

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Національний університет «Одеська політехніка»

Анотація. *Визначено цифрову організаційну культуру. Описані характеристики цифрової культури підприємства.*

Ключові слова: цифрова культура; інтелектуальна культура; характеристики цифрової культури підприємства

CHARACTERISTICS OF THE DIGITAL CULTURE OF THE ENTERPRISE

Abstract. *The digital organizational culture is defined. The characteristics of enterprise digital culture is subscribed.*

Keywords: digital culture; intellectual culture; characteristics of enterprise digital culture

Процеси розвитку і успішного впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах тісно пов'язані з трансформацією організаційної культури до культури знань, інтелектуальної організаційної культури. Вибір вектора організаційного розвитку та фіксація результатів розвитку багато в чому залежать від зміни культури підприємства [1]. Зміна культури процес творчий, довгостроковий, який має ряд особливостей і деколи складно реалізовується.

Інтелектуальна організаційна культура містить ряд субкультур, які її формують та служать переходом від існуючої культури до культури інтелектуального типу. Так, Г.М. Захарчин інформаційну культуру трактує як систему взаємовідносин, які виникають між усіма учасниками будь-якого інформаційного процесу, побудовану на базових цінностях і етичних нормах поведінки [2, 3]. Але з нашої точки зору конвергенція інтелектуалізації та цифрофізації економіки формує цифрову організаційну культуру підприємств, під якою слід розглядати сукупність переконань, відносин, компетенцій, норм поведінки і цінностей, поділюваних персоналом, яка сприяє створенню, придбання, освоєння цифрового способу комунікацій та прийняття управлінських рішень.

Тригером для повсюдного впровадження цифрової організаційної культури стала пандемія COVID-19, вона на відміну від «аналогової» культури передбачає проактивні дії; більш клієнтоорієнтована; при прийнятті рішень більше орієнтується на дані в режимі реального часу, ніж на минулий досвід; передбачає відмову від ієрархій на користь плоских структур; швидкість прийняття рішень вище, культура більше орієнтована на ризик.

До основних характеристик цифрової організаційної культури слід відносити:

-клієнтоорієнтованість – цифрова культура передбачає прийняття стратегічних та тактичних рішень на основі відгуків та думок клієнтів (профіль клієнта; рішення на основі даних; можливості управління даними; відношення співробітників до орієнтація на клієнта клієнтоорієнтованість);

-інновації – розуміння промисловим підприємством цінності адаптивності, гнучкості, творчості при роботі зі складнощами та змінами (гнучкість робочого місця, бюджети на інновації, швидкість впровадження);

-співробітництво – створення умов для сумісної роботи та підвищення залученості (цифрові організаційні мережі, ефективність команд, кросс-функціональні групи);

-прозорість – сильна цифрова культура потребує регулярного обміну інформацією з чесним зворотнім зв'язком як в середні промислового підприємства, так і зі стейкхолдерами (інформаційний потік, інструменти комунікації);

-децентралізація – ширина повноважень та генерації ідей щодо прийняття управлінських рішень (повноваження щодо прийняття управлінських рішень, процесу узгодження, генерація ідей співробітниками).

Розраховані індекси цифрової організаційної культури для низки промислових підприємств свідчать про початок роботи по її формуванню, але рівень $I_{цок} \approx 0,5$ висвічує необхідність працювати

над впровадженням цифрової організаційної культури, яка стає конкурентною перевагою промислових підприємств сьогодення. Впровадження цифрової організаційної культури не відмінє методів покращення «аналогової» організаційної культури, при цьому можуть виникати проблеми з внутрішніми комунікаціями. Для успішного формування культури необхідні три фактори: лідерство; довіра і усунення бар'єрів: організаційних (рівні ієрархії, географічна віддаленість підрозділів, система мотивації, правила просування по кар'єрних сходах, традиції проведення нарад, методики вирішення проблем) і ментальних (невміння рефлексувати, «дилема навчання» професіоналів).

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Корнеєв М.В., Шматько Н.М. Мотиваційне та соціокультурне підґрунтя активізації організаційного розвитку підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7212> (дата звернення : 18.02.2022 р.)
2. Захарчин Г.М., Любомудрова Н.П., Швед Л.Р. Інформаційна культура в інформаційному суспільстві. Регіональна економіка та управління. 2019. № 2 (24), ч. 1. С.96-99.
3. Захарчин Г. М., Любомудрова Н.П. Фактор культури та емоційний інтелект в управлінні персоналом. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48, ч. 3. С. 22-26.

Ганна Анатоліївна Дорошук – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, doroshuk.anna@gmail.com

Anna Anatoliyivna Doroshuk - Doctor of Economics, Associate Professor, Associate Professor of Management, Odessa Polytechnic National University, Odessa, doroshuk.anna@gmail.com