

Роль корпоративной культуры в цифровой трансформации организации

Role of Corporate Culture in the Digital Transformation of an Organization

Н. ЦЫЦАРОВА

Цыцарова Наталья Михайловна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Ульяновского государственного технического университета. E-mail: n.thitharova@bk.ru

В статье рассматриваются причины, препятствующие цифровой трансформации организации. Одной из главных причин выступает негибкая корпоративная культура организации, в частности, несформированность такого ее элемента как организационная цифровая культура. Исследуются тенденции развития организационной цифровой культуры и ее влияние на корпоративную культуру организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, ценности организации, организационная цифровая культура, инновационная деятельность, цифровые технологии, цифровая трансформация.

The article considers the reasons hindering the digital transformation of the organization. One of the main reasons is the rigid corporate culture of the organization, in particular the absence of organizational digital culture. Tendencies of development of the organizational digital culture and its influence on the corporate culture of the organization are examined.

Key words: corporate culture, organization values, organizational digital culture, innovation, digital technologies, digital transformation.

Основные положения

1. На основе анализа процессов цифровой трансформации российских и международных организаций корпоративная культура рассматривается как одна из основных причин низкой эффективности внедрения цифровых технологий.
2. Цифровая культура является неотъемлемым элементом корпоративной культуры организации. При отсутствии целенаправленного ее формирования она складывается хаотично под влиянием СМИ, цифровых консультантов и ИТ-бизнеса. В результате такого воздействия цифровая культура организации может не отражать базовых ценностей организации, сложно сочетаться с существующей корпоративной культурой, отторгаться ею, что, в конечном итоге, может привести к жесткому сопротивлению персонала цифровым технологиям или рассмотрению цифровизации как единственного пути повышения эффективности организации без учета текущих возможностей организации.

Введение

Сегодня все больше организаций идет по пути технологической трансформации, где ключевую роль играют цифровые технологии. Цифровые технологии рассматриваются как основа всех технологических и бизнес-процессов организации. Применение искусственного интеллекта, прежде всего, в сфере маркетинга позволило многим организациям даже в условиях пандемии сохранить прибыль.

Внедрение цифровых технологий привело к изменению существующих бизнес-моделей в сторону их большей гибкости. Однако, цифровая трансформация для многих организаций по-прежнему сопровождается большими финансовыми потерями, неоднозначными результатами операционной деятельности и сопротивлением персонала.

Одним из препятствий на пути цифровой трансформации является корпоративная культура организации, а именно, сформированность такого ее элемента как организационная цифровая культура.

Организационная цифровая культура предполагает наличие у сотрудников цифровых компетенций и принятие норм цифровой этики.

Для повышения эффективности цифровой трансформации технологических и бизнес-процессов организация должна изменить корпоративную культуру с учетом норм цифровой этики. Последняя включает нормы взаимодействия людей в обществе, выработанные с учетом положительных и негативных последствий влияния цифровых технологий на общество и экономику. Проблемы этики цифровых технологий были выявлены и обозначены в обзоре этических аспектов новых технологий, подготовленном ЮНЕСКО в 2007 году [4].

Особенности формирования организационной цифровой культуры тесно связаны со скоростью внедрения цифровых технологий. Развитие корпоративной культуры не успевает за стремительным развитием цифровой технологии.

Методы

В работе применялись общенаучные (анализ, синтез, обобщение) и конкретно-специфические методы исследования (анализ официальных документов организаций, анализ статистических данных).

Исследование проведено с помощью метода сравнительного анализа различных подходов и взглядов на роль корпоративной культуры в цифровой трансформации организации, а также систематизации результатов эмпирических исследований уровня цифровой трансформации российских и зарубежных организаций.

Исследование сформированности организационной цифровой культуры как ключевого элемента корпоративной культуры в современных условиях проходило на основе метода критического обзора понятий «цифровая культура», «организационная цифровая культура».

Результаты и обсуждение

Цифровые технологии повлияли на все аспекты деятельности организации, не исключая и корпоративную культуру. Несмотря на то, что проблемы, с которыми сталкиваются организации в процессе цифровой трансформации, только начинают проявляться и обозначаться, многие исследователи уже публикуют работы по данной тематике. Отдельные аспекты формирования и развития цифровой культуры вуза рассмотрены в работах Глузмана А.В. [1]. Лаврентьева И. В. рассматривает проблемы развития организационной культуры в условиях четвертой промышленной революции [3]. Чалова М.В. с коллегами проводят сравнение аналоговой корпоративной культуры и цифровой корпоративной культуры [5].

На данном этапе начинают применяться термины «цифровая культура», «цифровая организационная культура», «цифровая культура организации». В рамках исследования роли корпоративной культуры в цифровой трансформации организации обосновано применение терминов «цифровая корпоративная культура» и «цифровая культура организации», так как термин «цифровая культура» имеет более широкое значение и применяется не только в управлении и бизнесе. Цифровая культура рассматривается как часть общей культуры общества. Она складывается с 60-70-х гг. XX в. и имеет ряд подуровней: цифровая культура образования, цифровая культура государственной службы, цифровая корпоративная культура и т.д. Данный аспект рассмотрен в исследованиях Елькиной Е.Е. [2].

В настоящий период времени исследователи в области управления начинают выделять и изучать новый тип корпоративной культуры – «цифровую корпоративную культуру»: объектами различных исследований становятся процессы внедрения цифровых технологий и процессы цифровой трансформации, происходящие на предприятии, как условия развития современной организации. При этом носителями цифровой корпоративной культуры выступает команда цифровой трансформации.

Цифровая корпоративная культура акцентирует внимание на таком аспекте управления, как адаптация сотрудников организации к цифровым технологиям. Еще один аспект рассмотрения корпоративной культуры – это ее рассмотрение как стратегического ресурса организации при проведении цифровой трансформации для быстрой адаптации к изменяющимся условиям внешней среды.

Рассмотрим элементы цифровой корпоративной культуры, выделяемые теоретиками и практиками корпоративной культуры. Результаты систематизации представлены в таблице.

Элементы цифровой корпоративной культуры

	Элементы цифровой корпоративной культуры	Характеристика элемента
1	Поведенческие стереотипы при взаимодействии людей	работа с большими объемами информации; общение с виртуальными образами; изменение форм социальных контактов (значительно меньше личного общения)
2	Стандарты поведения и мышления сотрудников	технизация социальной памяти
3	Провозглашаемые ценности	«лидерство в технологии», акцентирование внимание на ценности навыков персонала
4	Формальная философия	преобладающий принцип работы компании – диджитализация всех процессов и способов коммуникации как внутри организации, так и вне ее
5	Правила поведения	правила поведения при удаленной работе; акцент на защиту личных данных; внимательное отношение сотрудника к своему цифровому профилю и цифровому следу; наличие цифрового кодекса в организации
6	Климат организации	творческий климат; высокая динамичность взаимодействия сотрудников в организации
7	Наличие практического опыта	активное использование и освоение цифровых технологий; развитие цифровых компетенций, как ключевого аспекта успешности организации и отдельного сотрудника.
8	Принятые значения	владение понятийным аппаратом сферы IT наряду с узко-профессиональным
9	Ментальные модели	формирование потребности в цифровых технологиях у сотрудников организации; построение коммуникаций в основном с использованием цифровых продуктов и программных средств
10	«Базовые метафоры», или интеграционные символы	гибридные формы организационного взаимодействия посредством применения компьютерных технологий; формирование образа мета-вселенной с безграничными возможностями для творчества



Проявления цифровой корпоративной культуры

Сформированность цифровой корпоративной культуры сегодня определяет, насколько успешным будет процесс цифровой трансформации. Цифровая корпоративная культура находит отражение в ценностях и поведении сотрудников, центральное место здесь занимает идея цифрового преобразования организации не только и не столько для получения высокой прибыли в настоящем, сколько для создания будущего организации в долгосрочной перспективе.

Опрос руководителей и ключевых сотрудников организаций позволил выявить следующие проявления цифровой корпоративной культуры (см. рисунок). В опросе приняло участие 32 человека из 7 организаций. Опрос, главным образом, был посвящен тому, как руководители и сотрудники организации судят о наличии цифровой корпоративной культуры в организации.

Согласно опросу видно, что представлены только внешний уровень цифровой корпоративной культуры, но насколько он отражает реальные разделяемые большинством сотрудников ценности цифровой трансформации сложно судить. Возможно, что проблемы цифровой трансформации связаны с тем, что в организации больше внимания уделяется внешним аспектам корпоративной культуры и при этом не происходит управление ценностями сотрудников на глубинном уровне. Это может проявляться в наличии у сотрудников сомнений в важности и приоритетности внедрения цифровых технологий, ориентировании на традиционные бизнес-модели.

Заключение

Проводимая организациями цифровая трансформация часто заканчивается неудачами из-за негибкой, но сильной корпоративной культуры организации, которая не ориентирована на изменения и развитие ценностей цифровой культуры. Для дальнейшего исследования роли корпоративной культуры и ценностей формирующейся цифровой культуры предлагается рассмотреть следующие вопросы: выявление параметров цифровой культуры, наиболее сильно влияющих на процессы внедрения цифровых технологий; уточнение понятий «цифровая культура», «цифровая организационная культура», «цифровая культура организации», «аналоговая корпоративная культура»; обоснование моделей формирования цифровой корпоративной культуры, направленных на повышение эффективности процесса цифровой трансформации.

Литература

1. Глузман А.В., Тимиргалеева Р.Р., Переверзев М.В. Модель формирования и развития цифровой культуры вуза // Гуманитарные науки. 2021. № 2. С. 51–56.
2. Елькина Е.Е. Цифровая культура: понятие, модели и практики // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2018. № 2. С. 195–203.
3. Лаврентьева И.В., Руденко Д.С. Трансформация организационной культуры в современном мире // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 3. С. 153–157.
4. Рандл М., Конли К. Этические аспекты новых технологий. Обзор / перевод с англ.: Малавская Е.В. Париж: ЮНЕСКО, 2007 [Электронный ресурс]. URL: http://www.ifarcom.ru/files/publications/ethical_implic_rus.pdf
5. Чалова М.В., Брагина З.В., Игнатьева Е.В., Харчина Н.Б. Можно ли достичь осязаемых преимуществ в современном бизнесе, пренебрегая цифровой корпоративной культурой? // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-1. С. 172–185.