

УДК 65.01

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ ПРЕДПРИЯТИЙ

Белецкий Максим ДжамалудиновичДоцент кафедры менеджмента
Московского международного университета

Аннотация

В статье проведен анализ понятия «организационная культура», представленного в трудах российских и зарубежных исследователей, рассмотрено влияние цифровых технологий на организации, процессы их взаимодействия с поставщиками и потребителями, рассмотрены основные преимущества, которые получают российские предприятия при внедрении в свою деятельность цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровизация экономики; цифровые технологии; организационная культура; цифровая культура; конкурентное преимущество; цифровые платформы.

IMPACT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF ENTERPRISES

Maxim D. BeletskyAssociate Professor of Management
Moscow International University

ABSTRACT

The article reviewed the concept of "organizational culture" presented in the works of Russian and foreign researchers, examined the impact of digital technologies on organizations, the processes of their interaction with suppliers and consumers, and considered the main advantages that Russian enterprises receive when introducing digital technologies into their activities.

Key words: digitalization of the economy; digital technologies; organizational culture; digital culture; competitive advantage; digital platforms.

Начало XXI века ознаменовалось переходом человечества от пост-индустриального общества к информационному. Проникновение высоких технологий в различные отрасли народного хозяйства и дальнейшее их развитие, позволило исследователям провозгласить вступление развитых стран, в так называемую, эпоху «цифровой экономики», под которой

в соответствии с определением, впервые введенным в научный оборот в 1995 году ученым из Массачусетского университета (США) Николасом Негропonte, понимается «...новый технологический уклад, в основе которого лежат цифровые технологии» [1].

Многие эксперты сходятся во мнении, что цифровая экономика представляет собой необратимый тренд мирового социально-экономического развития [2]. Например, по мнению пресс-секретаря Российского Президента, существующая ранее аналоговая экономика умирает и в ближайшее двадцатилетие сократится вдвое [3].

Осознавая необходимость внедрения цифровых технологий практически во все сферы человеческой деятельности с целью поддержания на заданном уровне конкурентоспособности страны, в мае 2017 года Президентом Российской Федерации В.В. Путиным был подписан Указ «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» [4]. Согласно положениям Указа, под «цифровой экономикой» понимается хозяйственная деятельность, ключевыми факторами производства в которой выступают данные в цифровом виде, обработка больших объемов информации, а также более широкие возможности использования результатов проведенного анализа по сравнению с традиционными формами хозяйствования, что позволяет повысить эффективность различных видов производства, использования оборудования, организации хранения, продажи, доставки товаров и услуг.

Позднее, в июне 2019 года президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации», предусматривающая реализацию ряда проектов, направленных на цифровое развитие государства, применение цифровых технологий для повышения качества жизни населения страны, а также создания необходимых условий для ведения предпринимательской деятельности. Протекающая цифровая трансформация не обошла стороной и систему управления на предприятиях, в частности организационную культуру, поскольку как подчеркивает ряд специалистов [5; 6], на сегодняшний день для компаний, стремящихся добиться наличия в своем активе устойчивых конкурентных преимуществ, не достаточно внедрять в свою деятельность лишь результаты научно-технического прогресса, необходимо также работать над преобразованием организационной культуры.

Единого мнения среди представителей мирового научного сообщества, относительно того, что же понимается под термином «организационная культура» в настоящее время нет. Так, российскими учеными, занимающимися исследованием проблем культуры, В.М. Межуевым [7], М.С. Каганом [8], Л.Н. Коганом [9], было отражено порядка 200 определений, представленных в трудах российских и зарубежных авторов. Принято считать, что понятие «организационная культура» впервые было предложено в 20-х годах XX столетия выдающимся советским ученым А.К. Гастевым, который выдвинул гипотезу относительно того, что «культура производительности человека является предпосылкой его трудовой культуры» [10].

Дальнейшую работу по осмыслению понятия культуры организации с конца 30-х годов продолжили американские исследователи Ч. Барнард и Г. Саймон, предвосхитившие во многом в понятии «организационная мораль» основные черты организационной культуры. На рубеже 50-х годов социологом из США М. Далтоном и группой исследователей из Великобритании параллельными курсами проводились исследования организационной культуры, результаты которых доказали наличие в организациях специфической субстанциональной сущности, оказывающей влияние на мотивацию сотрудников [11].

В конце 60-х годов выходят в свет труды американских исследователей Д. Хэмптона и Х. Трайса, в которых пристальное внимание уделяется обычаям, ритуалам и обрядам, соблюдение которых, по мнению авторов способно привести организацию к успеху.

В начале 80-х годов в своих трудах Т. Дил и А. Кеннеди [12], Т. Питерс, Уотермен-мл. [13], У. Оучи [14], анализируя деятельность крупных американских корпораций, смогли доказать преимущества компаний с сильной идеологией.

Современными российскими исследователями, труды которых вышли в свет уже в XXI веке [15], под организационной культурой понимается набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.

Рядом исследователей, занимающихся проблемами конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности [16], организационная культура рассматривается в качестве значимого внутреннего резерва, способствующего сохранению достигнутого компанией положения на рынке, а также стимулирующего переход на качественно иные уровни организации бизнеса. Поэтому, на наш взгляд, внимание высшего руководства предприятия в условиях цифровизации должно уделяться скорейшей адаптации сотрудников к цифровым технологиям. Подчеркивая высокую роль, которую играет организационная культура в обеспечении конкурентоспособности предприятия, авторы [16] напоминают о необходимости проведения работ, связанных с адаптацией однажды сформированной культуры к изменениям, протекающим как в эндогенной, так и в экзогенной среде предприятия. Согласно положениям, содержащимся в докладе «Глобальное исследование цифровых операций в 2018 г.», предоставленного международной сетью компаний, предлагающих услуги в области консалтинга и аудита «Price Waterhouse Coopers» [17] различие между, так называемой, аналоговой и цифровой культурами проявляется в реакции на изменение спроса на продукцию компании, процедуре принятия управленческих решений, отношению к нововведениям, а также подходах к выстраиванию взаимодействий между работниками отдельных структурных звеньев компании. Становится очевидным, что компании, в стратегиях которых обозначен скорейший переход от аналоговой культуры к цифровой, в конечном счете, будут обладать большей конкурентоспособностью. Так, исследования, проводимые на протяжении ряда лет группой ученых, возглавляемой экспертом в области оптимизации организаций Джимом Хемерлингом [18], были получены сведения, согласно которым, примерно 80 % компаний, внедривших в свою организационную культуру цифровые технологии, стабильно добиваются высоких результатов.

Внедрение цифровых технологий открывает новые возможности для обмена информацией между различными структурными звеньями предприятия, предприятием и партнерами, инвесторами, средствами массовой информации, обеспечивая большую прозрачность выполняемых бизнес-процессов, чем в так называемых аналоговых культурах. Создаваемые в организациях базы данных и корпоративные сети дают возможность большей части сотрудников использовать информацию и обмениваться ею для оптимизации бизнес-процессов, а также принятия управленческих решений.

Использование цифровых технологий при взаимодействии с поставщиками, дает возможность дистанционно проводить переговоры и заключать контракты на поставку продукции и оказание услуг, вести обмен информацией в электронном виде, минимизируя временные и финансовые издержки. В настоящее время большинством зарубежных и российских компаний используется комплекс прикладных программных средств для

управления цепочками поставок – SCM (от англ. Supply Chain Management), позволяющих разрабатывать схемы движения продукции от производителя к конечному потребителю, производить моделирование, организацию и контроль выполнения различных логистических операций. Активно применяются такие программные средства, как: 1С: TMS Логистика; 1С: Склад; Махорта; 4logist и проч.

Применение CRM-систем (от англ. Customer Relationship Management) дает возможность получать необходимые для организации сведения о предпочтениях клиентов, степени их удовлетворенности процессом обслуживания, осуществлять прогнозирование дальнейшего поведения клиентов, развивать персонафицированные предложения, используя информацию о совершенных ранее транзакциях. Использование цифровых платформ при взаимодействии с клиентами позволяет сократить издержки, связанных с оплатой труда операторов call-центров и консультантов. Применение технологий Machine Learning, дает возможность руководству предприятий непрерывно взаимодействовать с целевой аудиторией, оперативно реагировать на возникающие в процессе обслуживания разногласия с клиентами, а также выявлять скрытые потребности последних, с целью создания новых продуктов. К основным каналам, применяемым в настоящее время для обмена информацией между предприятием и клиентами, могут быть отнесены: личные кабинеты на интернет-порталах предприятий, поставляющих товары и оказывающих услуги потребителям; организация службы поддержки клиентов; рассылка электронных сообщений; чат с онлайн-специалистом на интернет-портале предприятия, а также диалоги в мессенджерах.

Статус цифрового лидера, которым наделена организация, привлекает внимание большого количества талантливых и амбициозных специалистов, спрос на которых на рынке труда превышает предложение. Причем, стоит отметить, что как среди тех, кто только находится в поиске работы, так и среди тех, кто уже является сотрудником организации чрезвычайно важен имидж работодателя. По результатам опросов, проведенных рекрутинговыми агентствами [19], компании, активно внедряющими цифровые технологии, обеспечивают себя устойчивыми конкурентными преимуществами на рынке труда, поскольку воспринимаются соискателями как работодатели, обладающие более высоким статусом. Молодые специалисты, только закончившие учебные заведения, готовы начать трудовые отношения с организацией, вставшей на путь цифровизации, даже не смотря на более низкую заработную плату, чем у других работодателей.

Внедрение цифровых технологий повышает эффективность взаимодействия в партнерской среде. Автоматизация бизнес-процессов обеспечивает контрагентов набором таких преимуществ, как, например, ведение электронного документооборота, при котором каждый из участников контрактных отношений получает доступ к электронному файлообменнику, в котором размещаются прайс-листы, документы по произведенной отгрузке, выставленным счетам, актам приемки продукции по количеству и качеству. Использование современного программного обеспечения и сети Интернет, дает возможность в автоматическом режиме формировать необходимые документы, отправлять отчеты контрагентам, формировать цены на предоставляемую продукцию и/или оказываемые услуги, а также информировании партнеров о том, что одной из сторон договорных отношений в электронную систему был загружен новый документ.

Для оптимизации логистических процессов и придания им большей прозрачности для всех заинтересованных сторон, руководством предприятия могут внедряться различные цифровые платформы, которые дают возможность производить отбор поставщиков, осуществлять заказ и контролировать его выполнение в режиме реального времени, используя современные информационные технологии, снижать процент ошибок,

составлять оптимальные маршруты движения транспортных средств, прогнозировать сроки поставки.

Достижение высоких финансовых результатов и снижение рисков на современных предприятиях обеспечивается за счет внедрения электронного факторинга.

Принято считать, что сам факторинг в нынешнем его виде зародился в Англии в XVII веке, когда был образован так называемый «House of Factors» (Дом факторов), основной специализацией которого была поставка товаров из колоний, принадлежащих в то время Британии [20]. В СССР факторинговые операции впервые были применены Ленинградским Промышленно-строительным банком 1 октября 1988 года [21].

Первой цифровой платформой, зарегистрированной в Российской Федерации и предназначенной для трехстороннего электронного факторинга, стал продукт Factorplat, разработанный в 2014 году компанией Эдисофт (Edisoft) [22].

В настоящее время основными цифровыми факторинговыми платформами, активно используемыми отечественными предприятиями, являются платформы: GetFinance; Е-Факторинг; Открытая факторинговая платформа (ОФП); СберФакторинг Онлайн; Di-Factor; блокчейн-платформа Factorin и проч.

К преимуществам использования цифровых факторинговых платформ относят: возможность снижения количества допущенных ошибок за счет автоматической обработки документов; сокращение издержек предприятия на создание собственной инфраструктуры, посредством использования онлайн-сервисов в облачном хранилище или на сервере финансовой организации; возможность постоянного онлайн-мониторинга выполняемых операций; высокая скорость обмена документами между кредитором, факторинговой компанией и дебитором; обеспечение безопасности сделки; возможность осуществления контроля за сделками онлайн.

Итак, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что те организации, руководство которых заботится о формировании и сохранении устойчивых конкурентных преимуществ должны уделять пристальное внимание вопросам адаптации к технологическим инновациям, способным в сочетании с системами управления персоналом создать и удержать климат внутри компании на заданном уровне, а также обеспечить эффективное взаимодействие с контрагентами.

Список литературы

1. Бахтиярова Т.И. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития Научный журнал «Бизнес и общество» № 1 (21), 2019. – 22 с.
2. Соболевская Т.Г. Влияние цифровизации экономики на систему менеджмента современного предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019 Том 9 № 10А. С.165-171. DOI: 10.34670/AR.2020.92.10.019
3. Песков Д. Доля аналоговой экономики сократится в два раза за 20 лет //Татар Информ: -<https://www.tatar-inform.ru/news/2017/05/24/554545>
4. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы
5. Влияние организационной культуры на конкурентоспособность предприятия / И.И. Дорогая // Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property. – 2014. – Т. Выпуск 1(10) Том 1. – С. 76-80
6. Языджан А.З., Хубулава Н.М., Володина Д.И. Значение и влияние корпоративной культуры на конкурентоспособность компании // Вестник Университета Российской академии образования. - 2020. - №3. - С. 95-102.

7. Межуев В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры.-М.: Прогресс-Традиция, 2006.- 408 с.
8. Философия культуры / М. С. Каган; Акад. гуманитар. наук и др.-СПб.: ТОО ТК "Петрополис", 1996. - 414,[1] с.: ил.; 22 см.
9. Коган Л.Н. Теория культуры: Учеб. пособие. Екатеринбург: УрГУ, 1993, 160 с.
10. Гастев А.К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда.- М.: Экономика, 1972. - С. 279
11. Dalton M. Man Who Manage / M. Dalton. - N.Y.: Wiley, 1959. - 318 p.
12. Deal T. E., Kennedy A. A. Corporate Cultures: the Rites and Rituals of Corporate Life - Reading, Mass: Addison-Wesley Publishing Co., 1982. - 232 p.
13. В поисках совершенства: Уроки самых успешных компаний Америки / Питерс Том, Уотерман-мл. Роберт; Пер.с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010 — 528 с
14. Оучи У. Г. Методы организации производства: японский и американский подходы.- Сокр. пер. с англ./Науч. ред. Б.З. Мильнер и И.С. Олейник.- М.: Экономика. 1984 - 184 с.
15. Виханский О.С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. — М.: Экономистъ, 2003. — 528 с: ил.
16. 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 [Электронный ресурс] URL: <https://www.vaael.ru/ru/article/view?id=864> (дата обращения: 05.06.2021).
17. Глобальное исследование цифровых операций в 2018 г. "Цифровые чемпионы": Как лидеры создают интегрированные операционные экосистемы для разработки комплексных решений для потребителей / PwC. Режим доступа: <https://clck.ru/M7AsY>
18. Hemerling Jim. It's Not a Digital Transformation Without a Digital Culture. / Jim Hemerling, Julie Kilmann, Martin Danoesastro, Liza Stutts, Cailin Ahern // Boston Consulting Group [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bcg.com/publications/2018/not-digital-transformation-without-digital-culture.aspx> (дата обращения: 20.11.2019)
19. Соискатели считают технологичные компании привлекательнее обычных [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hr-director.ru/news/65360-qqqa-17-m1-soiskateli-schitayut-tehnologichnye-kompanii-privlekatelnee-obychnyh>
20. Рудых С.Н. Институт факторинга в гражданском законодательстве России и зарубежных стран: история и современность. «История государства и права», 2007, № 16, с. 10-12.
21. Сергей Кашин Скрытый фактор // "Коммерсантъ Секрет Фирмы". - 2003. - №№16 от 01.09.2003. - с. 1011.
22. КОРУС Консалтинг СНГ и Edisoft заключили соглашение о роуминге доступа к электронной факторинговой площадке FactorPlat // СберКорус URL: <https://www.esphere.ru/press/roaming-factorplat> (дата обращения: 04.06.2021)

References

1. Bakhtiyarova T.I. Digital economy: features and development trends Scientific journal "Business and Society" No. 1 (21), 2019. - 22 pages.
2. Sobolevskaya T.G. The impact of digitalization of the economy on the management system of a modern enterprise//Economics: yesterday, today, tomorrow. 2019 Volume 9 No. 10A. Page 165-171. DOI: 10.34670/AR.2020.92.10.019
3. Peskov D. The share of the analog economy will be halved in 20 years//Tatar Inform: -<https://www.tatar-inform.ru/news/2017/05/24/554545>

4. Decree of the President of the Russian Federation of 09.05.2017 No. 203 On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017-2030
5. The impact of organizational culture on the competitiveness of the enterprise//I.I. Dear//Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property. - 2014. - T. Issue 1 (10) Volume 1. - Page 76-80
6. Yazyjan A.Z., Khubulava N.M., Volodina D.I. The significance and influence of corporate culture on the company's competitiveness//Bulletin of the University of the Russian Academy of Education. - 2020. - No. 3. - p. 95-102.
7. Mezhuev V.M. The idea of culture. Essays on the philosophy of culture. -M.: Progress-Tradition, 2006.- 408 p.
8. Philosophy of Culture/M. S. Kagan; Academician. humanitar sciences, etc. SPb.:TK Petropolis LLP, 1996. - 414, [1] p.: il.; 22 cm.
9. Kogan L.N. Theory of Culture: Textbook. Yekaterinburg: Ural State University, 1993, 160 p.
10. Gastev A.K. How to work. Practical introduction to the science of labor organization. - M.: Economics, 1972. - Page 279
11. Dalton M. Man Who Manage / M. Dalton. - N.Y.: Wiley, 1959. - 318 p.
12. Deal T. E., Kennedy A. A. Corporate Cultures: the Rites and Rituals of Corporate Life - Reading, Mass: Addison-Wesley Publishing Co., 1982. - 232 p.
13. In Search of Excellence: Lessons from America's Most Successful Companies/Peters Tom, Waterman Jr. Robert; Per.s English - M.: Alpina Pablshers, 2010 - 528 p.
14. Ouchi W. G. Production organization methods: Japanese and American approaches. - Sokr. Pen from English/Scientific. ed. B.Z. Milner and I.S. Oleinik. - M.: Economics. 1984-184 p.
15. Vikhansky O.S., Naumov A.I. Management: Textbook. - 3rd ed. - M.: Economist, 2003. - 528 p: il.
16. Chalova M.V., Bragina Z.V., Ignatieva E.V., Kharchina N.B. Can you achieve tangible advantages in modern business by neglecting digital corporate culture? //Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. - 2019. - No. 12-1. - p. 172-185 URL: <https://www.vaael.ru/ru/article/view?id=864> (case date: 05.06.2021).
17. Digital Champions Global Digital Operations Study 2018: How leaders create integrated operating ecosystems to develop end-to-end solutions for consumers/ PwC. Access Mode: <https://clck.ru/M7AsY>
18. Hemerling Jim. It's Not a Digital Transformation Without a Digital Culture. / Jim Hemerling, Julie Kilmann, Martin Danoesastro, Liza Stutts, Cailin Ahern // Boston Consulting Group [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bcg.com/publications/2018/not-digital-transformation-without-digital-culture>.Aspx (дата обращения: 20.11.2019).
19. Applicants consider technology companies more attractive than ordinary [Electronic resource]. URL: <https://www.hr-director.ru/news/65360-qqqa-17-m1-soiskateli-schitayut-tehnologichnye-kompanii-privlekatelnee-obychnyh>
20. Rudykh S.N. Institute of Factoring in the Civil Legislation of Russia and Foreign Countries: History and Modernity. "History of the State and Law," 2007, No. 16, p. 10-12.
21. Sergey Kashin Hidden Factor// " Kommersant Secret of the Company. " - 2003. - No. 16 of 01.09.2003. - p. 1011.
22. KORUS Consulting CIS and Edisoft have concluded an agreement on roaming access to the electronic factoring site FactorPlat/SberKorus URL: <https://www.esphere.ru/press/roaming-factorplat> (circulation date: 04.06.2021)