

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ МЕТОДИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. Ф. Пошастьева

*Студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
poschastieva.business@mail.ru*

Научный руководитель: Б. Н. Паньшин

*доктор технических наук, профессор кафедры цифровой экономики, Белорусский
государственный университет, г. Минск, Беларусь, panshin@tut.by*

Развитие цифровой культуры сотрудников предприятия становится ключевым фактором для успешного использования цифровых технологий и адаптации к диджитал-среде. В данной статье были рассмотрены методы оценки уровня цифровой культуры сотрудников предприятия.

Ключевые слова: цифровые технологии; цифровая культура; цифровые трансформации; экосистема инноваций; бизнес-среда.

APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF METHODOLOGY FOR ASSESSING THE LEVEL OF DIGITAL CULTURE OF ENTERPRISE EMPLOYEES

A. F. Poshchasteva

student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, poschastieva.business@mail.ru

Supervisor: B. N. Panshin

*doctor of technical sciences, professor of the department of digital economy, Belarusian
State University, Minsk, Belarus, panshin@tut.by*

The development of a digital culture among enterprise employees is becoming a key factor for the successful use of digital technologies and adaptation to the digital environment. This article examined methods for assessing the level of digital culture of enterprise employees.

Keywords: digital technologies; digital culture; digital transformations; innovation ecosystem; business environment.

Цифровые технологии открывают возможности для автоматизации многих задач, оптимизации бизнес-процессов и анализа данных в режиме

реального времени. Это приводит к появлению новых бизнес-моделей, которые приносят в мир новые ценностные предложения. Благодаря Интернету и цифровым платформам разрушились географические барьеры между потребителями и производителями, а также расширился охват рынка. Малые и средние предприятия получили возможность выхода на международные рынки, с перспективой на увеличение объемов торговли и экономический рост. Уровень цифровой культуры сотрудников предприятия отражает способность эффективного использования ими цифровых технологий в выполнении задач для развития и поддержания уровня экономической безопасности предприятия. Она включает в себя комплекс знаний, навыков и наглядных представлений о цифровых инструментах, программном обеспечении и цифровых процессах, которые могут быть использованы на благо бизнес-целей компании. Здесь и появляется спрос на рынке трудовых ресурсов на наличие кадров, имеющих цифровые навыки, среди которых: программирование, анализ данных, цифровой маркетинг (и маркетинг в соцсетях), а также кибербезопасность. Такая ситуация на рынке открывает новые возможности для трудоустройства и стимулирует экономическое развитие в отраслях [1].

Компаниям важна разработка политики оценки цифровой культуры для более рационального распределения ресурсов: это необходимо для расширения доступа к цифровым технологиям и регулирования конфиденциальности информации о предприятии в Интернете. Это помогает увидеть экономические возможности и уязвимости компании для построения стратегии продвижения, обеспечения инклюзивного роста и экономической безопасности, начать внедрять культуру инновационных подходов развития бизнеса. Также, на рынке начинают пользоваться спросом сотрудники, которые могут оценить устойчивость базы данных к киберугрозам, технологическим потрясениям и проблемам цифрового неравенства: это и подготовка стратегий по снижению рисков, и усиление мер кибербезопасности.

Существует множество разных методик оценки уровня цифровой культуры среди сотрудников предприятия. Эти подходы очень важны для каждого руководителя, так как в 21-м веке технологичность является неотъемлемой чертой любой большой компании. В таблице представлен разбор самых популярных методик [2].

Автором статьи был проведен опрос сотрудников компании ИООО «ВИНКТЕХ-СЕРВИС» на предмет развития цифровых способностей. В результате проведенного исследования составлен рейтинг и дана оценка уровня цифровой зрелости предприятия. Для анализа использовались 7 критериев оценки цифровой зрелости: видение лидера, человеческие ресурсы, приверженность сотрудников (цифровая культура), гибкая и безопасная инфраструктура, данные и аналитика, интеллектуальные рабочие процессы.

Методики для оценки уровня цифровой культуры сотрудников предприятия

Наименование метода / Разработчик метода	Ключевые области оценки и их деление	Примечание
1. Центр цифрового бизнеса MIT и Capgemini Consulting	3 области преобразований: клиентский опыт, операционные процессы и бизнес-модели. Каждая из выделенных областей включает еще по 3 элемента, что в совокупности дает полную картину о цифровом преобразовании	Ни одна фирма полностью не преобразует сразу все 9 элементов, поскольку разные компании имеют разные уровни начальной стадии цифровизации
2. Модель цифровой зрелости Deloitte	5 измерений: потребители (Customer), стратегия (Strategy), технологии (Technology), производство (Operations), структура (Organisation) и культура (Culture) организации. В свою очередь они разделены на 28 измерений, которые разбиты на 179 показателей	Основой оценки является стратегия предприятия, которая определяет направление развития предприятия. Действием по оценке стратегии являются оценки бизнес-моделей и операционных моделей, соответствующих требованиям digital-оценки по определенным параметрам
3. Индекс цифровой трансформации аналитического агентства Arthur D. Little.	7 областей: стратегия и руководство, сервисы и продукты, управление клиентами, цепочки и операции поставок, информационные технологии, культура и рабочие места, контроль и корпоративные сервисы	Результаты представлены как диаграмма-радар для каждой компании. В диаграмме можно отобразить уровень «виртуальной звезды» и уровень среднего отраслевого уровня. Данное сравнение можно считать преимуществом модели, позволяющей предприятию ориентироваться на отраслевой рынок
4. Модель оценки цифровых способностей от KPMG	5 областей: видение и стратегия, цифровые таланты, ключевые цифровые процессы, гибкие источники и технологии, руководство. Каждая из областей содержит несколько критериев	Результаты проведения оценки представлены в виде разных цветов, где каждый цвет является отдельной областью. В каждой области оценки 2 уровня – для данного предприятия и среднего для всех предприятий. Поэтому формируется база сравнительных оценок
5. Цифровое пианино от Глобального центра трансформации цифрового бизнеса	7 основных категорий (7 музыкальных нот): бизнес-модель, организационная структура, сотрудники, процессы, ИТ-возможности, предложения, модель взаимодействия	Каждая категория включает в себя вопросы, ответами на которые служит план изменения. Особенность состоит в том, чтобы определить разрыв между текущими и необходимыми уровнями цифровой зрелости в каждой сфере. Максимальные эффекты достигаются при одновременной трансформации нескольких компонентов – создании музыкального аккорда
6. Компания Ionology	5 областей: стратегия и культура, персонал и клиенты, процессы и инновации, технологии, данные и аналитика	Основным действием формирования цифровых трансформаций является разработка стратегической стратегии организации
7. Индекс зрелости Индустрии 4.0 Asatech от Национальной академии наук и техники Германии	4 области: ресурсы, информационные системы, культура и организационная структура	Индекс одновременно создает несколько областей. По этапам развития индустрии 4.0 оцениваются такие направления как информационное, связанное, наглядное, прозрачное, прогнозируемое, самокоррекционное. Основной целью данной трансформации является создание непрерывно развивающейся и гибкой фирмы
8. Российская компания КомандаА (KMDA)	6 областей: клиентоцентричность, коллаборации, данные, инновации, ценность, люди	Под клиентоцентризмом нужно понимать цифровое маркетинговое и коммуникационное обслуживание, под коллаборацией – представление о бизнесе как закрытой системе для эффективных взаимоотношений с партнерами. Данные являются широко применимыми аналитическими инструментами. Инновация – внедрение в компании инновационной культуры, непрерывное улучшение и инновации. Ценность является определением и построением системы управления ценностями. Люди являются новыми подходами к работе персонала на базе цифровых мышлений

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что предприятие ИООО «ВИНКТЕХ-СЕРВИС» удовлетворяет требованиям к

цифровой трансформации. Обычно средний балл у предприятий, которые задумываются о трансформации, находится в диапазоне 2–5 из 10-ти возможных. У предприятия ИООО «ВИНКТЕХ-СЕРВИС» средний балл равен 7. Наглядно результаты исследования представлены на рисунке.



Лепестковая диаграмма оценки уровня цифровой культуры предприятия ИООО «ВИНКТЕХ-СЕРВИС»

Результаты исследования позволяют с большой долей уверенности констатировать, что предприятие примет изменения, связанные с внедрением автоматизированной системы управления жизненным циклом изделий. Техническая готовность предприятия оценивается как достаточная для начала работ по внедрению.

Важно понимать, что при регулярной оценке уровня цифровой культуры сотрудников предприятия появляется возможность оказать положительное влияние на экономическую конкурентоспособность компании за счет перехода к более автоматизированным подходам в управлении бизнесом и использовании сотрудниками цифровых технологий. Цифровая культура оказывает влияние на бизнес-среду, изменяя стратегию поведения потребителя, динамику рынка и отраслевые тенденции в целом. Если сотрудники компании будут понимать современные подходы к ведению бизнеса в диджитал-среде и развивать необходимые навыки, они смогут адаптировать свои стратегии, продукты и услуги под динамично меняющийся рынок. К примеру, цифровой маркетинг во многом отличается от классической модели продвижения товаров и услуг на рынке тем, что имеет ряд особенностей в ходе цифровой трансформации [3].

Если посмотреть на оценку уровня цифровой культуры сотрудников

предприятия через призму маркетинга, можно обратить внимание на тенденции в изменении поведения потребителя через спрос на товары и услуги. К примеру, рост мобильного шопинга, влияние инфлюенс-маркетинга, популярность видеоконтента и рост цифровых методов оплаты заставляют предприятия по-иному выстраивать свою политику ведения бизнеса, и, во многом, переходить в сеть Интернет.

При отслеживании таких показателей цифровой культуры, как посещаемость сайта, вовлеченность аудитории в социальные сети и приложения, эффективность цифрового маркетинга через метрики охватов, можно оценить свою позицию на рынке по сравнению с конкурентами и разработать стратегии для дифференциации своего бренда на диджитал-рынке. Для этого, сотрудникам необходимо понимать, чем отличаются различные способы продвижения товаров и услуг через цифровую среду: это могут быть и социальные сети, приложения, сайты и другие платформы. Оптимизация каналов цифрового маркетинга и оценка результативности цифровой культуры в компании может увеличить прибыль. Одним из инструментов для ведения бизнеса в онлайн и подготовке сотрудников к работе в цифровой среде является аналитика данных и база актуальных знаний специалистов в области маркетинга в соцсетях, поисковой (SEO) оптимизации, электронной коммерции или партнерства с инфлюенсерами. Рентабельность инвестиций в развитие в цифровой среде и оценка эффективности такой деятельности происходят через количество привлеченных клиентов, заявок и охваты медиаисточников. Главным конкурентным преимуществом в цифровую эпоху является адаптивность под новые тенденции ведения бизнеса в соцсетях [4]. Таким образом, оценка цифровой культуры через призму маркетинга позволяет маркетологам получить уникальные сведения о поведении потребителей, тенденциях рынка и конкурентных стратегиях. Это позволяет принимать решения на основе данных, применять целевые подходы и заблаговременно адаптироваться к цифровым потрясениям, что в конечном итоге способствует росту бизнеса и конкурентному преимуществу в цифровую эпоху.

Изучая тему развитости цифровой культуры, ученые, политики и представители промышленности смогут углубить свое понимание многогранного влияния цифровой культуры на экономические, социальные и экологические аспекты, что откроет путь для принятия обоснованных решений, научно обоснованной политики и стратегических мероприятий в цифровую эпоху.

Библиографические ссылки

1. *Гилева Т. А.* Цифровая зрелость предприятия: методы оценки и управления

[Электронный ресурс] // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2019. № 1(27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-zrelost-predpriyatiya-metody-otsenki-i-upravleniya> (дата обращения: 20.03.2024).

2. *Хлебенских Л. В.* Индекс цифровизации организации: факторы влияния [Электронный ресурс] // Материалы XIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» ФГБОУ ВО «Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова». URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=2357> (дата обращения: 21.03.2024).

3. *Исаев Е. А., Коровкина Н. Л., Табакова М. С.* Оценка готовности ИТ-подразделения компании к цифровой трансформации бизнеса [Электронный ресурс] // Бизнес-информатика. № 2(44). 2018. С. 55–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-gotovnosti-it-podrazdeleniya-kompanii-k-tsifrovoy-transformatsii-biznesa> (дата обращения: 22.03.2024).

4. *Nolan R. L.* Managing the crises in data processing. Harvard Business Review. [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr.org/1979/03/managing-the-crises-in-data-processing> (дата обращения: 22.03.2024).