

УДК 338:658.3

JEL M20, M14, O15

DOI 10.18524/2413-9998.2024.1(56).309068

Н. А. Тухтенко,

доктор економічних наук, професор,

Херсонський державний університет,

Юридична адреса: вул. Університетська, 27, 73003, м. Херсон, Україна.

Фактична адреса: вул. Шевченка, 14, 76018, м. Івано-Франківськ, Україна.

e-mail: tuhtenko1@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4634-9139

ОБҐРУНТУВАННЯ ВПЛИВУ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЧИННИКІВ НА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ ТА ПРОФЕСІЙНУ СИСТЕМУ МЕНЕДЖМЕНТУ

У представленій статті досліджено теоретико-прикладні засади впливу соціокультурних чинників на сучасне бізнес-середовище під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Показана двоаспектність взаємозв'язку макроекономічного та мікроекономічного середовищ в контексті урахування соціокультурного впливу на них. На основі аналізу підходів до поняття й структури соціокультурної складової господарюючого суб'єкта запропоновано авторське бачення основних її елементів: організаційної (корпоративної) та управлінської культури; мотивації; комунікації; різноманітності, рівноправності та інклюзивності. Це найбільш повно відповідає сучасним світовим й вітчизняним тенденціям функціонування бізнесу з урахуванням адаптаційно-інноваційного менеджменту, глобалізаційних викликів та швидких змін макросередовища у контексті пошуку шляхів повоєнного відновлення України та її сталого розвитку в системі світового партнерства. Актуалізовано необхідність формування професійної системи менеджменту, що здатна забезпечити управління соціокультурною складовою підприємства для підвищення його успішності й конкурентоспроможності. Обґрунтовано пріоритети подальших досліджень та шляхи впровадження соціокультурних чинників у вітчизняне бізнес-середовище на основі формування професійної системи менеджменту, у якій працівник розглядається як особистість і найвища цінність, здатна до самореалізації, якості командної роботи, забезпечення конкурентних переваг підприємства в реальних умовах господарювання.

Ключові слова: соціокультурні чинники бізнес-середовища; інноваційно-адаптивна професійна система менеджменту; організаційна (корпоративна) та управлінська культура; комунікація; мотивація; різноманітність, рівноправність та ексклюзивність РРІ (DEI); інтелектуалізація виробничих відносин; конкурентоспроможність бізнес-середовища.

Вступ. Світове бізнес-середовище ХХІ століття суттєво посилює процеси інтелектуалізації виробничих відносин, де головним економіч-

ним ресурсом виступає працівник як носій людського (інтелектуального) капіталу, а визначальним механізмом адаптації до сучасних непротистих викликів є формування управлінського капіталу на засадах ефективної професійної системи менеджменту. Реальна дійсність, у якій забезпечується розвиток особистості, часто визначається як соціокультурне середовище із впливом на нього зовнішніх й внутрішніх умов: історичних, демографічних, ментальних, соціально-економічних, психологічних, сімейних тощо. Значна кількість дослідників до поняття «соціокультурне середовище» відносять загальні макроекономічні характеристики: суспільно-політичний лад, характер виробничих та соціальних процесів, систему виробничих відносин, емоційні та матеріальні умови життя людини тощо. Ближнє середовище людини (сім'я, родичі, друзі) здійснює потужний вплив на формування особистості. В той же час не менш важливого значення для життя й розвитку людини набуває багатопланове зовнішнє середовище, у якому особливе місце займає система виробничих відносин, де має формуватися професійно-компетентна особистість, що здатна задовольнити власні потреби як матеріального, так і духовного, соціокультурного й емоційного характеру. Складність та багатоаспектність процесу входження особистості у систему соціально-трудових відносин пов'язана з різними аспектами, серед яких можуть бути такі, які, наприклад, не дають повного уявлення або інформації про їх характер й тривалість. Наприклад, в Україні сьогодні важко здійснити прогнози щодо термінів закінчення військової агресії РФ, її наслідків, що, в свою чергу, суттєво впливає на можливість сталого розвитку й господарську діяльність бізнес-організацій. В окреслених умовах у світовій й вітчизняній теорії та практиці значно актуалізуються питання впливу соціокультурних чинників на ефективність діяльності бізнес-середовища (особливо в контексті глобалізаційних викликів сучасності, тотальної диджиталізації, поширення спільних підприємств, транснаціональних корпорацій тощо) в умовах забезпечення системного професійного менеджменту й формування управлінського капіталу.

Огляд літератури. Дослідженню соціокультурних чинників присвячено роботи вітчизняних і зарубіжних вчених у різних галузях знань – психології, соціальних науках, антропології, педагогіці, економіці, підприємстві, менеджменті тощо.

Зупинимося більш детально на поглядах авторів, які пропонують до-

слідження соціокультурних чинників в контексті економіки і управління. Так А. Колот розглядає їх з урахуванням проблем соціально-трудового розвитку [1]. З точки зору менеджменту як системи обрана нами проблематика описана у дослідженнях Е. Кузнецова [2]. А. Nasrudin пропонує переважно розгляд макроекономічних аспектів соціокультурної проблематики [3]. М. Trehan та Р. Trehan у своїх дослідженнях розглядають вплив соціокультурних чинників на транснаціональні, корпоративні і спільні підприємства [4]. G. Hofstede надає перевагу маркетинговій оцінці соціокультурних детермінант [5]. Колектив авторів розглядає соціокультурні чинники з точки зору функціонування ринку праці [6]. В той же час у сучасному бізнес-середовищі залишаються недостатньо дослідженими зміст, структура і класифікація соціокультурних чинників. Потреба більш глибокого їх розгляду обґрунтовується швидкими, часто неочікуваними змінами у світовому просторі, екологічними проблемами, технологічними революціями тощо, які є підставою для пошуку шляхів оптимальної адаптації усіх господарюючих суб'єктів до складних викликів глобалізованого світу. Особливого значення дослідження впливу соціокультурних чинників на бізнес-середовище набуває в умовах військової агресії РФ для прийняття ефективних управлінських рішень, здатних не тільки забезпечити функціонування бізнесу у цей складний період, а й намітити шляхи повного відновлення України.

Мета й завдання. Метою даної публікації є теоретико-прикладне обґрунтування актуальності та шляхів забезпечення соціокультурних чинників сучасного бізнес-середовища в умовах формування професійної системи менеджменту. Відповідно до зазначеної мети нами вирішувалися наступні завдання: довести об'єктивну необхідність та двоаспектність впливу соціокультурних чинників на бізнес-середовище господарюючого суб'єкта і соціально-економічної системи в цілому; проаналізувати теоретичні підходи до сутності й класифікації соціокультурних чинників на мікро- і макрорівнях; сформувати авторське бачення сутності та видів соціокультурних чинників, а також їхнього впливу на сучасне бізнес-середовище; обґрунтувати напрями подальших досліджень та шляхи підвищення ефективності професійної системи менеджменту шляхом впровадження соціокультурних чинників в реальне бізнес-середовище в умовах сучасних викликів.

Методи дослідження. В процесі роботи над даною публікацією використовувалися загальнонаукові і спеціальні методи, що дозволило си-

стемно розв'язати завдання дослідження. Для постановки окресленої проблеми, вивчення й деталізації соціокультурних чинників бізнес-середовища використаний метод діалектичного пізнання; для теоретичного узагальнення результатів дослідження використовувався абстрактно-логічний підхід; економіко-статистичний метод використаний нами для виявлення основних тенденцій формування соціокультурних чинників бізнес-середовища на засадах двоаспектності; метод наукового узагальнення та систематизації — для окреслення напрямів подальшого дослідження й шляхів впровадження соціокультурних чинників у вітчизняне бізнес-середовище на основі формування інноваційно-адаптивної професійної системи менеджменту в умовах військової агресії РФ та у повоєнному відновленні української економіки.

Результати та обговорення. Розгляд проблематики даної статті слід розпочати з розуміння самого терміну «соціокультура», який складається із двох слів: «соціум» і «культура». Зрозуміло, що ці поняття є зовнішніми чинниками – вони не можуть бути підпорядковані конкретній людині. При цьому вони, як слушно зауважують дослідники, безпосередньо впливають і на життя людей загалом, і на бізнес-середовище через низку процесів:

- перший – суспільство складається з різних груп людей, які проживають разом на певній географічній території;
- другий – культура — це наявність спільних цінностей в людських угрупованнях через усвідомлення мистецтва, науки, знань, навичок тощо;
- третій – соціокультурні фактори є важливим критерієм відбору працівників для підприємств, що орієнтуються на споживчий ринок і розробляють стратегії управління з урахуванням елементів культури [7].

Слід зауважити, що з першого погляду соціум і культура безпосередньо у виробничий процес не включені, але практика доводить, що в сучасному світі вони опосередковано стають ключовими елементами управління бізнесом на різних його етапах: від прийняття рішення про товарний асортимент і виробничі технології до оцінки ефективності й забезпечення успіху підприємства, його конкурентоспроможності на реальному ринку товарів й послуг. Зазначене обґрунтовує двоаспектність впливу соціокультурних чинників на бізнес-середовище: на макрорівні, де вони розглядаються як об'єктивні чинники, що не залежать від людини; та на мікрорівні, коли вони стають ключовими умовами

досягнення успіху кожного господарюючого суб'єкта за рахунок професійної системи менеджменту, яка враховує соціокультурний вплив на діяльність підприємства.

Дослідження змісту і структури соціокультурної складової бізнес-середовища різними науковцями, спирається саме на зазначену двоаспектність. Розглянемо окремі підходи авторів до структури соціокультурних чинників з макрорівневої точки зору.

Серед дослідників існує точка зору, що до структури соціокультурних чинників слід віднести: «а) установки, життєві цінності і традиції суспільства; б) демографічна обстановка; в) відносини організації з місцевим населенням; г) ставлення людей до роботи і якості життя; д) зростання населення; е) рівень освіти; є) мобільність людей тощо» [8].

Серед соціокультурних змінних сучасності, які є критично важливими, А. Nasrudin називає такі: культура, звички, переконання та цінності, кількість та динаміка населення, віковий склад населення, географія, етнічна приналежність, структура домогосподарств і сімей, зайнятість, багатство і соціальний клас [3].

Дослідження окремих аспектів діяльності підприємства та його професійної системи менеджменту (дослідження на мікрорівні) також представлені у працях вітчизняних і закордонних авторів. Серед них, цікавим є зміст соціокультурних чинників, що впливають на ці аспекти. Вони поділяються на такі:

- культурні цінності (традиції, норми, уявлення суспільства), що впливають на вибір стратегії, комунікаційні процеси, управлінські рішення в організації тощо;
- соціальні норми, які є основою організаційної поведінки на підприємстві та здійснюють вплив на організаційну структуру, рівень авторитетності менеджерів, комунікацію тощо;
- соціальна відповідальність впливає на процес управління через дотримання суспільних вимог до етики бізнесу, екологічних аспектів, соціального впливу тощо;
- культурна різноманітність обґрунтовує можливість праці на підприємстві представників різних культур, цінностей, мови, що необхідно урахувати менеджменту підприємства для сприяння культурній інтеграції;
- взаємодія та комунікація визначається рядом соціальних факторів, до яких слід віднести колективізм, індивідуалізм, ступінь ієрархії, тощо;

– менталітет і мотивація працівників (цілі, цінності, мотиви тощо), що повинні вивчатися та враховуватися менеджментом підприємства для пошуку шляхів підвищення ефективності колективної роботи і діяльності в цілому [7].

Деякі автори пропонують на корпоративних, транснаціональних або спільних підприємствах звертати увагу на наступні соціокультурні чинники: «культура, мова, релігія, рівень освіти, вподобання споживачів, ставлення суспільства до іноземних товарів і послуг» [4].

Представлений аналіз різноманітних підходів доводить, що соціокультурні чинники є серйозними важелями впливу на діяльність підприємства й управління ним, як з точки зору макрорівня, так і мікрорівневої складової діяльності бізнес-середовища. Значна кількість соціальних та культурних сфер суспільного життя впливають на стиль управління й управлінські рішення, ділове партнерство, комунікацію між менеджерами і працівниками, працівниками між собою, якість командної роботи, мотивацію персоналу, організаційну (корпоративну) культуру, соціальну відповідальність бізнесу тощо, що в сукупності формує соціокультурне середовище підприємства.

Взаємозв'язок макро- і мікрорівневої складової у опануванні соціокультурних чинників впливу на бізнес є очевидним в сучасних глобалізаційних умовах його розвитку. Культурні цінності й культурна різноманітність (переконавання, установки, ставлення до вимог часу, режимів праці та відпочинку, досягнень, змін тощо); соціальні норми й соціальна відповідальність; освіченість; здоров'я нації та відношення до нього; демографічні складові (статеві-вікові та міграційні аспекти); релігія; комунікаційні й мотиваційні процеси тощо – все це, безумовно здійснює надзвичайно важливий вплив на сучасне бізнес-середовище та перспективи його розвитку. Це підтверджує необхідність глибокого опанування сутності та змісту соціокультурної складової сучасного господарювання, її впровадження у реальний бізнес-простір на засадах формування ефективної професійної системи менеджменту.

Наші дослідження дозволили сформулювати власну точку зору на деталізацію соціокультурних чинників бізнес-середовища, що спирається не тільки на теоретико-прикладні погляди окремих авторів, а й результати особистих досліджень діяльності підприємств в умовах складних викликів сьогодення, пов'язаних, в тому числі, із постковідною реальністю, військовою агресією РФ, диджиталізацією усіх сфер суспільного

життя тощо. Відповідно до цього, пропонуємо виокремити основні соціокультурні чинники діяльності сучасного бізнес-середовища:

1. Організаційна (корпоративна) та управлінська культура (підкреслено нами);
2. Комунікація;
3. Мотивація;
4. Різноманітність, рівноправність та інклюзивність.

Взаємозв'язок цих складових з урахуванням двоїстості соціокультурної складової бізнес-середовища представлений нами на рис. 1.



Рис. 1. Двоїстість соціокультурного впливу на бізнес-середовище.

Джерело: Розроблено автором

Охарактеризуємо більш детально кожен із представлених вище соціокультурних чинників бізнес-середовища.

Організаційна (корпоративна) та управлінська культури. Відтворення соціально-господарського досвіду різних поколінь у виробничій діяльності має важливе значення на макро- та мікрорівнях. Як показує передовий світовий досвід здійснити це у бізнес-середовищі можливо за рахунок формування організаційної (корпоративної) культури.

Система цінностей, норм, переконань, вірувань, традицій визнача-

ють певний стереотип поведінки людей в процесі трудової діяльності. Саме це дає можливість говорити про урахування культурних цінностей й різноманіття культур, соціальних норм, відповідальності, інтегрованості, зрілості колективу працівників у професійній системі менеджменту, що відіграє важливу роль у формуванні іміджу й досягненні цілей підприємства, його пізнаваності та успіху на реальному ринку товарів і послуг.

Функції організаційної (корпоративної) культури в умовах швидких змін світового й вітчизняного просторів, зводяться, з нашої точки зору, до забезпечення:

- стабільності самої організації й її сталого розвитку в умовах, що швидко змінюються;
- єдності та спільності членів організації – досягнення високого ступеню командної роботи;
- максимальної залученості членів колективу до її загальної справи (командна робота) для досягнення стратегічних і тактичних цілей в умовах адаптації до викликів сучасності.

Саме у такому вигляді окреслені функції обґрунтовують здатність організаційної (корпоративної) культури вирішити дві важливі взаємопов'язані задачі, які базуються на двоаспектності соціокультурного впливу на бізнес-середовище: по-перше, забезпечення внутрішньої інтеграції працівників підприємства для досягнення його цілей; по-друге, сприяння зовнішній адаптації колективу до сучасного ринкового бізнес-простору з метою збереження конкурентних переваг на засадах інтелектуалізації, гуманізації та інноваційності [9].

Аналізуючи сучасні тенденції слід зазначити, що у сучасному глобалізованому світі сутність організаційної (корпоративної) культури опановується наступними характеристиками: інновації і готовність до ризику; увага до деталей; орієнтація на кінцевий результат; орієнтація на людей; орієнтація на команди; агресивність; стабільність.

Вважаємо, що саме у такому сутнісному значенні організаційна (корпоративна) культура має впроваджуватися системою менеджменту вітчизняних підприємств для забезпечення можливостей їх максимальної адаптації до глобалізаційних та інтеграційних викликів.

У світлі окресленої проблематики вважаємо за доцільне звернути увагу науковців і практиків на дослідження феномену поняття «управлінська культура», що незаслужено рідко розглядається в контексті

формування професійної системи менеджменту та є важливою невід’ємною рисою сучасного бізнес-середовища. Пропонуємо наступне визначення: «управлінська культура – це складна багатоаспектна система відносин в організації будь-якого типу, в основі яких ділові й професійні компетентності, особисті якості управлінської ланки підприємства (керівника) на засадах лідерства, розвитку (саморозвитку) й інноваційності, що спрямована на формування загальної організаційної (корпоративної) культури, здатна обґрунтувати комплекс заходів управлінського впливу (соціальних, економічних, організаційних, мотиваційних, психологічних, емоційних тощо) на команду працівників (послідовників) для реалізації поточних та стратегічних задач, забезпечення ефективності адаптивної роботи підприємства і конкурентних переваг на ринку в умовах сучасних викликів і змін» [10].

Наступним надзвичайно важливим соціокультурним чинником бізнес-середовища слід розглядати комунікацію (більш точно з нашої точки зору сьогодні використовувати термін «соціально-комунікаційний процес» або «соціально-комунікативна діяльність», але це питання потребує окремого дослідження). Сам термін «комунікація» латинського походження і означає «спільне» чи «розподілене між усіма». Зрозуміло, що бізнес-середовище не може існувати без продуктивного спілкування (ділового й особистісного) людей в процесі їх професійної діяльності, тому комунікаційна компетентність в сучасному діловому просторі вважається виключно важливою та має постійно перебувати у полі зору менеджерів усіх рівнів для прийняття оптимальних управлінських рішень. Слід погодитися з точкою зору авторів, які зазначають, що «феномен «соціально-комунікаційна діяльність» поки що не отримав певного місця в структурі об’єктно-предметного поля соціально-комунікаційного знання» [11, с. 7].

Урахування основних складових комунікації (власно комунікативної, інтерактивної і перцептивної) як важливого соціокультурного чинника, дає можливість у кожній управлінській ситуації обирати методи комунікації та комунікаційні канали, знаходити небезпечні та ефективні засоби обміну інформацією у бізнес-середовищі при формуванні ефективної професійної системи менеджменту. При цьому спосіб комунікації між менеджерами і працівниками може обиратися в залежності від соціокультурних факторів (наприклад, відкрита (пряма) комунікація, формальна або ієрархічна тощо).

Наступний запропонований вище соціокультурний чинник бізнес-середовища – мотивація, яка, з нашої точки зору, є найбільш дослідженою серед інших. Це не випадково, оскільки в умовах професійної діяльності поведінка людей переважно є мотивованою, що дає змогу задовольнити матеріальні і організаційні потреби, соціально-психологічні особистісні вподобання. Доречі саме останні в умовах гуманізації сучасного світового розвитку визначаються як один із головних пріоритетів діяльності бізнес-середовища.

За свідченням професора Е. Кузнецова в контексті формування професійної системи менеджменту сучасного бізнес-середовища, слід звернути увагу на вислів Лі Якокка, який є визнаним авторитетом у питаннях управління: «Менеджери повинні не тільки вміти приймати своєчасні рішення, їм належить також роль мотиватора. Єдиний спосіб налаштувати людей на енергійну роботу – це спілкуватися з ними. Також менеджеру необхідно бути публічним оратором і навчитися думати, коли стоїш перед слухачами. Велике мистецтво і професійний досвід для менеджера – це вміти слухати і чути людей. Найкращий керівник і мотиватор – це той, хто йде за людьми» [2]. Слід зазначити, що у наведеному вислові мотивація та комунікація тісно пов'язані між собою, що відповідає реаліям функціонування сучасного бізнесу. Цей взаємозв'язок надзвичайно важливий і, з нашої точки зору, в умовах військової агресії потребує окремого дослідження, оскільки відбулося переформатування структури потреб населення (вони вважаються основою мотивації), їх мотивів, що потребує зміни і комунікативних підходів менеджменту в бік індивідуалізму, психологізації тощо. В цьому ж сенсі слід дослідити вплив винагород на професійну діяльність, які сутнісно базуються на потребах й мотивах працівників та знаходяться під впливом невизначеності й розгубленості людей під час війни.

Четвертий соціокультурний чинник бізнес-середовища, окреслений нами вище, є найменш дослідженим у вітчизняному бізнес-просторі, тому потребує більш детального теоретичного обґрунтування. Його назва – різноманітність, рівноправність та інклюзивність. Серед дослідників він отримав назву DEI від англійської версії наведених вище трьох слів: diversity, equity and inclusion. Відповідно українська транслітерація, яку ми і будемо використовувати в даній публікації, виглядає як РРІ. Поява РРІ була пов'язана з тим, що менеджмент багатьох успішних компаній в умовах адаптивності до сучасних світових змін поста-

вив перед собою два важливих завдання: по-перше, створити на підприємстві інклюзивне й рівноправне соціокультурне середовище, що враховує інтереси усіх працівників, незалежно від віку, статі, походження тощо; по-друге, переглянути політику й процедуру найму співробітників, підтримувати їх справедливий підбір.

Важливість впровадження РРІ та інвестиційну привабливість ілюструється дослідженнями авторитетних дослідницьких центрів (Deloitte, McKinsey, Credit Suisse, Harvard Business Review), результати яких можна узагальнити наступним чином.

1. Наявна кореляція між низькими показниками гендерного, етнічного та культурного розмаїття та зниженням на 29% ймовірності досягнення високої прибутковості бізнесу порівняно з організаціями, що демонструють високі показники в цих аспектах.
2. Високий рівень гендерної різноманітності в управлінських командах компаній асоціюється з підвищенням ймовірності досягнення успіху в прибутковості бізнесу на 21% та збільшенням вартості компанії на 27%.
3. Аналогічно, високий рівень етнічного та культурного розмаїття в управлінських командах пов'язаний з 33% збільшенням ймовірності отримання високої прибутковості в межах відповідної галузі.
4. Активна розробка та впровадження програм диверсифікації сприяє розширенню ринкового потенціалу компаній, збільшуючи їхні шанси на завоювання нових ринків на 70%.
5. Гендерна різноманітність виступає позитивним фактором, що впливає на фінансові показники компанії.
6. У компаніях з високим рівнем різноманітності спостерігається підвищення рівня утримання ключових фахівців на 19% порівняно з середньостатистичними організаціями [12].

Змістовну характеристику системи РРІ представимо у табл. 1. Головна задача формування стратегії РРІ полягає у побудові в організації соціокультурного бізнес-середовища, що здатне забезпечити справедливі можливості для всіх працівників, незалежно від статі, віку, релігії, класу, раси, національності, інвалідності, тощо. Для упровадження реальних змін у цьому контексті професійна система менеджменту підприємства має створити цілісну систему бізнес-середовища, яка

включає людей, процеси і технології.

Таблиця 1

Змістовна характеристика основних складових системи PPI (DEI)

№	Назва складової системи PPI (DEI)	Зміст складової системи PPI (DEI)
1	Різноманітність – P (D, diversity)	Характеристики людей, що роблять їх унікальними. Ініціативи PPI намагаються створити робочі місця, які відображають різноманітність населення, що ним обслуговується.
2	Рівноправність – P (E, equity)	Рівноправність це про обґрунтованість та справедливості. Різниця між рівністю і рівноправністю в тому, що рівність зосереджується на наданні усім однакових ресурсів чи можливостей, а рівноправність базується на наданні усім ресурсів та можливостей, необхідних для досягнення однакового результату.
3	Інклюзивність – I (I, inclusion)	Створення такого робочого місця, на якому люди відчувають себе почутими і інтегрованими до усіх організаційних політик і практик. Інклюзивність надає людям відчуття, що вони працюють в організації, яка піклується про усіх, слухає їх та бере до уваги кожного. Інклюзивність розглядається як кінцева мета системи PPI, вона вважається її найважливішою частиною для забезпечення PPI на належному рівні

Джерело: складено автором на основі [13]

Слід зауважити, що у вітчизняному бізнес-середовищі стратегія PPI ще не знайшла відповідного сприйняття професійною системою менеджменту, а про її реалізацію можна говорити скоріше як виключення. При цьому світові процеси в умовах глобалізаційних викликів й швидких змін все більше актуалізують необхідність, інвестиційну привабливість та результативність забезпечення системи PPI як одного із головних соціокультурних чинників сучасного бізнес-середовища.

Висновки. Проведене дослідження впливу соціокультурних чинників на бізнес-середовище показало виключно важливе їх значення для господарюючого суб'єкта в умовах сучасних викликів, швидких змін та невизначеності. Досвід розвинених країн світу, дослідження авторитетних науковців і практиків довели важливість та інвестиційну привабливість впровадження соціокультурних чинників бізнес-середовища за рахунок професійного управління у загальній системі менеджменту підприємства на основі усвідомлення двоаспектності (макро- та мікрорівне-

нь) соціокультурного впливу на його діяльність.

Запропоноване нами авторське бачення на класифікацію соціокультурних чинників бізнес-середовища (організаційна (корпоративна) та управлінська культура; мотивація; комунікація; різноманітність, рівноправність та інклюзивність (PPI)) дозволило виокремити основні напрями їх дослідження та шляхи впровадження у вітчизняному просторі. Під впливом сукупності обставин, пов'язаних з агресією рф, постковідними тенденціями, екологічними проблемами, технологічними революціями з тотальним впровадженням диджитал-технологій, глобалізаційними тенденціями, посилення уваги до людини як основного продуктивного ресурсу світу набуває особливої актуальності. В свою чергу інтелектуалізація бізнес-середовища об'єктивно вимагає перегляду системи управління на засадах адаптивності та інноваційності. Саме соціокультурні чинники, з нашої точки зору, в найбільшому ступені здатні забезпечити зазначене реформування професійної системи менеджменту.

Проведене дослідження дозволяє сформулювати ряд пропозицій, що здатні забезпечити успішність та конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта в контексті соціокультурної складової сучасного розвитку вітчизняної економіки та її перспектив у повоєнному відновленні.

По-перше, суспільне усвідомлення важливості впливу соціокультурних чинників на життя людини і бізнес-середовище для досягнення особистого, професійного й командного успіху.

По-друге, обґрунтування інноваційно-адаптивної професійної системи менеджменту, у якій управління соціокультурною складовою бізнес-середовища займе відповідне місце на основі прийняття оптимальних управлінських рішень.

По-третє, опанування ефективними шляхами управління такими соціокультурними чинниками, як організаційна та управлінська культура; мотивація; комунікація; система PPI.

На жаль питанням формування управлінської культури, урахуванню різноманітності, рівноправності та інклюзивності в українському бізнес-просторі приділяється недостатньо уваги, хоча в умовах сучасних інтеграційних процесів України, пошуку шляхів партнерства зі світовим співтовариством ця проблематика є, як ніколи, актуальною. Що ж стосується мотивації та комунікації, то сьогодні є очевидним необхідність дослідження їх як окремих категорій, так і у взаємозв'язку, оскільки під час війни потреби населення (що є основою мотивації) в певному ступені зазнали

змін на користь потреб у захисті, психологічному, фізичному і ментальному здоров'ї, можливостей професійної та особистої самореалізації тощо. Відповідно й комунікаційні процеси у бізнес-середовищі мають відповідати окресленим вище тенденціям та бути спрямовані на індивідуалістичний підхід до кожного працівника з відповідною системою винагород, яка сутнісно базується на його потребах і мотивах.

По-четверте, забезпечити урахування у сучасному бізнес-середовищі наведених вище пропозицій можливо тільки у випадку функціонування ефективної професійної системи менеджменту кожного господарюючого суб'єкта, у якій особистість працівника розглядається як найвища цінність, що здатна професійно реалізувати себе, забезпечити якість командної роботи й конкурентні переваги підприємства в реальних умовах господарювання.

Список використаної літератури

1. Колот А. М., Герасименко О. О. Соціально-трудоий розвиток в XXI столітті: до природи глобальних змін, нових можливостей, обмежень і викликів. Демографія та соціальна економіка. 2019. № 1. С. 97–125.
2. Кузнецов Е. А. Концепти інтегральної якості професійної системи менеджменту: майстер-клас; матеріали науково-методологічного семінару. Одеса: Фенікс, 2020. 114 с.
3. Nasrudin A. Sociocultural environment: key factors impacting businesses. Penpoin. URL: <https://penpoin.com/sociocultural-environment/> (дата звернення: 12.03.2024).
4. Trehan, M., Trehan, R. Government and Business. New Delhi: V. K. Enterprises, 2009.
5. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind, Third Edition. McGraw-Hill Companies, 2010. 576 p.
6. Соціокультурні чинники розвитку українського ринку праці : кол. моногр. / ред. О. М. Балакірева; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». – Електрон. дані. К., 2017. 264 с. URL : <http://ief.org.ua/docs/mg/285.pdf>
7. Social factors affecting business in PESTLE analysis (examples). PESTLE Analysis. URL: <https://pestleanalysis.com/social-factors-affecting-business/> (дата звернення: 19.03.2024).
8. Тюхтенко Н. А. Соціальні стратегії активізації трудової діяльності переробних підприємств: методологія та практика формування і оцінювання : монографія. Херсон: ФОП Вишемирський В. С., 2018. 320 с.
9. Тюхтенко Н. А., Макаренко С. М., Олексенко Я. А. Формування корпоративної культури як основи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Економічний вісник університету. 2020. № 44. С. 98–106.
10. Тюхтенко Н. А. Управлінська культура як чинник розвитку підприємства в умовах сучасних викликів і світових змін. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2023. Вип. 19, Т. 2. С. 59–72.
11. Моїсеева Н. І. Соціально-комунікаційна діяльність як історико-суспільна практика : монографія. Харків : Федорко, 2015. 391 с.

12. Різноманітність і інклюзивність: пріоритет DEI у 2021 році. HURMA. URL: <https://hurma.work/blog/05-2021-riznomanitnist-i-inklyuzyvnist-priorytet-dei-u-2021-rocz/> (дата звернення: 18.03.2024)
13. Красс Е. Три стратегії у цілісному підході до ваших зусиль щодо різноманітності, рівноправності та інклюзії. SHL Ukraine. URL: <https://shl.com.ua/try-stratehii-u-tsilisnomu-pidkhodi-do-vashykh-zusyl-shchodo-riznomanitnosti-rivnopravnosti-ta-inkliuzii> (дата звернення: 18.03.2024).
14. Improvement of the enterprise's production program as a way to adapt to market changes / О. Янковуї та ін. Науковий вісник Національного гірничого університету. 2023. № 5. С. 171–177.

Стаття надійшла 22.03.2024 р.

N. A. Tyukhtenko,

Dr. Sc. (Economics), Professor,

Kherson State University,

Legal address: 27, University St., Kherson, 73003, Ukraine.

Actual address: 14, Shevchenka St., Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine.

e-mail: tuhtenko1@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4634-9139

SUBSTANTIATION OF THE IMPACT OF SOCIO-CULTURAL FACTORS ON THE BUSINESS ENVIRONMENT AND PROFESSIONAL MANAGEMENT SYSTEM

The article examines the theoretical and applied foundations of the impact of socio-cultural factors on the modern business environment under the influence of external and internal factors. The article shows the two-aspect relationship between the macroeconomic and microeconomic environments in the context of taking into account the socio-cultural impact on them. Based on the analysis of approaches to the concept and structure of the socio-cultural component of a business entity, the author offers her own vision of its main elements: organizational (corporate) and managerial culture; motivation; communication; diversity, equality and inclusiveness (DEI). Accordingly, the main directions of research on the socio-cultural factors of the business environment are highlighted and ways of their implementation in the domestic space are proposed.

The least researched in Ukrainian science and domestic practice are issues related to the formation of a managerial culture that takes into account diversity, equality and inclusiveness. The necessity of an in-depth study of motivation and communication as important socio-cultural factors is substantiated. This is primarily due to the change in priorities during the military aggression of the rf in favor of the needs for protection, psychological, physical and mental health, opportunities for professional and personal self-realization, etc. Communication processes in a business environment are designed to focus on an individualistic approach to each employee with an appropriate reward system based on their needs and motivations. The socio-cultural factors proposed by us in their interaction most fully correspond to the current global and domestic trends in the functioning of the

business environment on the basis of adaptation and innovation management. In the context of searching for ways of post-war recovery of Ukraine and its sustainable development in the system of global partnership, the need to form a professional management system capable of managing the socio-cultural component of an enterprise to increase its success and competitiveness is actualized. Priorities for further research and ways to introduce socio-cultural factors into the domestic business environment are substantiated. The author proves the necessity of improving the management of an economic entity on the basis of formation of a professional management system, in which an employee is considered as a personality and the highest value capable of self-realization, quality of teamwork, and ensuring the competitive advantages of an enterprise in the real business environment.

Keywords: socio-cultural factors of the business environment; innovative and adaptive professional management system; organizational (corporate) and management culture; communication; motivation; diversity, equality and exclusivity (DEI); intellectualization of industrial relations; competitiveness of the business environment.

References

1. Kolot, A. M., & Herasyenko, O. O. (2019). Sotsialno-trudovi rozvytok v XXI stolitti: do pryrody hlobalnykh zmin, novykh mozhlyvostey, obmezen i vyklykiv [Socio-labor development in the 21st century: to the nature of global changes, new opportunities, limitations and challenges]. Demohrafiia ta sotsial'na ekonomika [Demography and social economics], 1, 97–125. (in Ukrainian)
2. Kuznietsov, E. A. (2020). Kontsepty intehralnoyi yakosti profesiynoyi systemy menedzhmentu: mayster-klas; materialy naukovo-metodolohichnoho seminaru [Concepts of integral quality of a professional management system: a master class; materials of the scientific and methodological seminar]. Feniks. (in Ukrainian)
3. Nasrudin, A. (2022, April 14). Sociocultural environment: key factors impacting businesses. Penpoin. Retrieved March 12, 2024, from <https://penpoin.com/sociocultural-environment/>
4. Trehan, M., & Trehan, R. (2009). Government and Business. V. K. Enterprises.
5. Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind (Third Edition). McGraw-Hill Companies.
6. Balakireva, O. M. (Ed.). (2017). Sotsiokulturni chynnyky rozvytku ukrayinskoho rynku pratsi [Socio-cultural factors in the development of the Ukrainian labor market]. NAN Ukrainy, DU «In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy». Retrieved from <http://ief.org.ua/docs/mg/285.pdf>. (in Ukrainian)
7. Social factors affecting business in PESTLE analysis (examples). (n.d.). PESTLE Analysis. Retrieved March 19, 2024, from <https://pestleanalysis.com/social-factors-affecting-business/>
8. Tyukhtenko, N. A. (2018). Sotsialni stratehii aktyvizatsii trudovoi diialnosti pererobnykh pidpriemstv: metodolohiia ta praktyka formuvannia i otsiniuvannia [Social strategies for enhancing the labor activity of processing enterprises: methodology and practice of formation and evaluation] (in Ukrainian). Vydavnytstvo FOP Vyshemyrskyi V. S.
9. Tyukhtenko, N. A., Makarenko, S. M., & Oleksenko, Ya. A. (2020). Formuvannia

- korporatyvnoi kultury yak osnovy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Formation of corporate culture as a basis for increasing the competitiveness of the enterprise]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu* [Economic Bulletin of the University], 44, 98–106. (in Ukrainian)
10. Tyukhtenko, N. A. (2023). Upravlinska kultura yak chynnnyk rozvytku pidpryiemstva v umovakh suchasnykh vyklykiv i svitovykh zmin [Managerial culture as a factor in the development of an enterprise in the context of modern challenges and global changes]. *Aktual'ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*. [Actual problems of regional economic development], 19(2), 59–72. (in Ukrainian)
 11. Moisieieva, N. I. (2015). Sotsialno-komunikatsiyna diyalnist yak istoryko-suspilna praktyka [Socio-communicative activity as a historical and social practice]. Fedorko. (in Ukrainian)
 12. Riznomanitnist i inklyuzivnist: priorityet DEI u 2021 rotsi [Diversity and inclusion: DEI priority in 2021]. (2021, May 5). HURMA. Retrieved March 18, 2024, from <https://hurma.work/blog/05-2021-riznomanitnist-i-inklyuzyvnist-priorityet-dei-u-2021-roczy/>. (in Ukrainian)
 13. Krask, E. (n.d.). Try stratehii u tsilisnomu pidkhodi do vashykh zusyl shchodo riznomanitnosti, rivnopravnosti ta inkliuzii [Three strategies in a holistic approach to your diversity, equity and inclusion efforts]. SHL Ukraine. Retrieved March 18, 2024, from <https://shl.com.ua/try-stratehii-u-tsilisnomu-pidkhodi-do-vashykh-zusyl-shchodo-riznomanitnosti-rivnopravnosti-ta-inkliuzii>. (in Ukrainian)
 14. Yankovyi, O., Kuznietsov, E., Hrinchenko, R., Gura O., & Orlenko, O. (2023). Improvement of the enterprise's production program as a way to adapt to market changes. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, 5, 171–177.