

**Управление организационной культурой предприятия в цифровой экономике**

**Научный руководитель – Левизов Владислав Александрович**

***Изотова Марина Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, Гатчина, Россия

*E-mail: marina.iz99@inbox.ru*

Ускорение научно-технического прогресса ведёт к относительному повышению в ВВП доли товаров и услуг, производимых с помощью цифровых технологий. Автоматизация и роботизация ведут к замещению человеческого труда работой искусственного интеллекта и технических устройств. Даже работа высококвалифицированных работников сейчас может быть замещена на основе применения компьютерных алгоритмов. В современных условиях всё более востребованным является творческий труд. Всё вышесказанное предъявляет новые требования к инструментам и методам управления персоналом. Так как современная бизнес-среда характеризуется высоким уровнем волатильности, значительной степенью сложности решаемых проблем, ускорением темпов изменений, то в менеджменте персонала все большую роль играет эффективное управление организационной культурой.

Если в условиях стабильной деловой среды руководитель мог легко управлять выполнением повторяющихся видов работ, характерных для эпохи массового производства, то сейчас менеджмент скорее превращается в искусство. Зачастую менеджер просто не может указать работнику как правильно решить требуемую задачу, так как он не обладает необходимыми знаниями при управлении межфункциональной командой. В определённых областях уровень знаний подчинённых зачастую гораздо выше, чем у их руководителей. По данной причине в современном бизнесе работник должен, прежде всего, руководствоваться ценностями, характерными для организационной культуры фирмы.

Быстрые темпы цифровизации делают необходимым исследование особенностей организационной культуры тех предприятий, которые широко используют информационные технологии. Для многих традиционных компаний изменения культуры является наибольшей проблемой при осуществлении цифровой трансформации. Под организационной культурой в данном случае понимается набор ценностей и образцов поведения, которые определяют взаимодействие работников в организации. С одной стороны организационная культура обеспечивает сохранение традиций, но с другой она может стать препятствием для развития фирмы, если существующие образцы поведения уже не соответствуют изменившимся условиям во внешней среде предприятия. Изменить организационную культуру гораздо тяжелее, чем стратегию предприятия, так как потребуются модифицировать представления людей об окружающем их мире.

Джордж Вестерман с соавторами на основе проведения опросов в более чем 500 компаниях выявили 4 основные ценности, характерные для цифровой культуры:

1. Влияние. Радикальное изменение мира на основе непрерывных инноваций.
2. Скорость. Осуществление действий на основе итераций вместо ожидания, когда вся информация станет доступна.
3. Открытость. Широкое использование различных источников информации, стимулирование обмена информацией вместо попытки её утаивания.
4. Автономия. Необходимо предоставить людям высокую степень свободы в выполнении требуемых действий вместо попытки жесткой регламентации поведения работников» [1, с. 61].

Для цифровых компаний характерны непрерывное экспериментирование для нахождения недостающей информации, самоорганизация на основе взаимодействия работников из различных подразделений с целью выполнения поставленных задач, принятие решений на основе данных, ориентация на запросы клиентов, широкое использование количественных показателей при оценке деятельности подразделений и работников. Для перехода к цифровой культуре необходимо коренным образом изменить видение организации. Например, фирма Nike не пытается продавать спортивную одежду, она желает стать неотъемлемым элементом ежедневной жизни своих клиентов. Прежде всего, руководство предприятия должно на практике демонстрировать ценности, которые необходимо внедрить в сознание работников.

Следует определить подразделения, в которых целесообразно внедрение цифровой культуры. К ним должны относиться те отделы, деятельность которых связана с высоким уровнем риска и нестабильностью. Крупные транснациональные корпорации зачастую в начале создавали специальные подразделения, которые должны были заниматься вопросами цифровизации. Так же необходимо разработать систему стимулирования, поощряющую требуемые образцы поведения персонала. Для создания инноваций необходимо свободное время, по данной причине некоторые цифровые гиганты позволяют работникам по собственному усмотрению распоряжаться частью своего рабочего времени.

В современных условиях на экономический рост значительное влияние оказывают инновации. Создание инноваций требует наличия соответствующей организационной культуры. Одной из первоочередных задач при формировании инновационной организационной культуры является преодоление иерархических барьеров на предприятии. Еще одним препятствием эффективному созданию инноваций является значительная перегрузка специалистов. Для получения новых идей целесообразным является развитие внешних связей организации. Нельзя обеспечить создание инновации без привлечения выдающихся специалистов. В условиях наличия значительных проблем в сфере образования как в Российской Федерации, так и за рубежом, поиск талантливых сотрудников является важнейшей задачей руководства. Целесообразным является поддержание отношений с ведущими специалистами высших учебных заведений с целью поиска наиболее перспективных студентов и магистрантов. Таким образом можно сделать вывод, что успешное управление организационной культурой является важнейшей задачей менеджеров в цифровой экономике.

### **Источники и литература**

- 1) Westerman G, Deborach L., Esward D. Building Digital-Ready Culture in Traditional Organizations // Sloan Management Review.2019.Vol.60, No.4