

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ІНСТИТУТІВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ-РОЗВИТОК СУСПІЛЬСТВА В ЕПОХУ ПОСТІНДУСТРІАЛІЗМУ

Н. Є. Федорова, к. е. н., доцент, ДВНЗ УДХТУ, sandetskaya777@ukr.net, orcid.org/0000-0003-1693-6260

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: логічного й історичного – при дослідженні процесу еволюції теоретичних поглядів щодо ролі соціокультурних факторів в процесі поглинання знань; метод класифікацій – при виділенні основних підходів до визначення головних соціокультурних факторів, що впливають на процес передачі й засвоєння знань; загального й особливого – при встановленні єдності та відмінності в існуючих підходах щодо вирішальних соціокультурних факторів, що впливають на успішність процесу поглинання знань.

Результати. Доведено, що процес поглинання та передачі знань на рівні компанії та індивідуальному рівні, залежачи від національних особливостей, відбувається під впливом деяких інших соціокультурних факторів, якими компанія може управляти. Встановлено, що в сучасній науковій літературі відсутній єдиний підхід щодо визначення вирішальних соціокультурних факторів, що позитивно чи негативно впливають на процес поглинання знань. Серед таких факторів вчені відзначають досвід, мотивацію, соціальні зв'язки та соціальний капітал, культурне розмаїття, безперервність навчання, довіру, відкритість до змін тощо. Таке різноманіття підходів породжує необхідність дослідження всіх вказаних соціокультурних факторів впливу на успішність поглинання знань в їх єдності та взаємозв'язку.

Новизна. Доведено, що успішність процесу поглинання на рівні компанії залежить від здатності, бажання та успішності передачі знань в компанії. Здатність до засвоєння знань залежить від інтелектуального рівня, рівня освіти, досвіду, навичок суб'єкта, що поглинає знання; бажання засвоювати знання залежить від мотивації, стимулів та інтересу, відкритості до знань, усвідомлення цінності знань, культури знань; успішність передачі знань залежить від організаційних процедур передачі знань, успішних комунікацій, тривалості відносин, соціальних зв'язків та соціального обміну, соціальної інтеграції, заснованих на довірі, а також від тих соціальних фільтрів, які людина-отримувач знань ставить між собою та знанням.

Практична значущість. Усвідомлення вищезазначених факторів може дати розуміння складної динаміки, яка формує сприйняття знань на рівні країни і на рівні організації. Важливо визнати багатогранність цих впливів, те, як вони взаємодіють між собою, а також вектор і міру цих впливів, що може вважатися напрямом подальших досліджень.

Ключові слова: постіндустріалізм, інформаційна революція, Industry 4.0, соціально-економічний розвиток суспільства, інституціональне середовище, соціокультурні інститути, поглинання знань, передача знань.

Постановка проблеми. Постіндустріалізм, що на сучасному етапі свого розвитку набуває форми інформаційного суспільства, спричиняє стирання економічних кордонів та ліквідує ресурсні обмеження індустріальної

епохи. Як відомо, до основних елементів нової цифрової епохи розвитку суспільства, або Industry 4.0, відносять кібер-фізичні системи, хмарні технології, Big-Data та аналітику, Інтернет речей (IoT), хмарні технології тощо.

Постіндустріальна цифрова епоха оздобила суспільство надпотужним потенціалом впливу на соціально-економічну систему, що породжує значні позитивні впливи на господарський процес.

Так, глобальний доступ до цифрових ресурсів та розвиток електронної комерції сприяють зростанню інтернаціональної торгівлі та співпраці. Розвиток глобальної інфраструктури, такої як швидкі мережі передачі даних, центри обробки інформації, екологічні енергетичні системи тощо, сприяє прогресу будівництва та інжинірингу. Активне створення єдиного глобального середовища дає змогу поєднати різні технології в рамках однієї бізнес-платформи, що розвиває співробітництво замість протистояння. Розвиток електронної системи комунікацій дає змогу пов'язувати попит із пропозицією без участі людини, що значно зменшує транзакційні витрати. Відбувається зниження і середніх змінних витрат та максимізація прибутку фірми за мінімально короткий термін часу, зниження вартості транзакцій, витрат на маркетинг та рекламу, комунікації та, як наслідок, ціни товару.

Бізнес-платформи забезпечують суб'єктів багатостороннього ринку цілим комплексом необхідних технологій, а споживачі отримують можливість задовольнити потреби, які раніше вважалися нереальними, а також можуть навіть брати участь у створенні товару. Прикладами подібних платформ виступають Amazon, eBay, Google Cloud Platform (GCP), Zoom, Oracle, Microsoft Dynamics, Zoho CRM, PayPal, а в Україні Prom.ua, Розетка тощо. Ці платформи різних типів і для різних функцій в сучасній економіці відіграють ключову роль у спрощенні бізнес-процесів, взаємодії зі зацікавленими сторонами та прискоренні інновацій. Завдяки цьому малі та середні підприємства у всьому світі отримали можливість підключення до інфраструктури подібних бізнес-платформ, аби скористатися величезною глобальною базою клієнтів. Мікропідприємства та проекти, які потребують капіталу, можуть звернутися до таких платформ, як Kickstarter, в яких наразі взяли участь майже 3,3 млн осіб практично кожної країни світу у 2014 році. Тож для малого бізнесу в країнах, що розвиваються, цифрові платформи стали способом

подолання обмеження на своїх місцевих ринках [1].

Отже, незважаючи на те, що глобальні мережі торгівлі товарами, інвестиціями та інфраструктурою, що полегшують рух відповідних потоків, забезпечують світове економічне лідерство тих країн, які знаходяться в їхньому центрі, країни периферії завдяки активному розвитку ІКТ в епоху цифрової революції можуть отримати навіть більше переваг для свого технологічного розвитку. Для економік, які були відносно від'єднані від світових торгових мереж, поява нових цифрових платформ і трансграничних потоків даних можуть стати трансформаційними. Так, існують країни, які, не маючи значних природних, фінансових та людських ресурсів, скористалися здобутками інформаційної революції з її можливостями брати участь у глобальних потоках, отримувати доступ до ідей, досліджень, технологій, талантів, найкращих практик з усього світу, та завдяки цим можливостям перетворилися на сучасних технологічних лідерів. Серед них Сінгапур, який є провідником в сфері створення електронного урядування, цифрових інфраструктур, штучного інтелекту, впровадження розумних систем управління транспортом, електронних сервісів для громадян, цифрових рішень для бізнесу; Тайвань, де розташовані такі гіганти технологій, як TSMC (Taiwan Semiconductor Manufacturing Company), що є провідним виробником напівпровідників у світі, та Foxconn, яка виготовляє електронні компоненти для багатьох відомих брендів, включаючи Apple; Ізраїль, який визначається як «стартап-нація», що активно інвестує в створення інноваційних стартапів; Естонія, яка характеризується як е-держава та одна з країн, що активно використовує цифрові технології для поліпшення якості життя громадян та бізнесових процесів; Ірландія, яка змогла залучити інвестиції великих технологічних корпорацій; Нідерланди, які відомі своєю високотехнологічною інфраструктурою та розвинутою цифровою економікою тощо.

Водночас далеко не всі країни світу зараз демонструють можливості скористатися досягненнями цифрової революції. Навіть наявність значних природних та фінансових ресурсів не є запорукою успішного переходу до

постіндустріального цифрового суспільства. Так, наприклад, Бразилія, що є однією з найбільших економік у світі, поки що не має високоінтегрованого промислового сектору, який би залучав передові технології Industry 4.0; Індія, яка має потужний ІТ-сектор, ще не використовує повністю потенціалів зв'язку між різними галузями промисловості та автоматизації процесів; Україна, яка має великий потенціал у сфері інформаційних технологій та програмного забезпечення, поки що не змогла повністю реалізувати його. Таким чином, постіндустріальний етап розвитку суспільства завдяки інформаційній революції створює потужний потенціал для розвитку практично всіх країн світу, особливо технологічно відсталих, дозволяючи їм динамічно змінювати свою економіку та підвищувати конкурентоспроможність на світовому ринку, вдосконалюючи свої виробничі, бізнес- та соціальні системи. Водночас постає питання, чому далеко не всі країни спромилися використати цей потенціал?

Перш за все слід відзначити, що вирішальне значення для створення середовища, сприятливого для прогресивного технологічного розвитку в умовах постіндустріалізму відіграє наявність ефективно функціонуючих інституцій, чії функції охоплюють діапазон від підтримки досліджень і розробок до створення сприятливого регуляторного середовища та сприяння співпраці між різними зацікавленими сторонами. Надійна інституціональна структура має важливе значення для подолання складнощів в процесі трансформації економіки від індустріального до постіндустріального способу господарювання. Тож, на можливості соціально-економічної системи суспільства впроваджувати нові технології впливає здатність кожної з її основних підсистем сприяти науково-технологічному розвитку через формування відповідних інститутів, тобто інституціонального середовища. Скоординований розвиток інститутів кожної з основних підсистем суспільної системи визначає напрям розвитку соціально-економічної системи, що відкриває можливості для корегування цього процесу в бажаному напрямку, формує механізми управління системою.

Важливо відзначити, що навіть наявність розвинених інститутів економічної та

політико-правової підсистеми не гарантує країні успішного застосування нових технологій та використання їх для власного соціально-економічного розвитку. Розвинене бізнес- та правове середовище не є запорукою використання нових знань в умовах, коли економічні суб'єкти не готові їх сприймати та адаптувати з причин, що пролягають в соціокультурній площині. Тож соціокультурна сфера та розвиток її інституцій відіграє найважливішу роль в процесі генерування та використання нових знань та технологій.

Беззаперечно, центральне місце серед соціокультурних факторів, що впливають на процес генерування та використання новітніх знань, що трансформуються в технології, відіграє освіта. Рівень компетенцій населення в галузі цифрових технологій допомагає країнам використовувати потенціал цифрової революції, а недостатня кваліфікація персоналу, зокрема низький рівень цифрової грамотності, нерозвинені навички в галузі інформаційних технологій і програмування можуть стати перешкодою для повного їх сприйняття. Отже, регіони з розвиненою системою освіти та науковими установами частіше створюють передумови для розробки та передачі знань. Взагалі, високий рівень освіти сприяє створенню інтелектуальної інфраструктури, яка стимулює інновації та розвиток цифрових технологій. Тісний позитивний зв'язок рівня освіти та інноваційного розвитку демонструють такі країни-світові технологічні лідери, як Сінгапур, Швеція, Фінляндія, Нідерланди, Ізраїль тощо. Водночас цікавою і не до кінця з'ясованою залишається проблема визначення інших соціокультурних факторів, що активізують чи дезактивують засвоєння знань та поглинання технологій в сучасному постіндустріальному світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підвалини дослідження соціокультурних факторів як таких, що впливають на процес поглинання знань і технологій, заклали такі вчені, як: Е. Роджерс, М. Е. Портер, С. К. Прахалад та інші. Серед сучасних вчених, що присвячують свої наукові публікації цій проблемі, слід відзначити: Ю. Чанга та Ю. Гонга [2], І. Нонаку та Х. Такеучі [3], І. Бьоркмана, Г. К. Шталя, Є. Ваара [4], О. Махді та І. Нассара [5], Д. Яхіяуя та Х. Шеббіба [6], Р. М. Сарала та П. Джуні [7],

К. Моргана [8], Дж. Нахапіста та С. Гошала [9] тощо. Так, Е. Роджерс, відомий своєю роботою «Дифузія інновацій» (1962), заклав основу для розуміння процесу адаптації знань та ролі каналів комунікації в їх засвоєнні. Професор Гарвардської школи бізнесу М. Е. Портер в своїй роботі «Конкурентна стратегія: методи аналізу галузей і конкурентів» (1979), досліджує, як культурні та інституціональні чинники впливають на конкурентоспроможність країни у впровадженні та засвоєнні нових технологій. У своїй праці «Конкурентна перевага націй» (1990) вчений представив концепцію кластерів як географічних концентрацій взаємопов'язаних компаній та установ, які мають спільні галузі. М. Е. Портер стверджує, що наявність потужних кластерів може значно підвищити конкурентоспроможність регіонів і націй. С. К. Прахалад відомий роботами про роль культури у формуванні споживчої поведінки та ринкових можливостей, особливо в контексті економіки, що розвивається, що є актуальним для розуміння того, як культурні фактори впливають на впровадження технологій. С. К. Прахалад разом із Г. Хамелом в своїй фундаментальній статті «Основна компетенція корпорації» (1990) представили ідею про те, що організації повинні зосередитися на розвитку та використанні основних компетенцій – унікальних здібностей і знань, які відрізняють їх від конкурентів.

Водночас наразі не існує комплексного аналізу соціокультурних факторів в процесі їхнього впливу на процес передачі та поглинання знань.

Формулювання мети статті. Метою статті є аналіз існуючих підходів щодо визначення соціокультурних факторів, що позитивно чи негативно впливають на процес передачі й поглинання знань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи процес використання наукових знань у вигляді поглинання технологій на сучасному постіндустріальному етапі розвитку суспільства, важливо відмітити, що він відбувається не тільки в національному інституціональному середовищі, яке формують економічні, інфраструктурні, політико-правові, соціальні інституції, а й передбачають безпосередній процес погли-

нання знань на мікрорівні, тобто на рівні підприємства, організації, окремого працівника. Поглинання знань (knowledge absorption) – це процес, в результаті якого організація чи особа приймає, інтегрує і використовує нові знання або інформацію з метою поліпшення своїх навичок, процесів, стратегій чи результативності. Цей термін застосовується як у контексті організаційного навчання, так і в особистісному розвитку.

Згідно з Ю. Вілкесманном та ін. [10], передача знань може відбуватися на трьох рівнях: індивідуальному, внутрішньо організаційному та міжорганізаційному. Передачу знань на індивідуальному рівні можна описати як обмін інформацією, навичками та досвідом між однолітками, друзями та знайомими. Внутрішньо організаційна передача знань передбачає обмін інформацією, ідеями та фактами, що відбувається в межах одного організаційного середовища (наприклад, департаменту, відділу, організації чи університету). Міжорганізаційна передача знань – це процес навчання за межами організації, за допомогою якого одна організація вчиться на досвіді та знаннях іншої [11].

Аналізуючи процес внутрішньо організаційної та міжорганізаційної передачі знань в компанії, сучасні вчені акцентують свою увагу на різних соціокультурних аспектах, що можуть як стимулювати, так і гальмувати вказаний процес.

Одна група вчених акцентує увагу на важливості самої здатності працівників компанії до поглинання знань та їхньої мотивації. Так, Ю. Чанг, Ю. Гонг та ін. на основі даних від 162 британських дочірніх компаній тайванських транснаціональних компаній теоретично визначили три виміри компетенцій, необхідних для передачі знань: здатність, мотивацію та пошук можливостей. Інтегруючи структуру здібностей-мотивацій-можливості та перспективу здатності до засвоєвання, вчені припустили, що іноземні компетенції у передачі знань впливають на продуктивність дочірньої компанії через знання, отримані дочірньою компанією, але цей непрямий ефект є сильнішим, коли здатність до засвоєвання дочірньої компанії більша. Тобто опосередкований вплив компетенції іноземних громадян у передачі

знань на продуктивність допоміжних компаній може бути посилений, коли допоміжні можливості поглинання є більшими. Знання, отримані дочірньою компанією, і продуктивність дочірньої компанії досягають найвищого рівня, коли експатріанти мають компетенції в передачі знань і дочірнє підприємство має поглинальну потужність [2].

Подібних висновків дійшли й вчені Д. Мінбаєва, Т. Педерсен, та ін., які здійснили вибірку зі 169 дочірніх компаній транснаціональних корпорацій (ТНК), що працюють у США, росії та Фінляндії та дослідили взаємозв'язок між практиками управління людськими ресурсами (HRM) дочірніх компаній ТНК і здатністю до поглинання й передачі знань. Автори підкреслюють важливість як здатності, так і мотивації при передачі знань з інших частин ТНК, при цьому самі по собі здібності чи мотивація співробітників не призводять до передачі знань [12].

Інша група вчених акцентувала увагу на важливості безперервного навчання в компанії, формування організаційної культури навчання. Так, К. Арджиріс зосередився на ідеї, що організації повинні брати участь у безперервному навчанні, аби залишатися ефективними та адаптивними. Ці ідеї заохочують організації розвивати культуру відкритості, запитань і роздумів, щоб сприяти постійному навчанню та адаптації. К. Арджиріс спільно з Д. Шоном в своїй праці «Теорія на практиці: підвищення професійної ефективності» (1974) розробили концепцію «науки про дії» як основи, що підкреслює важливість поєднання теорії та практики таким чином, щоб сприяти як навчанню, так і вирішенню проблем в організаціях. Отже, організації, які сприяють культурі навчання, краще підготовлені для розуміння, засвоєння та інтеграції нових технологій у свою діяльність.

Провідні японські бізнес-експерти І. Нонака та Х. Такеучі розширили цю ідею, розробивши модель SECI, яка означає соціалізацію, екстерналізацію, поєднання та інтерналізацію, що була представлена ними в праці «Компанія, що створює знання: як японські компанії створюють динаміку інновацій» (1995). Модель представляє структуру для розуміння перетворення неявних знань (особистих, суб'єктивних знань) у явні знання (кодифіковані, формальні знання)

всередині організацій. Тим самими вчені підкреслюють важливість безперервного процесу навчання для організаційних інновацій та вдосконалення. На їхню думку, створення культури знань в організації, яка сприяє їх обміну та поширенню, відіграє вирішальну роль у передачі знань [3].

Е. Шайн, організаційний психолог, автор праці «Організаційна культура та лідерство» (2016), також наголошує на ролі лідерства, комунікації та культури навчання в процесі сприйняття та обміну знаннями [13].

Ще одна група вчених акцентує увагу на важливості й суперечливості впливу культури та її складових на ефективність процесу передачі й засвоєння знань. Так, М. Дуглас, культурний антрополог, аналізувала, як спільні переконання та цінності, стандарти і норми, віра та релігійні концепції впливають на процес сприйняття та управління знаннями. Вчена визнавала, що певні типи знань можуть відповідати культурним очікуванням або, навпаки, викликати відчуття невизначеності, що впливає на процес засвоєння та інтерпретації знань.

Г. К. Тріандіс, крос-культурний психолог, за допомогою моделі індивідуалізму-колективізму розширив розуміння того, як культурні цінності впливають на когнітивні процеси, такі як сприйняття, пам'ять, що впливає на вирішення проблем та співпрацю в організаційних умовах. Його робота підкреслила, що культурне походження може формувати фундаментальні аспекти когнітивного функціонування [15]. Модель культурних вимірів Ф. Тромпенаарса та Ч. Гемпдена-Тернера досліджує, як культурні відмінності гальмують процес прийняття рішень і обмін знаннями в організаціях [16].

Негативний вплив культурної диференціації на процес передачі знань підкреслювали й такі вчені, як Д. Яхіяуя, Х. Шеббіб та ін.. Аналізуючи роль HR-практик у подоланні відмінностей і конфліктів між джерелом і одержувачем знань, вони дійшли висновку, що найбільші проблеми непорозуміння під час передачі й отримання знань виникають через відсутність міжкультурного навчання для підтримки спілкування та прояснення індивідуальних очікувань і уявлень. Крім того, вчені показали, що мовні та гео-

графічні бар'єри також сприяють непорозумінням і призводять до блокування зв'язку. Згідно з їхніми висновками, міжкультурні конфлікти призводять до стресу та негативного ставлення до набувача, що, як наслідок, перешкоджає передачі знань [6]. Вчені Х.Е. Ілдіз та К.Ф. Фей дійшли подібних висновків. Вони зосередились на аналізі взаємозв'язку сумісності нових знань і організаційним ненавчанням (тобто відмовою від старих процедур, щоб звільнити місце для нових), яке пом'якшує зв'язок між сумісністю та ступенем успішної передачі знань. Спираючись на аспект сумісності знань, вчені стверджують, що успіх передачі знань залежить від того, наскільки ці практики сумісні з потребами підрозділів-одержувачів, інтерпретаціями попереднього досвіду та існуючими цінностями [17].

Вчені Ф. Тянь та Дж. Лоу на прикладі 152 китайських підприємств показали, що культура сама по собі не впливає безпосередньо на передачу знань, але робить це через свій вплив на канали комунікації та інституції. Ефективна комунікація лежить в основі успішної передачі знань, водночас вона визначається рядом міжкультурних факторів. Також вчені стверджують, що культурні відмінності можуть перекриватися організаційними відмінностями або схожістю, якщо партнери мають відповідні механізми управління знаннями [18].

Водночас культурна диференціація може нести не тільки негативні ефекти, але за належних умов і сприяти більш успішній передачі знань. Про це заявляють такі вчені, як І. Бьоркман, Г. К. Шталь та ін. Досліджуючи зміни прибутковості компанії після злиття за допомогою мета-аналізу 206 910 придбань компаній, вчені показали важливість фактору культурної диференціації, який може призвести до відсутності співпраці та невдалих можливостей для навчання між підрозділами. Вчені підкреслюють, що вказані проблеми можуть посилитися, коли придбання відбувається між компаніями, розташованими в різних країнах. Проблеми з іноземною мовою, різні правові системи, регуляторні перешкоди та національні культурні бар'єри можуть бути основними перешкодами для досягнення переваг інтеграції. До-

слідження показали, що спільні цінності полегшують створення та підтримку довіри, а невідповідність цінностей негативно впливає на довіру та якість спілкування та співпраці між партнерами по альянсу. Водночас використання механізмів соціальної та операційної інтеграції пом'якшує культурні відмінності, зменшує їх негативні наслідки. Більше того, аналіз показав, що культурні відмінності можуть бути корисними, оскільки вони здатні посилювати потенціал комбінації, адже взаємодоповнюваність ресурсів або можливостей, таких як різні продукти, доступ до ринку або знання, які доповнюють і покращують одне одного, створюють можливості для різних синергетичних результатів, у тому числі передачі існуючих ноу-хау і створення нових ноу-хау [4].

Ще одна група вчених вважає вирішальним фактором успішності процесу поглинання знань організаційні фактори. Дослідження організаційної поведінки та когнітивних процесів під час передачі знань в роботах Й. Хсу та ін., Ф. Канвала та ін. показало важливість організаційної культури, організаційної структури, технології та міжорганізаційних контактів в процесі передачі знань [19], [20].

Вчені Л. Г. Торнацкі, Дж. Д. Евеленд та М. Флейшер за допомогою моделі «Структура ТОЕ (Технологія – Організація – Середовище)», яку вони подали в роботі «Процеси технологічних інновацій» (1990), продемонстрували ключові детермінанти, які впливають на успішне впровадження технологічних інновацій. Структура ТОЕ складається з трьох елементів: технологія, що аналізує її функціональність, сумісність з існуючими системами та складність; організація, що включає в себе внутрішні характеристики організації-приймача, такі як її структура, ресурси, ІТ-інфраструктура, наявні навички та можливості, а також загальна готовність і відкритість до змін; середовище, тобто фактори поза контролем організації, такі як регуляторні, економічні та конкурентні впливи. Структура ТОЕ передбачає, що успішне впровадження технології не залежить виключно від характеристик самої технології. Натомість це складна взаємодія технологічних атрибутів, організаційних факторів і зовнішнього середовища [21].

Модель TOE була розвинута Дж. Барні за допомогою його моделі «RBV (Погляд на основі ресурсів)», якою вчений доводить, що внутрішні фактори всередині організації, такі як знання, навички та технологічна інфраструктура, є критично важливими для формування її відповіді на зовнішні технологічні можливості та загрози [22], [23].

Важливість як культури, так і факторів навчання, а також організаційних факторів, що можуть подолати культурні бар'єри в організаціях, підкреслюють Р. М. Сарала, П. Джунні та ін. Вчені зазначають, що соціокультурні міжфірмові зв'язки (додаткові навички працівників, довіра, колективне навчання та культурна інтеграція) між фірмами, що зливаються, впливають на рівень передачі знань у M&A (злитті і поглинанні). Крім того, вони стверджують, що гнучкість HR (гнучкість навичок працівників, гнучкість поведінки працівників і гнучкість практик HR) є життєво важливою для розвитку соціокультурних міжфірмових зв'язків у M&A. Крім того, вчені показали, що гнучкість ресурсів і координації в поведінці співробітників сприяють створенню специфічних для відносин активів (довіра), процедур обміну знаннями (колективне навчання) і ефективного управління (культурна інтеграція) у M&A, тому що вони збільшують готовність працівників брати участь у розвитку цих міжфірмових зв'язків. Також вчені підкреслюють важливість організаційних культурних відмінностей в гнучкості HR у M&A. Хоча попередні дослідження злиття та поглинання виявили неоднозначний ефект щодо взаємозв'язку між організаційними культурними відмінностями та результатами придбання, дослідження Р. М. Сарала та ін. доводять позитивний вплив організаційних культурних відмінностей, що можна пояснити збільшенням гнучкості ресурсів у навичках працівників: організаційні культурні відмінності забезпечують ширшу базу навичок для працівників об'єднаної фірми. Навпаки, негативний вплив організаційних культурних відмінностей, про який повідомлялося в попередніх дослідженнях, можна пояснити тим фактом, що широку базу навичок працівників складніше зрозуміти та керувати нею, що зменшує гнучкість координації навичок працівників. Негативний ефект організаційних

культурних відмінностей також може бути пов'язаний зі зниженням гнучкості у поведінці співробітників через негативну соціальну ідентифікацію і зниження гнучкості в практиках управління персоналом, що виникає внаслідок різко відмінних організаційних культурних контекстів [7].

Нарешті, ще одна група вчених акцентує увагу на соціальному капіталі, соціальних зв'язках та комунікаціях і їх важливості для процесу поглинання знань. Соціальний капітал відображає міру довіри, співпраці та взаємодії між людьми в рамках соціальних груп і спільнот. Він включає в себе набір соціальних норм, цінностей, звичок та мереж зв'язків, які формуються між індивідами і групами та сприяє створенню позитивного соціального клімату, підтримує інтеракцію та співпрацю, у тому числі в процесі поглинання знань. Він відображає взаємодію, що відбувається між працівниками, а також між працівниками та їхнім соціальним середовищем.

Так, Х. Бресман, Дж. Біркіншоу та ін., здійснивши багатометодичне дослідження передачі знань у міжнародних придбаннях, показали, що передача технологічних ноу-хау полегшується соціальними контактами, тобто спілкуванням, візитами та зустрічами, а також часом, що минув з моменту придбання, тоді як передача патентів пов'язана з чіткістю знань, розміром придбаної одиниці, і недавністю придбання. Використовуючи дані прикладних досліджень, вони показали, що період безпосередньо після отримання характеризується примусовою односторонньою передачею знань від набувача до набутого, але з часом вона поступається місцем високоякісній взаємній передачі знань [24].

В. Смирнова, Г. Латфуллін та ін., аналізуючи вплив трансферу знань на інтеграційні процеси на прикладі близько 130 російських технопарків, показали важливість соціальних зв'язків в організаціях та виявили найпоширеніші способи, якими може здійснюватися передача чітких і незрозумілих знань між науковими, освітніми та бізнес-організаціями. До них вони віднесли консультативні послуги, корпоративні портали та комунікаційні платформи, менторство, спільні конференції, симпозиуми, дискусії, використання різних видів навчання, створення спільнот, клубів,

та інших неформальних об'єднань, академічних спін-оф компаній, центрів трансферу технологій тощо [25].

Р. Д. Патнем – політолог і професор – вважає, що соціальний капітал є ключовим соціокультурним фактором, що впливає на засвоєння знань і технологій. В своїй праці «Боулінг наодинці: крах і відродження американської спільноти» (2000) він розглядає соціальний капітал як цінний ресурс, який посилює співпрацю та довіру, освітні досягнення та економічний розвиток. За словами О. Махді, І. Нассара та ін [5] продуктивність у командній роботі та покращення передачі знань виявляються, коли члени організації інтегрують свої знання, адже люди, які беруть участь у передачі знань, і організація, яка використовує цей процес для будь-якої тактичної вигоди, впливають на процес передачі знань. Фактично, культурний і соціальний контекст наголошує на встановленні високого рівня передачі знань в організації, а обмін знаннями, який відбувається між працівниками будь-якої організації, підкреслює командний дух, згуртованість, соціальний капітал [26], [27].

Розглядаючи ключові фактори успіху у злиттях і поглинаннях (M&A), Г. Шталь разом з Д. Ангвіном та ін. наголошують на вирішальній ролі довіри. На думку вчених, відмінності в ефективності фірм перед придбанням, асиметрія влади та культурна дистанція є відносно поганими прогностичними показниками довіри, тоді як швидкість інтеграції, мультикультуралізм покупця, якість спілкування та очікувані переваги співробітників є основними факторами, що позитивно впливають на довіру членів цільової фірми. Отже, здатність покупця створювати атмосферу взаємної поваги та довіри сприяє передачі можливостей, спільному використанню ресурсів і навчанню, і навпаки, соціокультурні проблеми та проблеми з людськими ресурсами можуть підірвати реалізацію запланованої синергії [28].

М. Ісмаїл підтверджує, що довіра та безпека, відповідно до теорії соціально-психологічної лінзи, є ключовими якостями, які не тільки допомагають помістити знання в контекст, але й надихають людей навчатися та збирати нову інформацію з надійних дже-

рел. Це підтверджується тим фактом, що організації, які сприяють створенню середовища прозорості, співпраці та віри, а також середовища, де можна передавати культурні цінності, процвітають більше, ніж ті, які просто сприяють культурі навчання [29]. Багато досліджень підтверджують висновок про важливість культури відкритості та інклюзивності, що веде до більшої ефективності під керівництвом практиків.

Ф. Канвал та ін. [20] використовують теорії соціального обміну та очікування щоб довести, що організації, засновані на знаннях, які працюють на основі довіри, значно ефективніші з точки зору передачі та використання знань. Нарешті, С. Мумтаз та С. Надім [30] також наголошують на важливості формування довіри, підтверджуючи, що важливим проміжним фактором, який сприяє передачі і використанню знань, є довговічність стосунків, як і дослідження Ф. Галаці і Б. Більярді [31], а також Л. Хігера та П. Нільсена [32].

К. Морган, висуваючи аргументи проти твердження глобалістів стосовно того, що географія в сучасному інформатизованому світі не має значення з точки зору переміщення та використанні інформації та знань, обґрунтовує існування перешкод для рівномірного розповсюдження знань шляхом сумніву в здатності інформаційно-комунікаційних технологій «знищувати відстані», де соціальна глибина змішується з просторовим охопленням. Вчений зазначає, що фізична близькість може бути необхідною для деяких форм обміну знаннями та доводить, що саме соціальна глибина з її ширшими можливостями для соціальної взаємності є важливою передумовою для глибокого навчання. Віртуальна близькість може бути сурогатом фізичної близькості в контексті стандартизованих операцій, але не в контексті транзакцій, які мають високу складність, неоднозначність і мовчазність. Отже, «найпотужніше навчання» приходить із безпосереднього досвіду, спілкування віч-на-віч і використання тіла, а не лише розуму.

Вчений підкреслює також роль довіри в прискоренні організаційного навчання. Незважаючи на те, що в соціальних науках точаться жваві дебати щодо довіри, особливо щодо того, як її захищати та підтримувати,

факти свідчать про те, що цей реляційний актив несе витрати (наприклад, блокування), а також вигоди. Головні переваги довіри полягають, по-перше, в тому, що вона економить час і зусилля, щоб мати можливість поклатися на інших; по-друге, що це зменшує ризик і невизначеність; і по-третє, що це прискорює навчання, оскільки сторони причетні до густіших і багатших потоків інформації через те, що люди навчаються краще у тих, кому довіряють.

Тож, з позиції вченого, мова, ідентичність і пряме спілкування є найважливішими елементами успішного «управління знаннями». Важливе також спільне розміщення, що вважається ключовим механізмом використання нематеріальних активів для розробки «спільної мови» [8].

Вчені Дж. Нахапіет та С. Гошал представили власну концепцію соціального капіталу у своїй відомій роботі «Соціальний капітал, інтелектуальний капітал та організаційна перевага» (1998). Основна ідея статті полягає в тому, що соціальний капітал, який визначається як сукупність відносин між індивідами у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації, може призводити до створення інтелектуального капіталу і, таким чином, приносити конкурентну перевагу організації. Вчені запропонували три виміри соціального капіталу: структурний капітал (Structural Capital), що являє собою формальні відносини в організації, такі як мережеві зв'язки, мережева конфігурація і відповідна організація; когнітивний капітал (Cognitive Capital) – знання та навички працівників, а також їхня спроможність до інновацій та творчості, включаючи спільну мову та коди, спільні наративи; та суспільний капітал (Relational Capital) – інформаційні та соціальні зв'язки між працівниками та організаціями, що відносяться до тих активів, які створені та використані через стосунки, наприклад, повага та дружба, довіра та надійність, норми та санкції, зобов'язання, очікування, а також ідентичність та ідентифікація.

Вчені стверджують, що для того, аби обмін і поєднання ресурсів відбувалися як засіб створення вартості, необхідні чотири умови: можливість обміну та поєднання, очікування того, що обмін і поєднання породжу-

ють вартість, мотивацію, що обмін і поєднання відбулися, а також здатність комбінації як важливий фактор створення вартості. Завдяки впливу соціального капіталу на умови, необхідні для обміну та поєднання, він сприяє створенню інтелектуального капіталу. Новий інтелектуальний капітал, своєю чергою, впливає на соціальний капітал, який полегшує обмін та поєднання знання, що веде до створення нового інтелектуального капіталу тощо, тобто цей процес слід розглядати як складну діалектичну «коеволюцію». В своїй моделі вчені показують вплив кожного елемента соціального капіталу на процес створення інтелектуального капіталу [9].

Проведений аналіз показав, що існуючі дослідження зосереджуються на різних соціокультурних аспектах процесу передачі й поглинання знань. Узагальнюючи вищесказане, з нашої позиції, можна звести всю сукупність факторів, що позитивно чи негативно впливають на вказаний процес, до трьох груп, що стосуються формування здатності, бажання та успішності передачі та поглинання знань в компанії.

До першої групи факторів, що визначають здатність до поглинання знань, можна віднести інтелектуальний рівень, рівень освіти, досвід, навички, грамотність та цифрову грамотність, що формують систему активних та пасивних знань як основи для сприйняття нової інформації. Так, робоча сила з високим рівнем освіти та відповідними навичками, швидше за все, легко адаптується до нових технологій. Низький освітній рівень, неадекватна підготовка або невідповідність між необхідними та наявними наборами навичок можуть перешкоджати успішному поглинанню знань. Всі ці фактори можуть бути розвинуті на рівні компанії шляхом навчання.

По-друге, успішність процесу передачі та поглинання знань багато в чому залежить від мотивації, стимулів та інтересу суб'єктів вказаного процесу опанувати нову інформацію та знання в певній сфері. Зазначена група факторів пролягає в соціокультурній площині та залежить від відкритості до знань, усвідомлення цінності знань, культури знань, системи мотивації для поглинання знань в компанії. Доведено, що культури, які більш

відкриті до змін, можуть сприймати інноваційне мислення, тоді як ті, хто опирається змінам, можуть бути більш консервативними у своєму підході до знань.

Нарешті, по-третє, сам процес передачі знань, його механізми та методи також активно впливають на результат. Успішність передачі знань визначається перш за все кваліфікацією та освітнім рівнем того, хто передає знання. Вона також залежить від ефективності методів навчання, що формують культуру навчання, організаційних процедур передачі знань, успішності комунікацій, дистанції, тривалості відносин, співпраці, спільних переконань, соціальних зв'язків та соціального обміну, соціальної інтеграції, заснованих на довірі. Однак, оскільки процес передачі знань – це обоюдний акт, то він залежить і від тих соціальних фільтрів, які людина-отримувач знань ставить між собою та знанням, що може перешкоджати процесу отримання знань через його несприйняття адресатом.

Соціальний фільтр визначають культурні відмінності, що полягають у відмінностях в мові, релігійних переконаннях, етичних міркуваннях, гендерних ролях тощо, що можуть створювати певні наративи та обмежувати вільне сприйняття нових знань. Тож культурні відмінності та опір, що виникають через культурні зіткнення, можуть створювати труднощі у впровадженні технологій, особливо в багатонаціональних або культурно різноманітних організаціях. Водночас рівень культурної неоднорідності в суспільстві може впливати на різноманітність точок зору та джерел знань. Тож організаціям, які сприяють культурному різноманіттю та інклюзії, може бути легше адаптуватися до технологічних змін, оскільки різноманітні точки зору можуть сприяти інноваційному вирішенню проблем.

Усвідомлення цих факторів може дати розуміння складної динаміки, яка формує сприйняття знань у певній країні і на рівні організації. Важливо визнати багатогранність цих впливів і те, як вони взаємодіють, формуючи інтелектуальний і культурний клімат у суспільстві.

Висновки. Проведений аналіз показав, процес поглинання та передачі знань на рівні компанії та індивідуальному рівні, залежачи

від національних особливостей, що виступають зовнішніми по відношенню до компанії факторами, відбувається під впливом деяких соціокультурних чинників, якими компанія може управляти. Водночас поки що не існує цілісної моделі, що відображає всі соціокультурні аспекти процесу передачі й поглинання знань. Так, одні вчені концентрують свою увагу на важливості освіти, досвіду, мотивації, безперервності навчання; інші – на соціальних зв'язках та соціальному капіталі; ще одна група вчених зосереджується на аспектах культурного розмаїття та відзначає важливість довіри, а хтось концентрується на організаційних факторах і організаційній структурі компанії. Таке різноманіття підходів породжує необхідність дослідження всіх вказаних соціокультурних факторів впливу на успішність поглинання знань в їх єдності та взаємозв'язку. Модель поєднання всіх вищеперерахованих факторів, на нашу думку, може передбачати об'єднання їх в три групи, що характеризують здатність, бажання та ефективність передачі знань.

Перспектива подальших досліджень може включати аналіз векторів і міру впливу різноманітних соціокультурних факторів на процес поглинання знань.

References

1. McKinsey&Company. McKinsey Global Institute. Digital globalization: The new era of global flows. March 2016, 156 p. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>
2. Chang Y-Y, Gong Y., Peng M.W. (2012). Expatriate knowledge transfer, subsidiary, Absorptive capacity, and subsidiary performance. *Academy of Management Journal*, 55(4), 927-948. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0985>
3. Nonaka I., Takeuchi H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press, New York. <https://doi.org/10.1080/23735082.2023.2272611>
4. Bjorkman I., Stahl G.K., Vaara E. (2007). Cultural differences and capability transfer in cross-border acquisitions: the mediating roles of capability complementarity, absorptive capacity, and social integration. *Journal of International Business Studies*, *Academy of International Business*, 38, 658-672. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400287>
5. Mahdi O.R., Nassar I.A., Almsafir M.K. (2019). Knowledge management processes and sustainable competitive advantage: An empirical

- examination in private universities. *Journal of Business Research*, 94, 320–334.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.013>
6. Yahiaouia D., Chebbib H., Weber Y. (2016). HR practices, context and knowledge transfer in M&A. *The International Journal of Human Resource Management*, 27 (20), 2415-2435.
<https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1226192>
7. Sarala R.M., Junni P., Cooper C.L., and Tarba Sh.Y. (2016). A Sociocultural Perspective on Knowledge Transfer in Mergers and Acquisitions. *Journal of Management*. Volume, 42 (5), 1230-1249.
<https://doi.org/10.1177/0149206314530167>
8. Morgan K. (2004). The exaggerated death of geography: learning, proximity and territorial innovation systems. *Journal of Economic Geography*, 4, 3–21.
<https://doi.org/10.1093/jeg/4.1.3>
9. Nahapiet J., Ghoshal S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage *Academy of Management*. *The Academy of Management Review*, 23, 242-266.
<https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
10. Wilkesmann U., Fischer H., Wilkesmann M. (2009). Cultural characteristics of knowledge transfer. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 464-477.
<https://doi.org/10.1108/13673270910997123>
11. Easterby-Smith M., Lyles M.A., Tsang E.W.K. (2008). Inter-organizational knowledge transfer: Current themes and future prospects. *Journal of management studies*, 45(4), 677-690.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2008.00773.x>
12. Minbaeva D., Pedersen T., Bjorkman I., Fey C.F., Park H.J. (2003). MNC knowledge transfer, subsidiary absorptive capacity, and HRM. *Journal of International Business Studies*, 34, 586-599.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400056>
13. Schein E.H., Schein P.A. (2016). *Organizational Culture and Leadership*, 5th Edition with Peter A. Schein. Wiley, 416.
14. Berg J.M., Duguid M.M., Goncalo J.A., Harrison S., Miron-Spektor E. (2023). Escaping Irony: Making Research on Creativity in Organizations More Creative. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 175.
<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2023.104235>
15. Triandis H.C. (1972). *Analysis of Subjective Culture: An Approach to Cross-cultural Social Psychology*, John Wiley & Sons Inc, 398.
16. Trompenaars F., Hampden-Turner Ch. (1993). *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. Nicholas Brealey Publishing, 260.
[https://doi.org/10.1016/0024-6301\(93\)90118-y](https://doi.org/10.1016/0024-6301(93)90118-y)
17. Yildiz H.E., Fey C.F. (2010). Compatibility and unlearning in knowledge transfer in mergers and acquisitions. *Scandinavian Journal of Management*, 26, 448–456.
<https://doi.org/10.1016/j.scaman.2010.09.010>
18. Tian F., Lowe J. (2008). The Influence of National and Organizational Culture on Absorptive Capacity of Chinese Companies. *International journal knowledge, culture & change management*, 7 (10), 9-16.
<https://doi.org/10.18848/1447-9524/cgp/v07i10/50435>
19. Hsu Y., Chen Y., Chiang F.F.T., Shaffer M.A. (2022). It takes two to tango: Knowledge transfer between expatriates and host country nationals. *Human Resource Management*, 61(2), 215-238.
20. Kanwal F., Tang C., Ur Rehm A., Kanwal T., Fawad Sharif S.M. (2022). Knowledge absorptive capacity and project innovativeness: The moderating role of internal and external social capital. *Knowledge Management Research & Practice*, Taylor & Francis *Journals*, 20(5), 686-703.
<https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1785960>
21. Tornatzky L.G., Eveland J.D., Fleischer M. (1990). *Technological Innovation as a Process. The processes of technological innovation*. Tornatzky L.G. Lexington, Mass.: Lexington Books, 27–50.
22. Barney J.B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 6, 643–650.
[https://doi.org/10.1016/s0149-2063\(01\)00115-5](https://doi.org/10.1016/s0149-2063(01)00115-5)
23. Barney J.B. (2001). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26 (1), 41–56.
<https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011938>
24. Bresman H., Birkinshaw J., Nobel R. (1999). Knowledge Transfer in International Acquisitions. *Journal of International Business Studies*, 30 (3), 439-462.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490078>
25. Smirnova V., Latfullin Gю, Sundukova G., Baziyan J. (2019). Transfer of knowledge and its impact on integration processes in the technopark. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 374, 214-219.
<https://doi.org/10.2991/mp1g-ia-19.2019.43>
26. Ghobadi S., Mathiassen L. (2017). Risks to effective knowledge sharing in agile software teams: A model for assessing and mitigating risks. *Information Systems Journal*, 27(6), 699–731.
<https://doi.org/10.1111/isj.12117>
27. Grand J.A., Braun M.T., Kuljanin G., Kozlowski S.W.J., Chao G.T. (2016). The dynamics of team cognition: A process-oriented theory of knowledge emergence in teams. *Journal of Applied Psychology*, 101(10), 1353–1385.
<https://doi.org/10.1037/apl0000136>
28. Stahl G., Angwin D., Very P., Weber Y., Tarba S., Noorderhaven N., Benyamini H., Bockenoghe D., Chreim S., Durand M., Gomes E., Kokk G., Mendenhall M., Mirc NI, Miska C., Park K., Raukko M., Rouzies A., Sarala R., Schnurr N-S., Seloti S., Sondergaard M., Yidiz E. (2013). Sociocultural Integration in Mergers and Acquisitions: Unresolved Paradoxes and Directions for Future Research. *Thunderbird International Business Review*, 55(4), 333-356.
<https://doi.org/10.1002/tie.21549>
29. Ismail M. (2015). Conceptualizing knowledge transfer between expatriates and host country nationals: The mediating effect of social capital. *Cogent Business & Management*, 2(1), 1101803-110.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2015.1101803>
30. Mumtaz S., Nadeem S. (2023). Understanding the development of a common social identity between

expatriates and host country nationals. *Personnel Review*, 1, 42-57.

<https://doi.org/10.1108/pr-07-2021-0535>

31. Galati F., Bigliardi B. (2019). Redesigning the model of the initiation and evolution of inter-firm knowledge transfer in R&D relationships. *Journal of Knowledge Management*, 23(10), 2039–2066.

<https://doi.org/10.1108/jkm-05-2018-0326>

32. Heeager L.T., Nielsen P.A. (2017). Intrafirm knowledge transfer of agile software practices: Barriers and their relations. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 19(4), 199–224.

<https://doi.org/10.1080/15228053.2017.1413873>

INFLUENCE OF SOCIOCULTURAL INSTITUTIONS ON THE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY IN THE ERA OF POST-INDUSTRIALISM

*N. E. Fedorova, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
SHEI Ukrainian State University of Chemical Technology*

Methods. The results were obtained through the use of methods: logical and historical – when studying the process of evolution of theoretical views on the role of sociocultural factors in the process of absorbing knowledge; the method of classifications – when distinguishing the main approaches to determining the main sociocultural factors affecting the process of knowledge transfer and assimilation; general and specific – when establishing the similarities and differences in the existing approaches regarding the decisive socio-cultural factors influencing the success of the knowledge acquisition process.

Results. It has been proven that the process of knowledge acquisition and transfer at the company level and at the individual level, depending on national characteristics, is influenced by some other socio-cultural factors that the company can control. It has been established that in modern scientific literature there is no unified approach to determining the decisive socio-cultural factors that positively or negatively affect the process of knowledge acquisition. Among such factors, scientists point out experience, motivation, social connections and social capital, cultural diversity, continuity of learning, trust, openness to change, etc. Such a variety of approaches gives rise to the need to study all the indicated socio-cultural factors of influence on the success of knowledge acquisition in their unity and interrelationship.

Novelty. It has been proven that the success of the acquisition process at the company level depends on the ability, desire, and success of knowledge transfer. The ability to acquire knowledge depends on the intellectual level, level of education, experience, and skills of the subject absorbing knowledge; the desire to acquire knowledge depends on motivation, incentives and interest, openness to knowledge, awareness of the value of knowledge, a culture of knowledge; the success of knowledge transfer depends on the effectiveness of learning methods that shape the culture of learning, organizational procedures of knowledge transfer, successful communications, distance, duration of relationships, cooperation, shared beliefs, social ties and social exchange, social integration based on trust, and also on those social filters that a person receiving knowledge puts between himself and knowledge.

Practical value. Awareness of the above-mentioned factors can provide an understanding of the complex dynamics that shape the perception of knowledge at the country level and the level of the organization. It is important to recognize the multifacetedness of these influences, how they interact with each other, as well as the vector and extent of these influences, which can be considered a direction for further research.

Keywords: post-industrialism, information revolution, Industry 4.0, socio-economic development of society, institutional environment, socio-cultural institutions, knowledge acquisition, transfer of knowledge.

Надійшла до редакції 03.12.23 р.