

СТАТЬИ

УДК 334.02:330:331
DOI 10.17513/fr.43804

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Грабовецкий Д.С.

*ФГБОУ ВО «Омский государственный университет имени Ф.М. Достоевского»,
Омск, e-mail: grabovecky@mail.ru*

Целью данного исследования является определение актуального подхода к типологизации организационных культур современных организаций, который отвечает современным условиям и вызовам, современному состоянию и уровню развития науки, технологий, экономики. В ходе исследования, анализируя доступные открытые источники, документы, публикации последних лет по теме, а также используя соответствующие методы исследования, такие как системный подход, синтез и анализ, индукция, обобщение и конкретизация, сравнительный анализ и др., представлен авторский подход типологизации организационных культур современных организаций, который предполагает выделение трех различных типов культур: консервативные, развивающиеся и цифровые. Базовым критерием типологии выступает степень цифровизации, и каждый тип культуры имеет свои отличительные особенности. Автор отмечает, что с ростом степени цифровизации формируются не только новые модели поведения работников, но и ценности, наряду с социальными и корпоративными выделяются такие ценности, как информационная безопасность, умение подбирать решения для выхода из проблемных ситуаций, создание цифровых продуктов, владение информационной культурой в целом и др., также автор отмечает, что многие организации стремятся к созданию и развитию уникальной организационной культуры, которая являлась бы не только одной из основных отличительных особенностей, но и веским конкурентным преимуществом, ключом к созданию уникального продукта или услуги, а также основой для долгосрочного успешного функционирования. Данный подход призван достичь углубленного, актуального понимания содержания и отличий организационных культур. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования управления организационной культурой современных компаний с разной степенью цифровой трансформации.

Ключевые слова: рынок, глобализация, цифровизация, управление, организационная культура, типология, конкуренция, конкурентные преимущества, современные организации

TYPOLOGIZATION OF ORGANIZATIONAL CULTURES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Grabovetskiy D.S.

Omsk State University named after F.M. Dostoevsky, Omsk, e-mail: grabovecky@mail.ru

The purpose of this study is to identify an up-to-date approach to the typologization of organizational cultures of modern organizations that meets modern conditions and challenges, the current state and level of development of science, technology, and economics. In the course of the research, analyzing available open sources, documents, publications of recent years on the topic, as well as using appropriate research methods: a systematic approach, synthesis and analysis, induction, generalization and concretization, comparative analysis, etc., the author's approach to typologizing organizational cultures of modern organizations is presented, which involves the identification of three different types of cultures: conservative, evolving and digital. The basic criterion of the typology is the degree of digitalization and each type of culture has its own distinctive features. The author notes that with the increasing degree of digitalization, not only new models of employee behavior are being formed, but also values, along with social and corporate ones there are such values as: information security, the ability to select solutions to solve problematic situations, the creation of digital products, possession of information culture in general, etc., the author also notes that many organizations strive to create and develop a unique organizational culture that would not only be one of the main distinctive features, but also a weighty competitive advantage, the key to creating a unique product or service, as well as the basis for long-term successful operation. This approach is designed to achieve an in-depth, up-to-date understanding of the content and differences of organizational cultures. The results obtained can be used to improve the management of the organizational culture of modern companies with varying degrees of digital transformation.

Keywords: market, globalization, digitalization, management, organizational culture, typology, competition, competitive advantages, modern organizations

Введение

Организации сегодня функционируют в условиях быстро меняющейся среды, внешней и внутренней. Конъюнктура рынка диктует свои условия. Глобализация и интеграция мировых рынков в целом, а также процессы информатизации и цифровизации российской экономики являются наиболее ощутимыми глобальными факторами вли-

яния. Современные организации вырабатывают способность быстрой адаптации к изменениям – это одно из условий выживания. Особое внимание уделяется поиску, выработке и развитию конкурентных преимуществ. Организационная культура является одним из стратегических инструментов управления организацией и ее развития, что вызывает все больший интерес

к изучению и анализу организационных культур, обуславливает актуальность данной темы. Знание организационной культуры дает возможность не только классифицировать организации и делить их на уровни, но и анализировать и понимать внутренние процессы организации. Понимать не только истинные причины возникновения проблем в организации, но и находить ключи к их оптимальному решению, а это в свою очередь дает возможность выбирать наиболее эффективные пути развития организации, наращивать конкурентные преимущества.

На сегодняшний день существует достаточно много различных подходов к определению организационной культуры. В 1952 г. одним из первых авторов, который дал определение данного понятия, был канадский психолог Э. Джакус. Автор утверждал: «Культура компании – это превратившийся в привычку, традицию образ мышления и образ действия, который в определенной степени разделяют все сотрудники и который должен быть усвоен и хотя бы частично воспринят новичками, чтобы новые участники коллектива стали “своими”» [1].

В. Сате: «Культура представляет собой набор важных установок (часто не формулируемых), разделяемых членами того или иного общества».

Э. Шейн: «Организационная культура – это комплекс базовых предположений, изобретений, обнаруженный или разработанный группой для того, чтобы научиться справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции. Необходимо, чтобы этот комплекс функционировал достаточно долго, подтвердил свою состоятельность, и потому он должен передаваться новым членам организации как правильный образ мышления и чувств в отношении упомянутых проблем» [2, с. 9].

На протяжении прошлого века и до наших дней, в частности, разрабатывались различные методики типологизации организационных культур.

В своей работе авторы К. Камерон и Р. Куинн исследуют различные типы организационной культуры и предлагают методику для их диагностики и оценки. Основная идея заключается в разделении организационной культуры на четыре основных типа: клановая, адхократическая, рыночная и иерархическая [3, с. 68].

Каждый из этих типов характеризуется своими ценностями, нормами и управленческими практиками. Проведение диагностики позволяет организациям выявить их текущую культуру и определить, как она соотносится с целями и стратегией компании.

Г. Хофстеде – голландский социолог, известный своими исследованиями в области культурных различий, в частности, в контексте бизнеса и организации. Он разработал модель, которая помогает понять, как культурные различия влияют на организации и управление в разных странах, а также оценить влияние национальной культуры на корпоративную [4, с. 4].

Культурология организационной культуры, изучаемая К.М. Ушаковым, охватывает различные аспекты взаимодействия людей в рамках организаций. Основное внимание уделяется тому, как корпоративная культура формируется, развивается и влияет на эффективность работы компаний.

К.М. Ушаков подчеркивает важность организационной культуры в формировании атмосферы внутри компании, что влияет на уровень удовлетворенности сотрудников и производительность труда. Живучесть и адаптивность организационной культуры также играют ключевую роль в поддержании конкурентоспособности [5, с. 119].

Ф.В. Зиновьев выделяет «мужские» и «женские» типы культур. В организациях с «мужской» культурой обеспечивается связь и адекватная, своевременная реакция на изменения во внешней среде, производится обмен информацией с нею. Организации с «женской» культурой обеспечивают устойчивое функционирование организации, стремятся к сохранению, упрочению, расширению достигнутых результатов и существующих порядков [6].

В частности, в актуальных (последних лет) источниках достаточно много внимания уделяется оценке организационных культур в целом и методикам диагностики организационных культур. Например, В.Я. Иванова представила авторский подход диагностики организационной культуры, который позволяет определить влияние количественных характеристик организационной культуры на конечный результат трудовой деятельности работников, коллектива организации, что помогает при прогнозировании и принятии конечных решений [7].

Так, П.М. Гнетов и Н.А. Гора утверждают, что сегодня в значительной степени актуализируется и приобретает значимость проблема исследования организационной культуры. Организационная культура не только подчеркивает уникальность каждой компании, но и часто является одним из решающих факторов успеха компании в будущем [8].

И.И. Угляница заключает, что вероятность общего успеха и эффективности деятельности компании значительно повышается при комплексном и направленном приложении усилий (в том числе управ-

ленческих) на всех уровнях организации, а непосредственно смоделировать и реализовать комплексный подход в значительной степени позволяет и помогает организационная культура [9].

Однако здесь следует отметить, что представленные подходы типологизации рассматривают различные аспекты организационных культур с различных точек зрения, но не дают понимания о значении и роли технологического фактора в процессе формирования и функционирования различных типов организационных культур, а также на процесс дифференциации типов организационных культур. В то время как технологический фактор сегодня, в частности цифровизация, выделяется как один из ключевых для функционирования и успеха современных организаций.

Типологизация (греч. *tipos* – отпечаток, форма, образец и *logos* – слово, учение) – метод научного познания, направленный на разбиение некоторой изучаемой совокупности объектов на обладающие определенными свойствами упорядоченные и систематизированные группы с помощью идеализированной модели или типа.

Цель исследования – определить актуальный подход к типологизации организационных культур современных организаций, который отвечает современным условиям и вызовам, современному состоянию и уровню развития науки, технологий, экономики.

Материалы и методы исследования

Для достижения поставленной цели в рамках исследования использовались: библиографический метод исследования открытых источников, материалов, публикаций по теме, а также нормативных документов, методы синтеза и анализа, сравнительный анализ, системный подход, индукция, обобщение, аналогия, конкретизация.

Результаты исследования и их обсуждение

В качестве результатов данного исследования представлен авторский подход к типологизации организационных культур современных организаций.

Исходя из текущих условий в целом, состояния рынка и экономики, состояния и степени развития науки, доминирующим критерием выделения типов культур представляется степень цифровизации и степень влияния цифровизации на формирование организационной культуры.

Автор отмечает, что цифровизация (достаточно новый и малоизученный феномен) в качестве критерия типологизации

ранее не выделялась, при анализе организационных культур с иными критериями и факторами влияния на развитие последних не обобщалась.

Автор акцентирует внимание на цифровизации в целом и на влиянии цифровизации и развития коммуникаций на процесс формирования организационной культуры современных организаций.

Типология организационных культур

Тип 1. Консервативные

Культура с малой степенью цифровизации и высокой степенью централизации. Повышенное внимание к безопасности, ответственности работников, мерам контроля, четко выраженная иерархия, распоряжения и приказы отдаются в устной, личной форме или в виде официальных документов (на бумаге), организационная документация аналогично, здесь редко хвалят за труд, чаще система поощрения имеет денежное выражение. По отношению к внешней среде такие культуры в меньшей степени адаптивны и скорее враждебны, нацелены на сохранение устойчивости структуры и существующего порядка. Отличительные особенности такого типа культур могут выражаться в фирменном стиле, знаках отличия, географии и традиции, через историю организации, различные достижения в различных областях в то или иное время. Ценятся такие качества работников, как надежность, компетентность, верность организации. Что касается непосредственно опыта российских компаний, существует следующая достаточно распространенная точка зрения: укрепившаяся авторитарно-коллективистская культура на данный момент мало подвергается изменениям. Сущностные черты, лежащие в ее специфике, преобладают в современной России. Из-за этого процессы демократизации и рыночных преобразований происходят медленно. А сами предприятия не всегда стремятся к новому [10].

Тип 2. Развивающиеся

Сбалансированная культура с точки зрения централизации отличается доброжелательным отношением к работникам и к администрации, благоприятный трудовой микроклимат, сбалансированная система мотивации с точки зрения материальных и нематериальных подходов к мотивации в рамках единой системы. Начальный или умеренный уровень цифровизации культуры – не все сотрудники в полной мере владеют цифровой грамотностью, но текущего уровня достаточно, чтобы осуществлять некоторые виды деятельно-

сти дистанционно. Важные распоряжения отдаются устно, но совещания, планерки и обсуждение отдельных вопросов (в том числе по нововведениям) могут проходить в виде конференцсвязи. Документация хранится как в бумажном, так и в цифровом виде, существуют оцифрованные базы данных, в том числе со справочной информацией, доступ к которой имеют сотрудники, но не представители внешней среды. Применяются цифровые системы контроля, наблюдения, системы электронных пропусков и идентификаторов. Активно развиваются такие направления цифровизации, как:

- автоматизация бизнес-процессов с минимальным участием человека;
- интернет и интернет вещей (способы взаимодействия физических объектов и систем между собой);
- 3D-моделирование и 3D-печать;
- технологии машинного обучения.

Организации с данным типом культуры адаптивны и стремятся к развитию и укреплению связей с внешней средой. Данный тип культуры также сбалансирован в отношении критерия «мужественность» и «женственность».

Уникальность культуры и организации в целом редко бывает ярко выраженной в силу умеренности большинства показателей, но этого может быть достаточно. Ценности: верность организации, инициативность, творчество, способность жертвовать личными интересами ради общего результата, профессионализм и творческий подход к выполняемым задачам, особое отношение к стажу работника, должности, заслугам.

Тип 3. Цифровые

Повышенный уровень цифровизации. Ввиду большой скорости и количества изменений большую роль играют открытые своевременные омниканальные коммуникации [11]. Высокий уровень интеграции средств коммуникации в процесс формирования организационной культуры, управления организацией и функционирования организации в целом. Автоматизированные системы контроля, наблюдения, отчетности, цифровые базы данных. Распоряжения отдаются как с помощью цифровых средств коммуникации, так и устно, широко применяются средства дистанционной связи и взаимодействия. Цифровые способы расчетов, оплаты, цифровые финансовые инструменты, цифровые формы бухгалтерского учета, организационная информация в большей степени в цифровом виде, свободный доступ к информации как для сотрудников (представителей внутренней среды), так и для представителей внешней среды.

Но в данном случае это не означает пониженного внимания к безопасности, уровень безопасности высок и здесь, в том числе ввиду высокого уровня цифровой грамотности работников, высокоточной системы безопасности, работы специалистов по обеспечению безопасности.

Гибкость и адаптивность организационных возможностей и моделей – следующее необходимое условие для успешной цифровой культуры [10].

Высокая степень дифференциации методов поощрения и стимулирования, стремление работников к индивидуализации, но высокая степень интеграции во внутренней среде, стремление к постоянному профессиональному росту, повышению квалификации, дифференциации профессиональных компетенций и сфер их применения. Адаптивность и быстрое действие, молниеносная реакция частей и системы в целом на изменения внешней среды. Стремление к постоянному развитию и обновлению организации, которое инициируется в первую очередь руководством и поддерживается коллективом.

В целом задействованы и активно развиваются все направления цифровизации:

- развитие и применение ИИ (искусственный интеллект) в различных областях;
- цифровизация в банковском секторе – цифровая валюта, цифровые приложения и устройства обслуживания клиентов (мобильный банк) и т.д.;
- автоматизация бизнес-процессов с минимальным участием человека;
- интернет и интернет вещей (способов взаимодействия физических объектов и систем между собой);
- дополнительная реальность (позволяющая дополнить реальный мир виртуальными объектами);
- виртуальная реальность (в отличие от дополнительной состоит только из виртуальных объектов);
- 3D-моделирование и 3D-печать;
- технологии машинного обучения;
- связь цифровой экономики с робототехникой.

Заключение

Цель исследования была достигнута: представлен актуальный подход к типологизации организационных культур. Ранее базовый критерий типологизации, «цифровизация», не выделялся и с иными критериями и факторами влияния при анализе организационных культур не обобщался (в силу новизны и малой изученности феномена). В рамках данной концепции на основании заданных критериев, среди кото-

рых базовый – это степень цифровизации, были выделены три типа организационных культур, которые имеют свои характерные, принципиальные отличительные особенности (консервативные, развивающиеся, цифровые). Подчеркнем, что данные типы культур характерны для существующих сегодня организаций в совершенно разных сферах деятельности и областях. Также, анализируя типы организационных культур, можно наблюдать, что в зависимости от того или иного типа культуры становятся востребованными и изменяются/появляются главным образом не только предпочтительные модели поведения, но и непосредственно ценности.

Также можно отметить, что в культурах с меньшей степенью цифровизации наиболее актуальными ценностями скорее будут социальные и корпоративные: особенности такого типа культур могут выражаться в фирменном стиле, знаках отличия, географии и традиции, через историю организации, различные достижения в различных областях в то или иное время. Ценятся такие качества работников, как надежность, компетентность, верность организации.

В культурах с повышенной степенью цифровизации формируются и ценности, в большей степени связанные с профессиональными навыками и компетенциями в этой области: информационная безопасность, умение подбирать решения для выхода из проблемных ситуаций, создание цифровых продуктов, владение информационной культурой в целом, экология и другие, наряду с корпоративными и социальными ценностями.

Разумеется, многие организации стремятся к созданию и развитию уникальной организационной культуры, которая являлась бы не только одной из основных отличительных особенностей, но и веским конкурентным преимуществом, ключом к созданию уникального продукта или услуги, а также основой для долгосрочного успешного функционирования.

Список литературы

1. Ошкордина А.А., Радыгина Е.Г., Лебедева С.А. Роль корпоративной культуры в системе эффективного управления гостиничной организацией // *Лидерство и менеджмент*. 2023. Т. 10, № 4. С. 1499–1514. URL: <https://1economic.ru/lib/119672> (дата обращения: 09.03.2025). DOI: 10.18334/lim.10.4.119672.
2. Колмыкова М.А., Четверикова Н.А. Организационная культура: учебное пособие. Оренбургский гос. ун-т. Оренбург: ОГУ, 2020. 144 с.
3. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ.; под ред. И.В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
4. Hofstede G.H. Cultures and organizations: software of the mind. McGraw Hill. 2015. 561 с. ISBN: 978-0-07-177015-6. MHID: 0-07-177015-1.
5. Ушаков К.М. Развитие организации: в поисках адекватных теорий. М., 2004. 191 с.
6. Зиновьев Ф.В. Диагностика организационной культуры // *Экономика строительства и природопользования*. 2022. № 1/2. С. 82–83. URL: <https://science.cfuv.ru/wp-content/uploads/2022/07/%D0%97%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8C%D0%B5%D0%B2.pdf?ysclid=m4znadvjze194376815> (дата обращения: 09.02.2025).
7. Иванова В.Я. Оценка соответствия параметров персональной и групповой организационной культуры работников в рамках трудового процесса // *Вестник ГГУ*. 2020. № 11. С. 25–38. URL: <https://vestnik.guu.ru/jour/article/view/2509> (дата обращения: 09.02.2025). DOI: 10.26425/1816-4277-2020-11-25-38.
8. Гнетов П.М., Гора Н.А. Исследование уровня и характера организационной культуры коллектива компании // *Вестник ПАГС*. 2021. № 1. С. 80–90. URL: <http://vestnik.pags.ru/vestnik/archive/Tom%2021%20N1/Gnetov,Kora.pdf> (дата обращения: 09.02.2025). DOI: 10.22394/1682-2358-2021-1-80-90.
9. Угляница И.И. Перспективы комплексного подхода к изменениям организационной культуры в контексте организационной эффективности (на основе модели Д. Денисона) // *Вестник науки и образования*. 2020. № 5–2. С. 57–60. URL: <https://scientificjournal.ru/images/PDF/2020/83/perspektivykompleksnogo.pdf?ysclid=m4zmzkfa81243433149> (дата обращения: 09.02.2025).
10. Головин В.Н., Баянова Д.С., Ченцова Е.А. Особенности организационной культуры российских и зарубежных предприятий // *Креативная экономика*. 2022. Т. 16, № 12. С. 4775–4786. URL: <https://1economic.ru/lib/116624?ysclid=m4zmrq1twt815515357> (дата обращения: 09.02.2025). DOI: 10.18334/ce.16.12.116624.
11. Набок О.А. Цифровая культура. Механизмы формирования цифровой культуры // *Digital*. 2021. № 1. С. 1–8. URL: <http://digital-journal.ru/%d1%82%d0%be%d0%bc-2-%e2%84%961-2021-%d0%bd%d0%b0%d1%83%d1%87%d0%bd%d1%8b%d0%b9-%d0%b6%d1%83%d1%80%d0%bd%d0%b0%d0%bb-digital/> (дата обращения: 09.02.2025).