
Цифрова культура компаній: уточнення термінології

Наталія Трушкіна

Відділ проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва, Інститут економіки промисловості НАН України, Київ, Україна

ORCID 0000-0002-6741-7738

Діана Чернух

Відділ проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва, Інститут економіки промисловості НАН України, Київ, Україна

Для цитування цієї статті:

Трушкіна Наталія, Чернух Діана. Цифрова культура компаній: уточнення термінології.

International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 2, No. 1, 2023, pp. 19-33. doi: 10.46299/j.isjmef.20230201.03.

Надійшла до редакції: 03 грудня 2022 р.; **Схвалено:** 16 грудня 2022 р.;

Опубліковано: 01 лютого 2023 р.

Анотація: На даний час цифрові трансформації змінюють способи реалізації та організації трудової діяльності, самі трудові процеси, стимулюють до появи цифрового мислення та роблять унікальним досвід працівників, формуючи особливе цифрове середовище та цифрову культуру компаній.

У статті досліджено еволюцію розвитку та становлення цифрової культури як перспективного напрямку діяльності компаній. Проаналізовано й узагальнено теоретичні засади розвитку цифрової культури. Розглянуто існуючі підходи до трактування цифрової культури, які запропоновано різними науковими школами. Виявлено ключові чинники впливу на зміни професій на глобальному ринку праці з урахуванням активізації процесів діджиталізації та особливості попиту роботодавців на цифрові навички персоналу залежно від рівня їх кваліфікації. Побудовано структуру цифрової компетентності з урахуванням світового досвіду, яка містить такі складові: спілкуванні й співпраця, інформаційна грамотність, уміння вирішувати проблеми і поставлені завдання, інформаційна безпека, створення цифрового контенту.

У результаті дослідження встановлено, що цифрову культуру варто розглядати як набір принципів, цінностей і методів у системі управління персоналом з використанням інформаційно-комунікаційних технологій для взаємодії керівництва, топменеджерів, співробітників і вирішення завдань у професійній діяльності. Це сформований спосіб і манера поведінки співробітників компанії, які виникли під впливом трансформації цифрового суспільства та має на увазі підвищення рівня цифрових навичок, грамотності і умінь користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями і програмним забезпеченням. Визначено ключові принципи формування та розвитку цифрової культури компаній в умовах діджитал-економіки: організаційна гнучкість; клієнтоорієнтованість; орієнтація на результат; прозорливість; технологічна грамотність; адаптивність до глобальних викликів та організаційних змін; мережевий підхід до формування цифрових платформ; постійне навчання.

Ключові слова: корпоративна культура, принципи, мотивація, цінності, менеджмент персоналу, система управління персоналом, цифрова культура, цифрова трансформація,

цифрові технології, інформаційні системи, цифрові навички, цифрова компетентність, цифрова грамотність, механізм взаємодії, партнерство, результативність.

1. Вступ

Сьогодні цифрові технології трансформували всі сфери життєдіяльності суспільства: культуру, економіку, політичну сферу, науку, освіту та породили новий феномен світосприйняття – цифрову культуру. За підрахунками ООН [1], у майбутньому буде створено близько двох мільйонів нових робочих місць у сферах технологій, логістики, математики, архітектури та техніки. Та й взагалі близько 90% робочих місць потребуватимуть цифрових навичок та впровадження цифрової культури. Згідно з аналізом Бостонської консалтингової групи цифровізація та цифрова культура є ключовими драйверами зростання ВВП. І за деякими оцінками експертів, частка глобальної інформаційної економіки вже зараз з урахуванням цифрових навичок, ефективного впровадження та розвитку цифрової культури в бізнесі та цифрового капіталу становить 22,5% від світової економіки [2].

Окрім цього, прогнозується тренд зростання обсягу глобального ринку цифрової трансформації в 2016-2027 рр. За даними VCG [3], близько 80% компаній, що приділяють увагу цифровій культурі, досягли набагато високих економічних результатів, ніж ті компанії, керівництво яких нехтувало вирішенням даної проблематики.

Згідно з дослідженням McKinsey [4], близько 45% завдань на підприємствах можна автоматизувати. Це вивільнить час працівників від виконання повторюваних операцій і дозволить зосередити більше уваги на дійсно складних і креативних завданнях.

2. Об'єкт і предмет дослідження

Об'єкт дослідження – процеси формування й розвитку цифрової культури в умовах глобалізації та євроінтеграції.

Предмет дослідження – теоретичні засади і науково-практичні положення, які створюють належні умови для формування й розвитку цифрової культури у глобалізованому й євроінтеграційному вимірі в контексті процесів діджиталізації.

3. Мета та задачі дослідження

Мета даної статті полягає у теоретичному узагальненні підходів до визначення цифрової культури і його базових складових у системі управління персоналом підприємства.

Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання:

дослідити еволюцію розвитку та становлення цифрової культури як перспективного напрямку діяльності компаній;

розглянути існуючі підходи до трактування цифрової культури, які запропоновано різними науковими школами;

дослідити ключові чинники впливу на зміни професій на глобальному ринку праці з урахуванням активізації процесів діджиталізації та особливості попиту роботодавців на цифрові навички персоналу залежно від рівня їх кваліфікації;

запропонувати структуру цифрової компетентності з урахуванням світового досвіду;

надати авторський підхід до трактування поняття «цифрова культура»;

визначити ключові принципи формування та розвитку цифрової культури компаній в умовах діджитал-економіки.

4. Аналіз літератури

Проблематику розвитку теоретичних засад і методичного забезпечення процесів формування корпоративної культури з урахуванням еволюції різних наукових підходів до визначення її суті досліджують: М. Alvesson, М. Armstrong, Е. Gaile-Sarkane, J. Pijns, Т. Judge, L. Pennington, S. Robbins, Е. Sheyn, М. Simosi, V. Skvarciany та інші.

Питання визначення впливу корпоративної культури на ефективність діяльності та конкурентоспроможність підприємств, у тому числі оцінювання рівня розвитку організаційної культури та його зв'язку з фінансовими результатами підприємницької діяльності, розглянуто у роботах таких науковців, як К. Cameron, D. Denison, Н. Dzwigol, М. Dzwigol-Barosz, G. Hofstede, А. Kwilinski, М. Millington, R. Miskiewicz, R. Quinn, J. Schultz, Trang To Thu та інші.

Як сучасний культурологічний феномен поняття цифрової культури аналізують відомі зарубіжні науковці, зокрема: М. Vincent [5], D. Rowles, Т. Brown [6], G. Creeber, R. Martin [7], М. Hand [8], G. Doukidis et al. [9], D. Silver, D. Gauntlett [10], Д. Галкін [11], І. Колонтаєвська [12], Н. Соколова [13], А. Гук [14], які обґрунтували понятійний апарат у напрямі цифровізації та запропонували власні трактування низки важливих дефініцій даної проблематики.

Значний внесок у вивчення означеного питання здійснили й вітчизняні науковці, такі як: Н. Дашенко [2], О. Астаф'єв [15], О. Струтинська [16] та інші. Ними запропоновано тлумачення понять «цифрова грамотність», «цифрова компетентність», «цифрова культура», визначено їх структуру та специфічні особливості, які пов'язано зі стрімким розвитком сучасних цифрових технологій.

5. Методи досліджень

Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи: аналіз і синтез, системний підхід, порівняння, систематизація, структурно-логічне узагальнення.

Культура (лат. Culture – «обробіток», «обробляти») – сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством протягом його історії; історично набутий набір правил усередині соціуму для його збереження та гармонізації [17].

Сьогодні культура об'єднує в собі науку (включно з технологією), освіту, мистецтво (літературу та інші галузі), мораль, уклад життя та світогляд. А внутрішня понятійна структура категорії «культура» відбиває її «пограничний» характер. Саме тому науковий інтерес до вивчення культури виникає в різних галузях знань. Оскільки її зміст залежить від предметних результатів діяльності людей до людських знань, здібностей, навичок, морально-естетичних запитів, що реалізуються в діяльності.

Стрімкий розвиток цифрових технологій, масова цифровізація в усіх сферах діяльності та активне використання суспільством діджитал технологій, сьогодні утворили нову, сучасну культуру людства – цифрову культуру.

Так вперше поняття «цифрова культура» введено до наукового обігу в 2000-х рр. Це пов'язано з виникненням у 2004 р. технології Web 2.0 – другого покоління мережевих сервісів Інтернету з якісно новим підходом до організації, реалізації та підтримки Web-ресурсів.

Становлення і розвиток цифрової культури сьогодні відображає тісну взаємодію та переплетення стратегій науково-технологічного розвитку, політичних рішень, філософських дискурсів (від Нового часу до постмодернізму), впливу протестних рухів на трансформацію цінностей (рух контркультури, психоделічна революція, молодіжні протестні рухи другої половини ХХ ст.). Періодизацію розвитку цифрової культури наведено у табл. 1.

Таблиця 1. Періодизація еволюційного розвитку цифрової культури

Період	Характеристика періодів розвитку
60-70-ті рр. XX ст.	Створення технологічної інфраструктури для здійснення проекту інформаційного суспільства – персональних комп'ютерів та комп'ютерних мереж
80-90-ті рр. XX ст.	Розвиток цифрових технологій, що характеризують діджиталізацію, як основний напрямок розвитку у цифровій культурі
2000-ті роки – до цього часу	Антропологічна революція як зміна «природи культурного споживання» та природу людини

Джерело: складено на основі [18, с. 10-11].

Сьогодні стрімкий розвиток цифрової культури пов'язаний з появою нових специфічних інформаційних і віртуальних форм культури, а також нових видів культурної комунікації, а поява феномену цифрової культури заставляє дискусійне питання про генезис даної проблематики. Так, Д. Галкін стверджує: «Цифрова культура – це світ, заснований на обчислювальних автоматах, які працюють за принципом цифрового бінарного кодування» [11], яка зародилася в кінці XX століття, а потім еволюціонувала в культуру штучного життя. Досліджуючи цифрову культуру, Д. Галкін виділяє такі основні її характеристики: влада техніки, всесвітня технологізація, технологічний антроподефіцит. Автор вважає за доцільне розглядати цифрову культуру на декількох рівнях [11]:

- матеріальному (технічні системи сучасних цифрових пристроїв: комп'ютери, смартфони, цифрові фотокамери з відповідним програмним забезпеченням);
- функціональному (соціальному): забезпечення діяльності інститутів, які визначають спосіб повсякденного життя, форми взаємодії, ритуали і традиції різних груп населення (відведення електронної документації до творів технологічного мистецтва);
- символічному, оскільки символічна природа цифрової культури, яка формується у логіці цифрового кодування і розвитку мов програмування, не викликає сумнівів;
- ментальному, який стосується вкоріненості культури в психічне життя людей (цей рівень цифрової культури торкається дискусійних питань прийняття чи відкидання технологічного імперативу, нових звичок роботи з інформаційними даними тощо);
- духовно-ціннісному, що вміщує цінності цифрової культури в національному, міжнародному, релігійному, соціально-політичному, метафізичному контекстах.

Дослідниця І. Колонтаєвська [12] визначає цифрову культуру як сукупність стійких соціально-психологічних рис і якостей особистості, прийняття (або неприйняття) нею стереотипів поведінки в певному цифровому середовищі, закріплення тих чи інших звичок мережевого спілкування і роботи з інформацією.

У сучасній науці (Л. Баєва, О. Гук, В. Кривошеєв) також існує тенденція тлумачити цифрову культуру як технологічний феномен, оскільки всі об'єкти цієї культури функціонують з допомогою цифрових пристроїв на основі принципу цифрового кодування інформації з допомогою бінарного коду, що стає системоутворювальним чинником цієї культури (з технологічного боку). У цьому випадку поняття «цифрової культури» збігається з дефініцією «електронної культури» (е-культури) як сукупності результатів творчості та комунікації людей в умовах впровадження ІТ-технологій, утворення єдиного інформаційного простору. Оскільки всі сучасні інформаційно-комунікаційні засоби (комп'ютер, мобільний телефон, кіно- і телекамера, аналогові й цифрові відеокамери, плеєри, планшети, фотоапарати та ін.) є електронними пристроями, смислове поле електронної культури вміщує також феномени комп'ютерної, мультимедійної, кіберкультури як її різновиди (О. Гук) [14].

Інші аспекти цифрової культури акцентує К. Літвінова [19], розуміючи її як систему правил поведінки людини, яких вона дотримується під час використання інформаційно-комунікаційних технологій. До компонентів цифрової культури авторка відносить [19]:

- раціональне споживання інформації;

- критичне мислення, що стосується кількості та якості сприйнятої інформації і вміщує пошук (вибір достовірних та надійних інформаційних джерел), інтерпретацію (надання переваги фактам, ніж думкам), дослідження (глибокий аналіз інформації для формування висновків) й оцінку (погляд на інформаційне повідомлення з різних аспектів);

- цифрову грамотність, тобто вміння користуватись сучасними ІТ та програмним забезпеченням, особливо у професійній діяльності;

- ІТ-волонтерство – використання ІКТ не лише для власних потреб, але й для вдосконалення оточуючого світу;

- «зелене» використання інформаційних технологій («Greening IT»), участь у вирішенні екологічних проблем, спричинених інформаційним прогресом.

Дослідження, які проведено Н. Соколовою [13], доводять, що про цифрову культуру можна говорити: по-перше, як про цінності сучасного суспільства, засновані на цифровому кодуванні, втілених в технічних системах, що містять комунікативні механізми; по-друге, як про систему змін практик, продуктів людської діяльності, пов'язаних з культурою цифрової епохи.

В Аналітичній записці відділу гуманітарної політики Національного інституту стратегічних досліджень [20] зазначено, що цифрова культура є базовою основою сучасної світової культури, невід'ємною складовою усіх без виключення суспільних процесів; явище цифрової культури є знаковим, оскільки вказує на провідну форму соціалізації сучасного суспільства – інформаційно-віртуальну.

Крім цього, слід відзначити та наголосити на тому, що дослідження цифрової культури не вичерпується аналізом цифрових технологій, форматів і гаджетів, а торкається найрізноманітніших аспектів життя сучасної людини, передбачає аналіз змін самих практик і продуктів людської діяльності. Так, дослідження цифрової культури передбачає не тільки аналіз її феноменів, що є важливим, а й спостереження того, що відбувається з культурою в епоху розповсюдження цифрових технологій. Така постановка питання видається закономірною ще й тому, що цифрову культуру важко відокремити від культури «нецифрової». Справа не лише в стрімкому «оцифруванні» сучасної культури, а й в тому, що цифрова культура органічно пов'язана з культурою попередніх епох, «прецифровою» культурою.

6. Результати досліджень

Під впливом цифрової культури, починаючи з 90-х років минулого століття, у США та в інших розвинених країнах виникли нові напрямки фундаментальних досліджень: постматеріалізм, постгуманітаристика, нове екомислення та екомодельовання, які суттєво переглянули класичні міждисциплінарні підходи модерного наукового пізнання та врахували тотальність цифрового фактору у житті сучасного людства.

Сьогодні цифрова культура є невід'ємною складовою культури ХХІ ст. та будується на такому основному кластері як, digital hub:

- цифрові рішення (управління продуктами, управління проектами, agile/scrum, управління ресурсами);

- розроблення програмного забезпечення (дизайн цифрових рішень, розробка, тестування та аналіз якості, архітектура рішень, бізнес-аналіз);

- аналіз даних (машинне навчання, алгоритми штучного інтелекту, архітектура і інжиніринг даних);

- цифрова інфраструктура (Development operations, бездротові технології, інтернет речей, хмарні рішення, кібербезпека) [21].

У зв'язку із стрімким технологічним проривом у багатьох галузях виробництва глобальний ринок праці також зазнає великих змін. За прогнозами багатьох аналітиків цифрова трансформація економіки призведе до того, що в найближчі роки багато професій і

спеціальностей кардинально зміняться або взагалі зникнуть. Віце-президент та директор з досліджень компанії Forrester Research [22] у 2018 р. спрогнозував, що в найближчі 10 років (до 2027 р.) цифрова культура впливатиме на 85% усіх робочих місць. Автоматизація призведе до зникнення існуючих професій (до 17%), і, як наслідок, до виникнення нових професій та цифрових навичок.

Зокрема сьогодні вище керівництво формує гнучкіший підхід до організації праці та фокусується на забезпеченні темпів цифрової трансформації. Вище керівництво компаній усвідомлює важливість і ефективність технологій для забезпечення зростання, 38% керівників в Україні та 49% у світі планує збільшити надання доступу до продуктів та послуг через інтернет-платформу, 36% респондентів в Україні та 67% у світі планують збільшення інвестицій у виявлення проривних ідей та інновацій, а 23% в Україні та 46% у світі планує співробітництво з інноваційними стартапами (рис. 1). Дослідження показує, що керівники у світі краще усвідомлюють необхідність розширювати цифровий потенціал свого бізнесу. Окрім цього 58% опитуваних в Україні та 78% опитуваних бізнесменів та менеджерів заявляють, що потрібно швидше переводити інвестиції в цифровий потенціал та виходити з бізнесу, який, з погляду діджиталізації, є застарілим. Також майже дві третини респондентів у світі (67%) мають намір інвестувати у виявлення проривних технологій та інновацій, в Україні 36% керівників планують такі інвестиції [23].

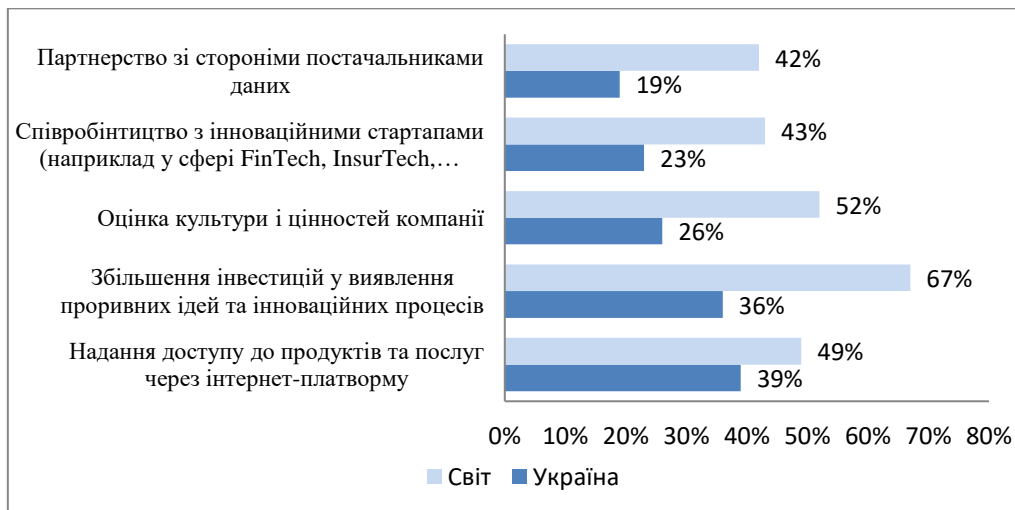


Рис. 1. Пріоритетні напрями діяльності компаній задля досягнення цілей зростання рівня цифровізації (у 2020-2023 рр.)

Джерело: складено на основі [23].

Відповідно до дослідження Всесвітнього економічного форуму (WEF – World Economic Forum) [24] за 2018 р. про тенденції розвитку майбутніх професій головними чинниками, що впливатимуть на зміни професій на глобальному ринку праці до 2022 р., є:

- високошвидкісний мобільний Інтернет, технології штучного інтелекту, широке використання аналітики великих даних та хмарні технології;
- подальший розвиток технологій Інтернету речей, так зване «машинне навчання» (machine learning) і технологій віртуальної та доповненої реальності;
- тенденції до роботизації різних галузей людської діяльності;
- зміна співвідношення у розподілі праці «людина-роботизована система» у бік роботизації в період з 2018 року до 2022 року в зв'язку з прискоренням швидкості автоматизації виробництва;
- зміна видів зайнятості. Близько 50% компанії очікують, що автоматизація призведе до скорочення їх працівників до 2022 р., а також на профіль їх діяльності. У той же час, більше чверті опитаних очікують, що процеси автоматизації призведуть до створення нових професій на їх підприємствах;

- оптимістичний прогноз щодо змін професій. Поряд із скороченням одних робочих місць очікується зростання кількості робочих місць за рахунок виникнення нових професій. До 2022 року в усіх галузях промисловості прогнозується зростання частки нових професій від 16% до 27% - зростання на 11%. Деякі з оцінок таких тенденцій вказують на те, що до 75 млн робочих місць можуть бути витіснені зміною розподілу праці у зв'язку з прискоренням швидкості автоматизації виробництва. В той же час, може з'явитися до 133 млн нових робочих місць для працівників, які зможуть пристосуватись до нових умов розподілу праці між людьми та роботизованими системами;

- зміщення акцентів популярності на певні професії. У період до 2024 р. підвищеним попитом будуть користуватися аналітики даних, вчені, розробники програмного забезпечення, та спеціалісти з електронної комерції та соціальних медіа та інші професії, пов'язані з використанням технологій. Також очікується зростання попиту на працівників служб обслуговування клієнтів, продажів та маркетингу. Крім того, у зв'язку з інтенсивним розвитком сучасних цифрових технологій потрібні будуть фахівці у галузі штучного інтелекту та машинного навчання, в галузі великих даних, фахівці з автоматизації процесів, аналітики інформаційної безпеки, дизайнери інтерфейсів, інженери роботів, спеціалісти в галузі технології блокчейну;

- зміна навичок та компетентностей, необхідних для більшості професій. Переважна більшість роботодавців очікують, що до 2023 р. навички, необхідні для великої кількості професій, значно зміняться;

- необхідність у перекваліфікації. Очікується, що до 2024 р. не менше 54% всіх працівники будуть потребувати суттєвої перекваліфікації та підвищення кваліфікації.

Цифрова трансформація різних галузей діяльності суспільства, розвиток штучного інтелекту, автоматизація та роботизація багатьох виробничих процесів, поява нових професій призводять до необхідності формування нових навичок та компетентностей фахівців, зокрема пов'язаних з уміннями працювати з цифровими технологіями, а саме цифрових навичок і цифрової компетентності (digital skills and digital competence) [16].

Дослідження у галузі формування та розвитку цифрових навичок і цифрової компетентності фахівців різних професій інтенсивно проводяться в багатьох країнах світу. Так, наприклад, відповідно до Digital Competency Framework [25], розроблений у 2019 р. цифрова компетентність визначена як «здатність до пошуку, розуміння, систематизації, оцінювання, створення та поширення даних за допомогою цифрових технологій. Вона вважається багатогранною компетентністю людини, яка включає в себе навички використання ІКТ (інформаційно-комунікаційні технології), пізнавальні, соціальні навички та уміння взаємодіяти з іншими людьми засобами цифрових технологій [21]. Цифрова компетентність також включає вміння поводитися етично та відповідально при роботі із засобами на основі інформаційно-комунікаційних технологій і пов'язана з громадянськими обов'язками, що регулюються Кримінальним кодексом, а також різними законами про захист конфіденційності та особистих даних, авторським правом та інтелектуальною власністю».

У Європі цифрова компетентність (Digital Competence) визначена парламентом ЄС ще у 2006 р. як одна з 8 ключових компетентностей, важливих для життя кожної людини в інформаційному суспільстві. Зокрема у країнах ЄС щодо ключових компетентностей для неперервного навчання цифрова компетентність передбачає впевнене та критичне використання ІКТ для роботи, дозвілля та спілкування. Для цього необхідно мати такі основні навички роботи з ІКТ, як використання комп'ютерів та інших комп'ютерних пристроїв для пошуку, оцінювання, зберігання, створення, подання та обміну даними, а також уміння спілкуватися й працювати із сервісами мережі Інтернет для спільного застосування.

Крім того, високий рівень сформованості цифрових навичок та цифрової компетентності надає можливість людям використовувати дані, добирати та оцінювати їх; створювати цифровий контент, у тому числі на основі програмування, а також вміти користуватись

сучасним програмним забезпеченням та пристроями, що працюють на основі штучного інтелекту, зокрема роботами.

Те, що цифрові навички та цифрову компетентність на теперішній час необхідно розвивати не тільки для професій, пов'язаних з ІТ-галуззю, а й практично для будь-якої професії, підтверджують результати 2-х досліджень проведених у Великобританії [26]:

1) з вивчення поточного стану попиту роботодавців на цифрові навички на ринку праці Великобританії, проведеного в 2019 році (Burning Glass Technologies, 2019);

2) для визначення цифрових навичок, необхідних для досягнення успіху нині та в наступні 10 років, проведеного 2018 році (Warwick Institute for Employment Research, 2018).

Дослідження показали, що на сучасному етапі розвитку суспільства цифрова компетентність потрібна не тільки для висококваліфікованих робіт. На сьогодні вона затребувана практично для всіх професій, починаючи від працівників колцентрів й до висококваліфікованих ІТ-фахівців. У табл. 2 наведено попит роботодавців на цифрові навички працівників залежно від рівня їх кваліфікації.

Таблиця 2. Попит роботодавців на цифрові навички працівників залежно від рівня їх кваліфікації

Рівень майстерності	Загальна кількість оголошень про роботу, тис.	Оголошення про роботу у професіях, що вимагають цифрових навичок, тис.	% оголошень про роботу в професіях, які вимагають цифрових навичок
Низькокваліфікований (low-skill)	2112	1629	77
Середньокваліфікований (middle-skill)	2602	2214	85
Висококваліфікований (high-skill)	4686	3873	83
Робочі місця (all jobs)	9400	7717	82

Джерело: складено на підставі [16].

Як видно з табл. 2, для 82% всіх професій (all jobs), затребуваних на ринку праці, фахівцям необхідно мати цифрові навички. Серед них навіть для низькокваліфікованих робочих місць (low-skill occupations) 77% працівникам потрібно мати цифрові навички, для робочих місць середньої кваліфікації (middle-skill occupations) та висококваліфікованих професій (high-skill occupations) відповідно 85% та 83% працівникам [16].

Дослідження Асоціації менеджерів показує, що питаннями інновацій в компанії та управління змінами в основному займається вищий керівник компанії (в 83% випадків) і його заступники і тільки 23% опитаних зазначили, що є спеціальний департамент. Дуже часто ця задача лягає на топ-менеджера, який не має в своєму розпорядженні достатньо формалізованих методик, процедур, структур, які підтримують його стратегічні задуми. При цьому нестача фінансових коштів не розглядається як вагома перешкода для формування корпоративної культури. У більшості випадків ініціатором змін є також вищий керівник компанії або директор з персоналу.

Сьогодні корпоративна культура на інноваційному підприємстві повинна містити такі складові: місія; мета компанії; набір базових цінностей; стиль спілкування; модель поведінки; корпоративна преса; історія компанії; девіз або рекламний слоган; традиції. Корпоративна культура підвищує стійкість компанії через додання їй більшої гнучкості. Вона визначає спосіб дій, що дозволяє співробітникам швидко і адекватно реагувати на несподівані події.

З активним розвитком цифрової культури сьогодні спостерігається швидкий темп встановлення цифрових навичок і цифрових компетентностей: спілкування та співпраця;

інформаційна грамотність; створення цифрового контенту; інформаційна безпека; уміння вирішувати проблеми.

Основними компонентами корпоративної культури у цифровій економіці є цифрові навички та компетенції, тип мислення та поведінка, ділові відносини та джерела професійних знань, моделі розвитку кар'єри (рис. 2).



Рис. 2. Змістова структура корпоративної культури в епоху цифрових трансформацій
Джерело: авторська розробка.

При цьому до специфічних особливостей цифрової культури підприємств слід віднести: застосування клієнтоорієнтованого підходу до логістичного обслуговування споживачів у контексті маркетингу взаємовідносин; делегування повноважень; управління ризиками у системі ризик-менеджменту підприємств; більше дій, а планування йде на другий план; співробітництво цінується вище, ніж індивідуальні зусилля – успіх відбувається завдяки колективній роботі та обміну інформацією між департаментами, функціями. Ітеративний та швидкий темп цифрової роботи вимагає набагато вищого рівня прозорості та взаємодії.

Сьогодні для підвищення ефективності розвитку корпоративної (організаційної культури) підприємств у контексті цифрової економіки варто впроваджувати комплексний підхід, основна мета якого полягає у симбіозі та постійному взаємозв'язку чинників впливу, складових елементів, цифрових компетенцій та навичок, інформаційних технологій (рис. 3).

Цифрова компетентність – ключова компетентність в умовах четвертої промислової революції. Вона охоплює такі поняття як інформаційна грамотність та медіаграмотність, комунікація та співпраця, створення цифрового контенту, безпеку та захист персональних даних та навчання протягом життя.

За опитуванням KPMG [23], 42% українських керівників і 69% CEO у світі планують скорочувати офісні площі та вводити дистанційну роботу для частини співробітників і після закінчення пандемії. Активно застосовується Lifelong learning (безперервне навчання) і розвиток цифрових навичок — це запобіжник від майбутніх шоків технологічних змін.

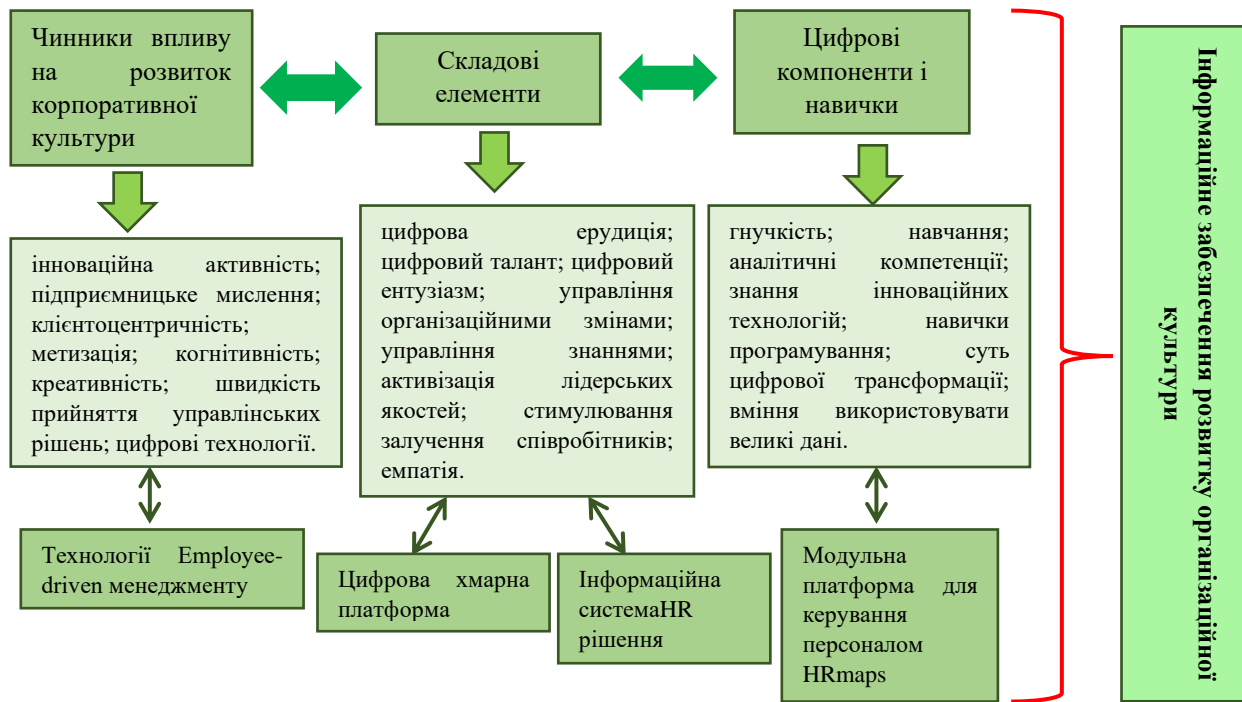


Рис. 3. Комплексний підхід до модернізації корпоративної культури компаній в епоху цифрових перетворень

Джерело: авторська розробка.

У 2016 р. Європейська комісія запровадила так звану Рамку цифрової компетентності для громадян (скорочена назва – DigComp), (DigComp 2.0: Digital Competence Framework for Citizens), а у 2017 р. її було оновлено та представлено на конференції у Брюсселі під назвою «Рамка цифрової компетентності для громадян: вісім рівнів майстерності з прикладами використання» (DigComp 2.1: Digital Competence Framework for Citizens) (табл. 3) [27].

Таблиця 3. Концептуальна еталонна модель Dig Comp 2.0

Сфера компетентності Вимір 1	Компетентність Вимір 2
Інформація та вміння працювати з даними	1.1 Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту
	1.2 Оцінка даних, інформації та цифрового контенту
	1.3 Управління даними, інформацією та цифровим контентом
Комунікація та співробітництво	2.1 Взаємодія за допомогою цифрових технологій
	2.2 Обмін за допомогою цифрових технологій
	2.3 Реалізація громадянської позиції за допомогою цифрових технологій
	2.4 Співробітництво за допомогою цифрових технологій
Створення цифрового контенту	2.6 Управління цифровою ідентичністю
	3.1 Розробка цифрового контенту
	3.2 Інтеграція та перероблення цифрового контенту
	3.3 Авторське право і ліцензії
Безпека	3.4 Програмування
	4.1 Захист пристроїв
	4.2 Захист персональних даних і приватності
	4.3 Захист здоров'я і благополуччя
	4.4 Захист навколишнього середовища

Продовження таблиці 3

Розв'язання проблем	5.1 Розв'язання технічних проблем
	5.2 Визначення потреб і технологічних заходів реагування
	5.3 Творче використання цифрових технологій
	5.4 Виявлення прогалин у цифровій компетентності

Джерело: складено на підставі [27].

За даними Євростату [28], до умінь/компетенцій, що в сучасних умовах цифрової економіки є визначальними при формуванні на підприємствах різних навчальних курсів, віднесено такі:

- загальні уміння у сфері інформаційних технологій (29% на малих фірмах (10-49 працівників); 60% – на підприємствах, де працюють 500 і більше робітників);
- професійні уміння у сфері інформаційних технологій (11% на малих фірмах; 42% – на великих підприємствах).

З точки зору перспектив формування й розвитку компетентностей, які розглядаються як найважливіші для організаційного розвитку в країнах ЄС, респонденти визнали ІТ загального рівня (63%) та ІТ професійного рівня (28%)

У найближчі п'ять років прогнозується подальший зсув у бік розвитку когнітивних компетенцій персоналу (вирішення комплексних проблем, креативність, комунікація та узгоджені дії з іншими співробітниками). Серед головних тенденцій подальшого розвитку професійної компетентності персоналу визначено розвиток сфери когнітивної діяльності людини, зростання значення когнітивних компетенцій; роботу з великими масивами даних, DT – data technologies, зростання ролі аналітичних здібностей та компетенцій створення смислів [29, с. 99, 100].

За даними WEF [24], у всьому світі сьогодні не більше 22 тис. фахівців рівня PhD зокрема у сфері штучного інтелекту лише у США налічують понад 10 тис. відкритих вакансій. Протягом останнього десятиліття кількість працюючих у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у країнах ЄС збільшилася на 33% порівняно з 2% зростанням загального рівня зайнятості. Освіта в галузі ІКТ є перспективною для працевлаштування на ринку праці. Наприклад, в ЄС частка осіб, які мали освіту в сфері ІКТ і були працевлаштовані як ІКТ-спеціаліст, становила у 2016 р. понад 91%.

Проведені дослідження констатують, що до 2023 р. на 20% більше робочих місць вимагатимуть підвищення кваліфікації. Глобальна економіка, яка ґрунтується на знаннях, потребує персонал з вищим рівнем розвитку компетенцій.

Дані обстеження McKinsey [4] свідчать, що в Європі до 2030 р. робочий час, проведений із використанням інноваційних технологічних навичок, зростатиме на 20%, а із застосуванням базових технологічних компетенцій – на 65%. Відповідно до цього ж дослідження за подальші 10 років 90% робочих місць потребуватимуть цифрових навичок. В Україні станом на 2021 рік 53% українців володіють цифровою грамотністю нижче базового рівня. Внаслідок чого Міністерством цифрової трансформації України було розроблено «місяць цифрової грамотності» — масштабну інформаційну кампанію, яка надихне українців на навчання цифрових навичок.

Отже, цифрову культуру варто розглядати як набір принципів, цінностей і методів у системі управління персоналом з використанням інформаційно-комунікаційних технологій для взаємодії керівництва, топменеджерів, співробітників і вирішення завдань у професійній діяльності. По суті, це установки чи якийсь негласний кодекс того, як все відбувається у компанії, який надає співробітникам свободу думок і прийняття ситуативних рішень.

Цифрова культура – це сформований спосіб і манера поведінки співробітників компанії, які виникли під впливом трансформації цифрового суспільства та має на увазі підвищення рівня цифрових навичок, грамотності і умінь користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями і програмним забезпеченням.

7. Перспективи подальшого розвитку досліджень

Дане дослідження з проблем формування й розвитку цифрової культури є першим етапом наукових розробок, які доцільно продовжувати. Це пов'язано з інтенсивним розвитком цифрової економіки, що вимагає, у свою чергу, обґрунтування принципово нових підходів до формування цифрових навичок і компетенцій співробітників компаній. Усе це свідчить про перспективи подальшого розвитку досліджень з обраної тематики.

8. Висновки

Виходячи з вищевикладеного можна дійти такого висновку. Під впливом цифрових трансформацій відбувається оцифрування різних сфер життя людини з'являється новий тип соціальної культури – цифрова культура. У результаті проведених досліджень [30-37] виявлено ключові принципи формування і розвитку цифрової культури:

- гнучкість і сприйнятливість (організаційна гнучкість – це більше, ніж просто швидкість; це маневреність і чуйність. Це означає орієнтацію на більше експериментування, тестування та навчання, сміливість і культура меншої схильності до ризику, здатність швидко рухатися, коли це необхідно);

- клієнтоорієнтованість (фокусування на клієнта широка і глибока, має бути відображена у стратегіях, процесах і структурах, але більше всього вона має бути вбудована у корпоративну культуру);

- орієнтація на результативність (цифрова культура орієнтована на результат, визначати та оцінювати розвиток підприємства, цифрових навичок та компетентностей працівників);

- прозорливість (характеризується переконливою спільною метою);

- технологічна грамотність (культура, яка ґрунтується на всебічній технологічній грамотності, підтримуючи при цьому оптимальний баланс загального та спеціалізованого досвіду, технологія як засіб сприяння, більша довіра та гнучкість технологій);

- адаптивність до глобальних викликів та організаційних змін;

- мережевий підхід до формування цифрових платформ (відкритість використання зовнішніх ресурсів і нарощування зовнішніх можливостей, здатність застосування платформних систем і технологій);

- співпраця і навчання (культура, яка підтримує потік знань, постійне навчання і легкість міждисциплінарної співпраці).

У XXI столітті цифрова культура стає чинником, який впливає на соціально-професійну мобільність і в результаті істотно змінює модель поведінки сучасного покоління. Під впливом розвитку цифрових технологій трансформуються традиційні культурні сфери, що призводить до зміни суспільного світогляду та переоцінки цінностей. Значення терміна «цифрова культура» може мати різне смислове навантаження, однак у контексті професійної діяльності це відноситься до здатності людини застосовувати свої цифрові знання, уміння та навички (компетенції); у контексті повсякденної комунікації – це гармонійне поєднання цифрового простору і класичних підходів до розуміння культури поведінки.

Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі та узагальненні європейської практики формування й розвитку корпоративної культури компаній задля виявлення особливостей, тенденцій, бар'єрів, проблем і визначення шляхів їх вирішення.

Список літератури:

1) UN (2019). The Age of Digital Interdependence. Digital Cooperation un secretary-general's high-level panel. URL: <https://www.un.org/en/pdfs/DigitalCooperation-report-for%20web.pdf> (дата звернення: 10.09.2022).

- 2) Дашченко, Н. М. (2020). Соціально відповідальне управління персоналом підприємства в умовах цифровізації економіки. *Бізнес Інформ*, 4, 424-432. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-424-432> (дата звернення: 13.09.2022).
- 3) Boston Consulting Group (2020). *Strategic Management Consulting*. URL: <https://www.bcg.com/> (дата звернення: 10.09.2022).
- 4) McKinsey Global Institute (2020). *Digital identification: A key to inclusive growth*. URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/overview> (дата звернення: 10.09.2022).
- 5) Vincent, M. (2020). *Understanding Digital Culture*. SAGE Publishing. URL: <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/understanding-digital-culture/book252120> (дата звернення: 14.09.2022).
- 6) Rowles, D., & Brown, T. (2019). *Building Digital Culture: A Practical Guide to Successful Digital Transformation*. New York: Management Futures.
- 7) Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. New York: Open University Press.
- 8) Hand, M. (2008). *Making Digital Cultures: Access, Interactivity, and Authenticity*. Ashgate Publishing.
- 9) Doukidis, G., Mylonopoulos, N., Pouloudi, N. (2004). *Social and Economic Transformation in the Digital Era*. New York: Idea Group Inc.
- 10) Silver, D., & Gauntlett, D. (2001). Looking Backwards, Looking forwards: Cyberculture Studies 1990-2000 (pp. 19-30). London: Arnold.
- 11) Галкин, Д. (2013). *От кибернетических автоматов к искусственной жизни: теоретические и историко-культурные аспекты формирования цифровой культуры*. Томск: Б.и.
- 12) Колонтаевская, И. Ф. (2014). Цифровая культура инженера: проблемы и решения. *Наука 2014: проблемы и перспективы: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф.* (С. 72-76). Москва: Грифон.
- 13) Соколова, Н. Л. (2012). Цифровая культура или культура в цифровую эпоху. *Международный журнал исследований культуры*, 3, 28-35.
- 14) Гук, А. А. (2016). Медійна культура як техногенний феномен. *Медиа. Інформація. Коммунікація*, 16. URL: <http://mic.org.ru/new/542-medijnaya-kulturakak-tekhnogennyj-fenomen> (дата звернення: 12.09.2022).
- 15) Астаф'єв, О. А. (2022). Питання розвитку цифрової культури українського соціуму. *Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/pitannya-rozvitku-cifrovoi-kulturi-ukrainskogo-sociumu> (дата звернення: 17.09.2022).
- 16) Струтинська, О. В. (2020). Цифрові навички і цифрова компетентність: зарубіжний досвід країн ЄС і перспективи для України. *Фізико-математична освіта*, 3(25(1)), 94-102.
- 17) Левчук, Л. Т., Гриценко, В. С., Єфименко, В. В. (2010). *Історія світової культури*. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 400 с.
- 18) Таллер, М. (2012). Дискусии вокруг Digital Humanities. *Историческая информатика. Информационные технологии и математические методы в исторических исследованиях и образовании*, 1(1), 5-13.
- 19) Digitle (2016). Про компоненти цифрової культури. *Блог про розвиток цифрового суспільства*. URL: <https://digitle.wordpress.com/2016/10/04/12499875/> (дата звернення: 12.09.2022).
- 20) Національний інститут стратегічних досліджень (2014). Питання розвитку цифрової культури українського соціуму: аналіт. записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1631/> (дата звернення: 10.09.2022).
- 21) Гир, Р. (2004). Цифровая контркультура. *Гуманитарная информатика*, 1, 50-70.
- 22) Forrester (2021). *Technology & Innovation APAC*. URL: <https://www.forrester.com/bold> (дата звернення: 11.09.2022).

23) KPMG (2021). Погляд керівників бізнесу в Україні. Звіт за результатами опитування. URL: <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2021/11/ukrainian-business-leaders-outlook-2021.html> (дата звернення: 17.09.2022).

24) World Economic Forum (2021). Economic Progress. URL: <https://www.weforum.org/> (дата звернення: 11.09.2022).

25) EU Science Hub (2021). The Digital Competence Framework. URL: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digital-competence-framework_en (дата звернення: 11.09.2022).

26) Social Science Research Council (2020). Digital Culture. URL: <https://www.ssrc.org/programs/digital-culture/> (дата звернення: 15.09.2022).

27) Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero Gomez S., Van den Brande, G. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model. Luxembourg: Publication Office of the European Union. EUR 27948 EN. doi:10.2791/11517.

28) BIS Research Paper Number 102 «Continuing vocational training survey» (CVTS4). 2013. February. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/attachment_data/file/81645/bis-13-587-continuing-vocational-training-survey-cvts4.pdf (дата звернення: 15.09.2022).

29) Вартанова О. В. Професійна компетентність персоналу: сучасні вимоги та підходи до формування. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. № 5(61). С. 97-102.

30) Trushkina, N. (2019). Development of the information economy under the conditions of global economic transformations: features, factors and prospects. *Virtual Economics*, 2(4), 7-25. [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.04\(1\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.04(1)).

31) Trushkina, N., Abazov, R., Rynkevych, N., Bakhautdinova, G. (2020). Digital Transformation Organizational Culture under Conditions of the Information Economy. *Virtual Economics*, 3(1), 7-38. [https://doi.org/10.34021/ve.2020.03.01\(1\)](https://doi.org/10.34021/ve.2020.03.01(1)).

32) Трушкіна, Н. В., & Ринкевич, Н. С. (2020). Маркетингова стратегія управління розвитком організаційної культури підприємств. *Проблеми економіки*, 2(44), 303-311. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-303-311>.

33) Bezpartochna, O., Trushkina, N., Chernukh, D. (2021). Influence of digital technologies on the development of the corporate culture of logistics companies. In: M. Bezpartochnyi, V. Riashchenko, N. Linde (Eds.), *Strategic imperatives of economic systems management in the context of global transformations: scientific monograph* (pp. 121-137). Riga: Institute of Economics of the Latvian Academy of Sciences.

34) Харчишина, О. В., & Трушкіна, Н. В. (2021). Клієнтоорієнтованість як ключовий принцип трансформації організаційної культури підприємства. *Moderní aspekty vědy: XI Díl mezinárodní kolektivní monografie* (str. 128-139). Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o.

35) Kryshtanovych, S., Prosovych, O., Panas, Y., Trushkina, N., Omelchenko, V. (2022). Features of the Socio-Economic Development of the Countries of the World under the influence of the Digital Economy and COVID-19. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 22(1), 9-14. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.2.2>.

36) Григорак, М., Трушкіна, Н., Чернух, Д. (2022). Грейдування як метод формування системи мотивації персоналу логістичних компаній. *Věda a perspektivy*, 7(14), 115-129. [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-7\(14\)-115-129](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-7(14)-115-129).

37) Чернух, Д., & Трушкіна, Н. (2022). Цифрова культура як сучасний тренд розвитку логістичних компаній. *Modern ways of solving the latest problems in science: Proceedings of the XXXVII International Scientific and Practical Conference (Bulgaria, Varna, September 20-23, 2022)* (pp. 97-105). Varna: International Science Group. <https://doi.org/10.46299/ISG.2022.1.37>.

Digital culture of companies: clarification of terminology

Nataliia Trushkina

Department of Regulatory Policy and Entrepreneurship Development, Institute of Industrial Economics of the NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine
ORCID 0000-0002-6741-7738

Diana Chernukh

Department of Regulatory Policy and Entrepreneurship Development, Institute of Industrial Economics of the NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Abstract: Currently, digital transformations change the ways of implementing and organizing labour activities, the labour processes themselves, stimulate the emergence of digital thinking and make the experience of employees unique, forming a special digital environment and digital culture of companies.

The article examines the evolution of the development and formation of digital culture as a promising area of activity for companies. The theoretical foundations of the development of digital culture are analyzed and summarized. The existing approaches to the interpretation of digital culture proposed by various scientific schools are considered. The key factors influencing changes in professions in the global labor market have been identified, taking into account the activation of digitalization processes and the specifics of employers' demand for digital skills of personnel depending on their level of qualification. The structure of digital competence was built taking into account world experience, which includes the following components: communication and cooperation, information literacy, ability to solve problems and set tasks, information security, creation of digital content.

As a result of the study, it was established that digital culture should be considered as a set of principles, values and methods in the personnel management system using information and communication technologies for the interaction of management, top managers, employees and solving tasks in professional activities. This is a formed way and manner of behavior of the company's employees, which arose under the influence of the transformation of the digital society and implies an increase in the level of digital skills, literacy and the ability to use modern information and communication technologies and software. The key principles of the formation and development of the digital culture of companies in the conditions of the digital economy are defined: organizational flexibility; customer orientation; result orientation; insight; technological literacy; adaptability to global challenges and organizational changes; network approach to the formation of digital platforms; continuous learning.

Keywords: corporate culture, principles, motivation, values, personnel management, personnel management system, digital culture, digital transformation, digital technologies, information systems, digital skills, digital competence, digital literacy, interaction mechanism, partnership, effectiveness.