlychenko V., Dovhal'ova O. (2021) Upravlinnia formuvanniam orhanizatsijnoi kul'tury pidpriemstva [Management of the formation of the organizational culture of the enterprise]. *Halys'kyj ekonomichnyj visnyk*, no. 3(70), pp. 158–164. Available at: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35828/2/GEB_2021v70n3_Mykhajlychenko_V-Management_of_formation_158-164.pdf
3. Sushyk I. V., Sushyk O. H. (2021) Moral'no-psykholohichnyj ta psykhoemotsijnyj stan orhanizatsii iak pokaznyk iakosti menedzhmentu [Moral-psychological and psycho-emotional state of the organization as an indicator of management quality]. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*, no. 2 (6), pp. 106–120. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.02.106> (accessed August 10, 2023).
4. Shubin O. O., Hladkyj M. O. (2013) Orhanizatsijna kul'tura iak sotsial'no-ekonomichnyj fenomen u konteksti suchasnoi paradyhmy upravlinnia [Organizational culture as a socio-economic phenomenon in the context of the modern management paradigm]. *Problemy ekonomiky*, no. 3, pp. 239–246.
5. Field A. (2009) *Discovering Statistics Using SPSS. Third Edition*. Lviv: Sage. (in Ukrainian)
6. Yehorshyn O. O., Zosimov A. M., Ponomarenko V. S. (1998) *Metody bahatovymirnoho statystychnoho analizu* [Methods of multivariate statistical analysis]. Kyiv: IZYN. (in Ukrainian)
7. Cattell R. (1966) The Scree Test for the Number of Factor. *Multivariate Behavioral Research*, vol. 1, no. 2, pp. 245–276.
8. Cliff N. (1987) *Analyzing Multivariate Data*. Harcourt College Publication.