

**СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

В епоху глобалізації, що приводить до асиміляції бізнесу неминуче постає проблема адаптації методів та форм управління до менталітету трудових колективів підприємств певних регіонів. Це змушує керівництво підприємств шукати ефективні шляхи впливу на трудові колективи, вивчати соціальні особливості поведінки персоналу, намагатися створити партнерські відносини з іншими суб'єктами господарювання з урахуванням їх менталітету. І в цьому виникають певні труднощі.

В дослідженні соціокультурних цінностей, притаманних різним суспільствам значну роль відіграли роботи Парсонса Т., Шилза Е., Олдса Д. [1], Тромпенра Ф., Хампдена-Тернера Ч. [2], Шварца С. [3], Шейна Е. [4] та інш. У роботах зазначених авторів здебільшого розглядалися типи поведінки окремих індивідів та позавиробничих соціальних груп на побутовому рівні та у сфері культури в розрізі окремих країн.

Вітчизняні автори Примак Т.О. [5, 6], Белявцев М.І., Іваненко Л.М. [7] питання соціальних цінностей розглядали в контексті споживчої поведінки та маркетингових комунікацій.

Досвід господарської діяльності багатьох українських підприємств свідчить, що для підвищення ефективності управлінських заходів вони потребують врахування вітчизняних традицій, культури, життєвих цінностей.

Мета статті полягає у дослідженні соціокультурних особливостей персоналу українських підприємств та формуванні відповідних рекомендацій щодо корегування управлінської діяльності.

Відомо, що людина є незалежною у своєму виборі. Однак абсолютно незалежною вона не може бути з кількох причин. По-перше, людина є соціальною особою, тому на прийняття рішення про трудову діяльність впливають ті цінності, що притаманні тому суспільству, яке її оточує: цінності, що формують ментальність нації, виокремлюють певні соціальні прошарки та підкреслюють статус. По-друге, людина протягом життя знаходиться в інформаційному просторі, через який на неї впливає безліч інформації щодо необхідності трудовою діяльністю та певної трудової поведінки. Використовуючи різні комунікативні технології керівники підприємств формують трудову поведінку людини на користь бізнесу.

Соціокультурна зумовленість управлінської діяльності полягає у зв'язках управління із соціальним середовищем та потребує врахування національно-психологічних особливостей поведінки людей у сфері ділових відносин. Ці особливості існують у суспільній свідомості як специфічні форми функціонування загальнолюдських властивостей психіки. Паралельно з поняттям “національно-психологічні особливості” вживають близькі до нього - “національний характер”, “психологічний склад нації”, “менталітет”. Попри певну специфіку змісту, більшість із них спирається на спільні константи: сукупність розумових установок, звичок мислення; спільний інтелектуальний інструментарій, психологічне оснащення; соціально-психологічний стан суб'єкта, групи, нації; якість розуму, що характеризує окремого індивіда або групу; спосіб мислення, властивий індивіду або групі; особливості соціокультурного і етнопсихологічного розвитку; національна самосвідомість.

У системі національно-психологічних особливостей виокремлюють такі сфери:

- 1) мотиваційну (своєрідність мотивів, спонукальних сил діяльності представників національної спільноти);
- 2) інтелектуально-пізнавальну (своєрідність сприймання й мислення носіїв національної психіки, що виражається у наявності специфічних пізнавальних та інтелектуальних якостей, які забезпечують особливе сприймання, оцінювання дійсності, планування діяльності, моделювання способів досягнення результатів);
- 3) емоційно-вольову (своєрідність емоційних та вольових якостей, від яких залежить результативність діяльності);
- 4) комунікативно-поведінкову (охоплює інформаційну і міжособистісну взаємодію, взаємини і спілкування, виявляє відмінності подібних виявів у представників різних національних культур).

Досліджувати ці особливості в управлінській діяльності керівника означає виявляти суттєві характеристики конкретної управлінської культури, бачити передусім її національну специфіку.

Властивості національної культури і властивості індивідів, не тотожні, що зумовлює розбіжності між культурологічними і психологічними дослідженнями. Тому чим глибшими є

монодисциплінарні дослідження особливостей управління, тим сильніша потреба міждисциплінарного співробітництва, “кооперації наук”, навіть тих, що належать до різних галузей знання. Характеризуючи соціокультурні особливості управлінської діяльності, слід мати на увазі, що соціокультурний аналіз охоплює не абстрактну життєдіяльність людей в абстрактній організації, а спрямований на дослідження конкретних суб'єктів та об'єктів управління в конкретному соціокультурному середовищі конкретного підприємства.

У зв'язку з цим актуалізується комплекс проблем, пов'язаних із впливом традиційних соціокультурних норм і цінностей на ділову взаємодію людей. Йдеться про сферу організаційного менталітету, важливу роль організації в реалізації потреб індивіда, цінність належності людини до конкретної організації.

Соціальне середовище, як комплекс суспільних матеріальних та духовних умов існування й діяльності людини, формує певні соціальні цінності, які є тим мірилом, через яке вона сприймає керуючий вплив. Невідповідність форми керуючого впливу соціокультурним цінностям унеможливує одержання бажаної трудової поведінки, та відповідно - досягнення цілей господарської діяльності.

Вчені всього світу вже тривалий час працюють над питанням пошуку загальних критеріїв, за якими було б можливо ідентифікувати представників тієї чи іншої країни (нації), з урахуванням ментальності виділити певні прошарки суспільства з метою побудови більш ефективних відносин у суспільстві та бізнесі. Так, антропологі Флоренс Клакхорн та Фред Стродтбек [1] намагалися знайти фундаментальну для всього людства ціннісну орієнтацію відповідно до невід'ємних питань, поставлених біологічними законами існування людства. Вони відзначали, що хоча культури можуть змінюватися у часі, проте вони більш-менш стабільні, і члени культурних груп виражають стійкі «орієнтації» відносно світу та суспільства.

Теорія «ціннісної орієнтації» була детально вивчена та поглиблена вченими антропологами, етнологами, етнопсихологами, соціологами та інш. Для концептуалізації та вимірювання значення цінностей, науковцями було розроблено низку моделей і відповідних інструментів. Найбільш часто застосовуються такі моделі, як LOV – список цінностей (List of Values); VALS та VALS-2 – цінності і спосіб життя (Values and Lifestyles), розроблені дослідниками з каліфорнійського Стенфордського університету; шкала цінностей М. Рокича – RVS (Roakeach Value Scale); система дослідження та опитувальний лист Ш. Шварца та теорія споживчих цінностей Шетта-Ньюмана-Гросс.

М. Рокичем були визначені два основні взаємодоповнюючі набори з 18 цінностей. За його теорією термінальні цінності - це ідеальний кінцевий стан, до якого прагне людина. Інструментальні представляють собою основні підходи та дії, а інакше методи поведінки, які допускає людина, щоб досягти термінальних цінностей [2].

На сьогодні ціннісна шкала М. Рокича здебільшого використовується аналітиками для визначення споживацької поведінки та сегментування ринку [2]. Однак в управлінській діяльності цей метод ще не зайняв свого гідного місця.

Дещо інший підхід у пошуку ціннісних розбіжностей було запропоновано Шеломом Шварцем [3]. Він не намагався виділяти перевагу кінцевих станів, але просив респондентів вказати значення 57 цінностей, які вони оцінювали як «керівні принципи свого життя». В роботі Ш. Шварца розмежовано індивідуальний рівень аналізу та рівень аналізу культури в цілому, що в порівнянні з системами оцінювання попередників становить важливу відмінність. На індивідуальному рівні ним було виділено 10 різних видів цінностей (влада, досягнення, гедонізм, стимуляція, самостійність, універсалізм, доброзичливість, традиція, конформізм та безпека).

Культура як зміст і певна характеристика життєдіяльності суспільства та окремої особистості діє в зовнішньому і внутрішньому середовищах організації, визначає поведінку і ставлення індивідів до інших людей.

Культура управління – це сукупність теоретичних та практичних положень, принципів, норм і цінностей, що мають загальний характер і стосуються певною мірою різних аспектів управлінської діяльності. До предмета культури управління належать різні методи розв'язання різноманітних організаційно-управлінських проблем (формулювання мети, аналіз проблем, що заважають її досягненню, діагностика управлінських рішень); технологічні, комунікативні, організаційно-структурні (чисельність апарату управління, добір і розстановка кадрів) проблеми тощо.

При дослідженні вирішальних соціокультурних чинників, що формують українську ментальність, визначено, що в цілому в українців сильні родинні зв'язки, важливе відчуття дружби.

Саме тому у сприйнятті спонукальних мотиваторів найбільшого успіху досягають ті, в яких наголос робиться праці як інструменті забезпечення добробуту та безпеки сім'ї.

Дружні відносини також є важливою цінністю у системі трудових відносин на українських підприємствах, що з управлінської точки зору приводить до висновку про необхідність застосовувати в якості мотиву спонукання до праці посилення до почуттів дружніх стосунків, тобто таких, які базуються на взаємній довірі, єдності інтересів та прихильності.

Українцям важлива свобода дій та думок. Через важливість для українського характеру свободи та незалежності кожного окремого громадянина, а не суспільства в цілому, будь-яке відкрите маніпулювання поведінкою, прямі накази та вказівки успіху не принесуть. Отже в комунікаційних управлінських зверненнях варто уникати прямої наказової форми, заперечувальних часток «не», «ні», які б стосувалися особистості. Будь-яке управлінське звернення повинне стосуватися тільки змісту заходу або певної роботи, залишаючи при цьому право робітника на власний вибір інструментів та методів досягнення поставлених завдань в межах професійної компетенції.

В більшості своїй кожен українець живе за наміченим ним планом, а недотримання плану породжує певний психологічний дискомфорт. Складання плану, відслідковування своєчасності його виконання потребує деякого часу. Тому можна говорити про необхідність такого часу для людини на обдумування її дій. Спонтанність не характерна для українського суспільства взагалі і українського робітника зокрема. Тому надзвичайно важливо управлінські заходи планувати заздалегідь та попереджати про необхідність їх виконання завчасно, а не в останню мить. Такий підхід не тільки дозволить підвищити виконавчу дисципліну, але і запобігти можливих виробничих конфліктів.

### Література

1. Парсонс Т. Ценности, мотивы и системы действия / Парсонс Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс, Э. Шилз, Д. Олдс. – М.: Академический проект, 2002. – 880 с.
2. Тромпенсера Ф. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенсера, Ч. Хампден-Тернер. – Минск, 2004. – С. 7- 65 .
3. Schwarts S. et al. Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory Of Basic Human Values with Different Method of Measurement // Journal of Cross-Cultural Psychology, 2001. - №32(5). – P. 519-542.
4. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. С англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. -336 с.
5. Примак Т.О. Маркетингові комунікації / Т.О. Примак. – К.: Атака, Ельга Н., 2009. – 328 с.
6. Примак Т.О. Трансформаційні перетворення рекламного креативу в Україні : наук.-практ. видання / Т.О. Примак. – К.: КНЕУ, 2011. – 190 с.
7. Белявцев М.И. Поведение потребителей: учеб. пособ. / М.И. Белявцев, Л.М. Иваненко. - Донецк, 2008. -303.

*Рецензент д.э.н., профессор Савина Г.Г.*