

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-1-23>

УДК 338.2



Attribution

cc by

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Мотовиц Т.Г.

Тихоокеанский государственный университет, motovits.t@gmail.com

Аннотация. Изучение корпоративной культуры организации в современном мире является критически важным для понимания того, как компании могут адаптироваться к изменениям, связанным с растущей конкуренцией и цифровизацией экономики, что и обусловило актуальность темы исследования. Цель работы – обоснование важности трансформации корпоративной культуры в условиях цифровой экономики, исследование «цифровой корпоративной культуры» как экономической категории на основе авторского методологического подхода. Методы: использование системного и процессного подходов, систематизации и обобщения материала позволили достичь поставленной цели в работе. Результаты – обоснована научная новизна данного исследования, которая состоит в том, что автор трактует корпоративную культуру организации как экономическую категорию, формулирует ее определение как «цифровая корпоративная культура», рассматривает данную категорию на основе авторского методологического подхода через материально-вещественное и общественное содержание категории; обосновываются ее элементы и тенденции. Выводы. Корпоративная культура – это стратегический актив организации в эпоху цифровой экономики, способствующий обеспечению ее устойчивости и конкурентоспособности. Представлено авторское определение «цифровой корпоративной культуры» как экономической категории, рассмотрены ее ключевые структурные элементы, и определены основные тенденции развития.

Ключевые слова: цифровая корпоративная культура, цифровая экономика, конкурентоспособность, эффективность управления.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

TRANSFORMATION OF CORPORATE CULTURE IN THE DIGITAL ECONOMY

Tatiana G. Motovits

Pacific National University

Abstract. The study of corporate culture of an organisation in the modern world is critical for understanding how companies can adapt to the changes associated with growing competition and digitalisation of the economy, which determined the relevance of the research topic. The aim of the paper is to substantiate the importance of the transformation of corporate culture in the digital economy, to study 'digital corporate culture' as an economic category based on the author's methodological approach. Methods: the use of system and process approaches, systematization and generalization of the material allowed us to achieve the goal of the work. Results. The scientific novelty of this research consists in the fact that the author treats the corporate culture of the organisation as an economic category, formulates its definition as 'digital corporate culture', considers this category on the basis of author's methodological approach through the material and social content of the category; its elements and tendencies are substantiated. Conclusions. Corporate culture is a strategic asset of or-generation in the era of digital economy, contributing to its sustainability and competitiveness. The author's definition of 'digital corporate culture' as an economic category is presented, its key structural elements are considered, and the main development trends are identified.

Keywords: digital corporate culture, digital economy, competitiveness, management efficiency.

Funding: Independent work.

Введение. Цифровая экономика характеризуется высокой скоростью изменений, она меняет не только бизнес-процессы организации, но и трансформирует корпоративную культуру, предъявляя новые требования к ней, как к одному из ведущих активов предприятия. Исследование трансформации корпоративной культуры в условиях цифровой экономики необходимо для понимания того, как компании могут адаптироваться к изменениям цифровой среды, улучшать свою эффективность и оставаться конкурентоспособными. Требование времени – это формирование цифровой корпоративной культуры организации, поддерживающей вовлеченность персонала в бизнес-процессы, где инновации, обучение новым технологиям, цифровая грамотность становятся ключевыми элементами.

Цель работы – обоснование важности трансформации корпоративной культуры в условиях цифровой экономики, исследование «цифровой корпоративной культуры» как экономической категории на основе авторского методологического подхода.

Результаты.

Исследование корпоративной культуры всегда вызывало интерес у специалистов. Так, специалисты выделяют психологический подход, где исследуется как личные качества, эмоциональное состояние, мотивация сотрудников и руководителей влияют на культуру организации. Ключевые характеристики данного подхода, такие как личностные характеристики лидеров, психологический климат в коллективе, влияние эмоций и стрессов на поведение сотрудников, находят практическое применение в поддержании позитивной психологической среды организации, коучинге и развитии личности [1; 2].

Исследователи социологического подхода рассматривают корпоративную культуру как коллективное явление, формирующееся через взаимодействие людей, и выражающееся через систему норм, ценностей и ритуалов, характеризующих единство группы (персонала организации) [3]. Они выделяют такие аспекты, как организационные традиции, мифы и легенды, ритуалы, праздники и символы, укрепляющие коллективный дух, роль неформальных групп, которые находят практическое применение в формировании миссии компании, создании системы поощрений и традиций.

Управленческий подход позволяет ученым рассматривать корпоративную культуру как средство управления, которое способствует достижению стратегических целей организации [4],

а его важнейшими характеристиками является поддержка конкурентных преимуществ через корпоративную культуру, что находит свое практическое применение в изменениях компании.

Последователи этического (философского) подхода основное внимание уделяют моральной и социальной ответственности корпоративной культуры при влиянии на работу сотрудников и организаций [5]. Его основными характеристиками является проявление этичности корпоративной культуры, ее влияния на общество и экологию, в частности, находит применение при исследовании влияния этических принципов организации на восприятие бренда компании.

Также, специалисты исследуют взаимовлияние изменений коммуникационных процессов и организационной структуры, потому что цифровая экономика трансформирует традиционные методы коммуникации внутри организации, горизонтальные связи ускоренно развиваются с помощью цифровых технологий, а это влияет на обмен информацией и прозрачность бизнес-процессов [6].

Таким образом, анализ точек зрения ученых свидетельствует о том, что корпоративная культура имеет междисциплинарный характер и является инструментом, объединяющим сотрудников, повышающим их эффективность и конкурентоспособность компании.

Обсуждение.

Научная новизна данного исследования состоит в том, что автор трактует корпоративную культуру организации как экономическую категорию, формулирует ее определение как «цифровая корпоративная культура», рассматривает данную категорию на основе авторского методологического подхода.

Автор сформулировал определение «цифровой корпоративной культуры» – как системы общественных отношений, формирующихся внутри организации под влиянием цифровых технологий и инструментов, направленных на создание и поддержание эффективных отношений со стороны сотрудников, руководства компании и стейкхолдеров, для оптимизации внутренних процессов, стимулирования инноваций, развития открытых коммуникаций и обеспечения адаптивности в условиях цифровой экономики.

Авторский методологический подход состоит в том, что рассматривать данную категорию необходимо с позиции диалектической взаимосвязи ее материально-вещественного и общественного содержания.

Материально-вещественное содержание «цифровой корпоративной культуры», по мнению автора, представляет собой совокупность физического, технологического и цифрового инструментария, создающего условия для функционирования и развития корпоративной среды в цифровой экономике.

Основными аспектами материально-вещественного содержания, по мнению автора, являются следующие: технико-технологическая инфраструктура (представлена серверами, компьютерной техникой, смартфонами, планшетами, ноутбуками, локальными сетями высокоскоростным интернетом, облачными платформами, физическими и цифровыми системами защиты информации); программное обеспечение (различные системы управления проектами, электронная почта, разнообразные системы совместных коммуникаций, системы управления большими данными); организация рабочего пространства (рабочие места сотрудников оснащаются высококачественной компьютерной техникой, интерактивными досками, инструменты для видеоконференций, создается цифровая инфраструктура для удаленной работы); формирование цифровых корпоративных профилей сотрудников (электронные подписи, учетные записи, переписка, цифровые следы всех операций компании, электронные регламенты и положения организации, базы данных); материальная поддержка корпоративного обучения и развития сотрудников (создание бесплатного доступа к обучающим онлайн курсам и тренингам, к ресурсам электронных библиотек); создание лабораторий для развития цифровых технологий (искусственного интеллекта, роботизации, автоматизации).

Таким образом, материально-вещественное содержание цифровой корпоративной культуры обеспечивает эффективность работы персонала, позволяет оперативно реагировать на внешние и внутренние изменения в компании, обеспечивает доступность всех работников к ее цифровым инструментам, что влияет на сплоченность всего коллектива организации.

Общественное содержание «цифровой корпоративной культуры», по мнению автора, отражает систему нового уровня общественных взаимодействий и создаваемый ими синергический эффект.

Основными аспектами общественного содержания «цифровой корпоративной культуры» автор выделил следующие:

- цифровые ценности и нормы (открытость бизнес-процессов и создание открытых рабочих пространств;

- особой ценностью становятся такие компетенции работника, как способность к адаптации, самообучению, восприятию изменений, акцент на конфиденциальность);

- социальные коммуникации (цифровые инструменты меняют формат общения в бизнес-среде на менее формальный, но более оперативный;

- усиливается синергический эффект;

- меняются границы рабочего дня за счет доступности удаленных цифровых инструментов и решений);

- культурные и образовательные трансформации (сотрудники дифференцируются по уровню цифровой грамотности, руководители направляют усилия на постоянное обучение всех сотрудников цифровым инструментам и цифровой культуре независимо от должности и возраста;

- быстрое получение обратной связи от работников позволяет организации оперативно реагировать на изменения);

- цифровая этика и ответственность (сотрудники осознают влияние цифровой активности на своих коллег, на всю компанию, чтобы цифровые инструменты не нарушали конфиденциальность;

- переход на электронный документооборот защищает экологию);

- цифровые социальные традиции и практики (виртуальные производственные мероприятия и праздники способствуют формированию новых ритуалов, практик и традиций в онлайн-формате, что повышает сплоченность коллектива;

- внедрение цифровых наград и рейтингов работников повышает их мотивацию;

- создаются в компаниях внутренние онлайн-сообщества по интересам, которые поддерживаются цифровыми платформами).

Таким образом, общественное содержание экономической категории «цифровая корпоративная культура» проявляется на практике в том, что сотрудники компании активнее вовлекаются во все процессы в организации, персонал мотивирован на генерацию новых идей и их реализацию; происходит быстрая адаптация к цифровым инструментам, что повышает удовлетворенность работников от трудового процесса. Сотрудники становятся создателями своей корпоративной культуры, где значимость традиционных вертикальных иерархических связей снижается, по

сравнению с горизонтальной структурой взаимодействий. Цифровая корпоративная культура становится стратегическим активом компании.

Основные тенденции, определяющие развитие цифровой корпоративной культуры в организациях следующие:

1) расширение объемов удаленной работы и виртуального сотрудничества совмещенного с гибким графиком работы;

2) принятие решений на основе данных и аналитики;

3) регулярное обновление знаний и навыков в профессиональной области и развитие коммуникативных способностей, креативности и эмоционального интеллекта;

4) формирование команды экспертов из разных регионов страны и мира для решения сложных задач и проектов; 5) поддержка сотрудников с помощью искусственного интеллекта;

6) использование электронных инструментов для найма, адаптации и оценки сотрудников;

7) создание рабочей среды, в которой сотрудники могут тестировать новые идеи без ущерба для неудач;

8) сотрудничество с государственными структурами, бизнес-сообществом и университетами для совместной разработки новых решений;

9) участие в инициативах, направленных на положительное воздействие на общество и окружающую среду посредством цифровых проектов;

10) развитие навыков цифровой грамотности и понимания технологий среди топ-менеджмента;

11) обмен знаниями и опытом между сотрудниками разных уровней;

12) использование внешней социальной платформы для обмена идеями и информацией;

13) микрообучение и интерактивные модули обучения, доступные через мобильные устройств;

14) использование VR/AR для обучения персонала в безопасной и контролируемой среде.

Заключение.

Исследование трансформации корпоративной культуры в условиях цифровой экономики позволило сформулировать следующие выводы.

Во-первых, цифровая корпоративная культура в современном бизнесе – это экономический ресурс, обеспечивающий конкурентоспособность, устойчивость и способность организации адаптироваться к изменениям в цифровой экономике.

Во-вторых, автор сформулировал определение «цифровой корпоративной культуры» как экономической категории.

В-третьих, теоретическая значимость исследования «цифровой корпоративной культуры» заключается в применении авторского методологического подхода к рассмотрению данной экономической категории с позиции диалектического единства ее материально-вещественного и общественного содержания.

В-четвертых, практическая значимость выводов автора состоит в том, что положения исследования могут быть использованы компаниями при формировании корпоративной культуры в современной цифровой среде.

В-пятых, выявлены ключевые структурные элементы, формирующие цифровую корпоративную культуру.

В-шестых, определены ее основные тенденции развития, которые способствуют оптимизации бизнес-процессов, стимулированию инноваций, повышению эффективности работы персонала.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Шейн Э. Х. *Организационная культура и лидерство* / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.
2. Петров, А. В., & Карасева, К. С. Основные теоретические подходы к исследованию современной корпоративной культуры труда. // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*, 2015. – № 2, С. 86–92 – URL: <https://sociologyjournal.spbu.ru/article/view/1549> (дата обращения 01.11.2024)

3. Бразевич Д. С. Социологический анализ концепций организационной (корпоративной) культуры как фактора развития современной парадигмы управления человеческими ресурсами // *Социология и право*. 2014. – № 1(23) – С. 30–41.

4. Ноздрина Е. О. Развитие корпоративной культуры в условиях трансформации современных бизнес-организаций: социологический аспект: дис. ... канд. социол. наук. М., 2018. – URL: <https://www.dissercat.com/content/razvitie-korporativnoi-kultury-v-usloviyakh-transformatsii-sovremennykh-biznes-organizatsii> (дата обращения 27.10.2024)

5. Соломон Р. Ч. Этика и совершенствование: сотрудничество и добросовестность в бизнесе. // *Журнал деловой этики*. № 13 (1) – С. 52–70.

6. Трофимова Н. Н. Цифровая корпоративная культура как элемент цифровой трансформации организации // *Этносоциум*. – 2023. – № 2(176). – С. 106–113 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-korporativnaya-kultura-kak-element-tsifrovoy-transformatsii-organizatsii/viewer> (дата обращения 01.10.2024).

References:

1. Shane E. X. *Organisational Culture and Leadership / Translated from English, ed. by V. A. Spivak. A. Spivak. - SPb: Peter, 2002. - 336 c.*

2. Petrov, A. V., & Karaseva, K. S. *Main theoretical approaches to the study of modern corporate labour culture. // Vestnik of St. Petersburg University. Sociology, 2015. - No. 2, P. 86-92 - URL: https://sociologyjournal.spbu.ru/article/view/1549 (date of address 01.11.2024)*

3. Brazevich D. S. *Sociological analysis of the concepts of organisational (corporate) culture as a factor in the development of the modern paradigm of human resource management // Sociology and Law. 2014. - № 1(23) - С. 30-41.*

4. Nozdrina E. O. *Development of corporate culture in the conditions of transformation of modern business organisations: sociological aspect: Cand. ... candidate of sociological sciences. M., 2018. - URL: https://www.dissercat.com/content/razvitie-korporativnoi-kultury-v-usloviyakh-transformatsii-sovremennykh-biznes-organizatsii (date of circulation 27.10.2024)*

5. Solomon R. C. *Ethics and improvement: co-operation and integrity in business. // Journal of Business Ethics. № 13 (1) - С. 52-70.*

6. Trofimova N. N. *Digital corporate culture as an element of digital transformation of the organisation // Ethnotsotsium. - 2023. - № 2(176). - P. 106-113 - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-korporativnaya-kultura-kak-element-tsifrovoy-transformatsii-organizatsii/viewer (date of reference 01.10.2024).*

Информация об авторе:

Мотовиц Татьяна Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент; Высшая экономическая школа; Институт экономики и управления; ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»; E-mail: motovits.t@gmail.com

Tatiana G. Motovits, PhD in Economics, Associate Professor; Higher School of Economics; Institute of Economics and Management; FGBOU VO «Pacific National University».

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 02.12.2024;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 30.12.2024;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.01.2025.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.