

результатов. Компании должны также соблюдать приватность и безопасность клиентской информации при использовании искусственного интеллекта в электронной коммерции.

Таким образом, интернет-торговля прочно вошла в жизнь людей, стала неотъемлемой частью современной экономики и продолжает расти. Развитие e-commerce стимулирует инновации и технологический прогресс, создает новые рабочие места и стимулирует экономический рост. Онлайн-торговля позволяет предпринимателям и компаниям установить прямой контакт с потребителями, получить обратную связь, улучшить качество товаров и услуг, тем самым помогая больше зарабатывать. Огромный выбор товаров, простота оплаты, персонализированные предложения, умный поиск и примерка товара, не выходя из дома, делают онлайн-покупки доступными, простыми и удобными для потребителей.

Список использованных источников

1. Мандрик, О. Г. Использование современных интернет-технологий в коммерческой сфере / О. Г. Мандрик, Т. П. Стасеня // Материалы II Международной научно-практической конференции «Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития»: сб. трудов конференции, Екатеринбург, 23 мая 2019 г. / Уральский государственный экономический университет. – Екатеринбург, 2019. – С. 90–93.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 30.08.2024.
3. Официальный сайт ОАО «Банк БелВЭБ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belveb.by> – Дата доступа: 30.08.2024.

УДК 334.02

Особенности организационной культуры на современном этапе развития: результаты эмпирической оценки

Мирончик В.В., асп.

Витебский государственный
технологический университет,
г. Витебск,
Республика Беларусь

Реферат. В современном динамично развивающемся мире организационная культура становится ключевым фактором, определяющим успех и конкурентоспособность организаций. Понимание особенностей и тенденций развития организационной культуры является немаловажным для эффективного управления организацией и адаптации к меняющимся условиям рынка.

Актуальность темы обусловлена необходимостью адаптации организаций к быстро меняющейся бизнес-среде, где гибкость и способность к инновациям являются важными аспектами успешного функционирования

организации. Исследование организационной культуры позволяет выявить внутренние ресурсы и потенциал организаций, которые могут способствовать их устойчивому развитию.

Целью исследования является изучение особенностей организационной культуры и их влияния на деятельность организаций, анализ особенностей организационной культуры на современном этапе и оценка их влияния на эффективность работы организаций путем проведения экспертного опроса представителей различных организаций.

Задачи исследования включают: обзор современных теорий и подходов к пониманию организационной культуры; изучение результатов эмпирических исследований, направленных на оценку уровня развития организационной культуры в разных организациях; выявление тенденций и особенностей, характерных для современной организационной культуры.

Организационная культура играет ключевую роль в формировании ценностей и норм внутри организации, что способствует созданию единой команды и повышению мотивации сотрудников. Она также влияет на эффективность работы, инновационность и способность адаптироваться к изменениям на рынке.

Ключевые слова: экономика, предпринимательство, организационная культура.

Существует множество определений организационной культуры в экономической литературе. Эти подходы включают различные аспекты и факторы, формирующие уникальную культуру каждой организации.

Организационная культура является ключевым фактором, определяющим жизнеспособность и успех организации. Она развивается на основе материально-технической инфраструктуры и специфики деятельности организации, что включает в себя определенные технологические условия. Эти факторы формируют способы и формы работы сотрудников, основанные на уникальной системе ценностей, норм и идеалов компании, а также на общих ценностях общества, частью которого она является.

Подходы к пониманию организационной культуры рассматривали такие зарубежные авторы (табл. 1).

На этой основе формируется авторское определение организационной культуры орга-

низации. Организационная культура – это комплекс разделяемых ценностей, убеждений, норм и ритуалов, которые формируют уникальную идентичность организации и влияют на поведение, восприятие, мотивацию, удовлетворенность работой, эффективность коммуникации и действия сотрудников, определяя приемлемый способ решения проблем и адаптации к внешней среде.

Таблица 1 – Определение организационной культуры зарубежными авторами

Ч. Хэнди	Предложил свою классификацию типов организационной культуры, которая основывается на анализе системы распределения власти, полномочий и ответственности. Он выделял следующие типы культуры организации: власти, роли, задачи и личности.
Э. Шейн	Определяет культуру организации как совокупность базовых коллективных идей, которые обретает группа, решая те или иные проблемы адаптации к изменениям внешней и внутренней среды.
Р. Акофф	Анализировал культуру организаций как отношения власти в группе или организации. Для исследования он выделил два параметра: степень привлечения работников к установлению целей в группе/организации и степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей, в соответствии с которыми обосновано наличие четырех типов организационной культуры: корпоративный, консультативный, «партизанский», предпринимательский.
Г. Хофштеде	Предложил свой вариант многофакторной типологии организационной культуры. В ее основу положено четыре ключевых факторных модели ценностей: 1) индивидуализм — коллективизм; 2) дистанция власти — отражает стиль управления организацией; 3) избегание неопределенности — отражает предпочтение в отношении структуры и свободы в профессиональной среде; 4) мужественность — женственность (акцент на задачах, конкуренции и материальном успехе или на сотрудничестве, благоприятной рабочей атмосфере и взаимопомощи).

Источники: [12, 13, 14]

Для исследования особенностей развития организационной культуры был проведен экспертный опрос. Составлена авторская анкета для выявления особенностей организационной культуры в молодёжном предпринимательстве, в которой включены 4 направления оценки изучения понимания сущности организационной культуры.

1. Общее представление респондентов.
2. Выявление значения организационной культуры в бизнес-моделях.
3. Определение проявлений организационной культуры в субъекте хозяйствования.
4. Самооценка эксперта.

В качестве экспертов привлечены 20 специалистов, руководителей, субъектов хозяйствования разного уровня.

Результаты опроса показали, что не все имеют четкое определение организацион-

ной культуры. Однако 55 % были согласны с мнением автора, 25 % считают, что организационная культура включает в себя ценности, традиции и стандарты поведения, которые разделяют и соблюдают все члены организации.

Главную роль в формировании организационной культуры, по мнению экспертов, играют следующие субъекты организации (рис. 1).

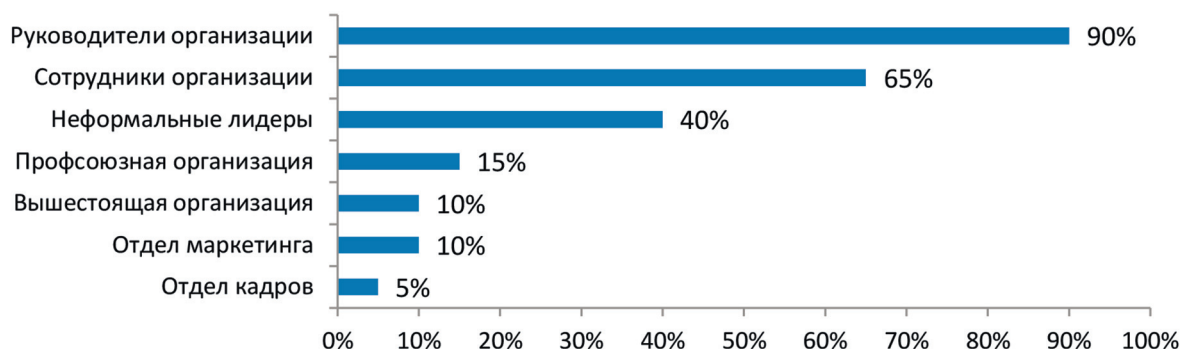


Рисунок 1 – Экспертная оценка роли субъектов хозяйствования в формировании организационной культуры

На вопрос «Какие функции выполняет организационная культура?» 75 % выбрали «укрепление командного духа и сотрудничества (создание атмосферы взаимного уважения, доверия и открытости, что приводит к инновациям, творческому мышлению и повышению производительности)», 55 % – «формирование общего видения и целей (создание понимания того, к чему стремится организация и ориентиров для принятия решений и определения стратегического направления)» и «обеспечение устойчивости и долгосрочного успеха (развитие этического и ответственного подхода к ведению бизнеса, что укрепляет репутацию и доверие со стороны клиентов, партнеров и инвесторов)».

Основными целями организационной культуры эксперты считают:

- содействие развитию организации через осознание единства целей организации и своих собственных целей;
- создание чувства сплоченности и преемственности;
- повышение производительности труда;
- формирование благоприятного социально-психологического климата в коллективе.

Основными инструментами формирования организационной культуры являются личный пример руководителя (60 %), проведение корпоративных мероприятий (50 %), привлечение работников к управлению и поощрение их инициативы (40 %), укрепление дисциплины и поощрение качественного труда (40 %), общие цели организации, разделяемые всеми сотрудниками (40 %). Среди инструментов формирования организационной культуры респонденты выделяют наименее значимыми PR-акции (5 %) и внутренние информационные издания (5 %).

Основными показателями, на которые влияет организационная культура экспер-

ты выделяют сплоченность коллектива, морально-психологический климат в коллективе, дисциплина.

Результаты проявлений организационной культуры в субъектах хозяйствования были оценены по следующим критериям (табл. 2).

Таблица 2 – Проявление организационной культуры в субъектах хозяйствования

Показатель в организации респондента	Процент положительных ответов
Осведомленность об истории организации	95 %
Использование сотрудниками предметов с символикой организации	95 %
Взаимопомощь	90 %
Помощь со стороны руководства	85 %
Безвозмездная помощь своей организации в кризисной ситуации	85 %
Принадлежность организации	85 %
Доверие между сотрудниками	80 %
Наличие традиций	80 %
Готовность порекомендовать своего работодателя	75 %
Гордость за свое место работы	70 %
Сотрудничество и участие в принятии решений	70 %
Преемственность поколений, забота старших о младших и младших о старших	65 %
Друзья среди коллег	65 %
Забота о сотрудниках	55 %
Поощрение действий связанных с риском	45 %
Заинтересованность в личной жизни сотрудников	45 %

Источник: самостоятельная разработка

Таким образом, несмотря на то, что определение организационной культуры может варьироваться, у респондентов существует общее понимание организационной культуры организации.

Опрос выявил ключевые аспекты, которые, по мнению экспертов, составляют организационную культуру. Большинство считают, что она включает в себя ценности, традиции и стандарты поведения, которые разделяют все члены организации. Кроме того, эксперты подчеркивают ее роль в укреплении командного духа, формировании общего видения, обеспечении устойчивости и влиянии на социально-психологический климат в коллективе.

Респонденты выделили основные функции и цели организационной культуры. Укрепление сотрудничества, формирование общего видения и обеспечение долгосрочного успеха являются ключевыми функциями, в то время как содействие развитию организа-

ции, создание чувства сплоченности и повышение производительности труда являются основными целями.

Эксперты признают, что организационная культура является динамичной и может варьироваться в зависимости от многих факторов, включая размер организации, тип собственности и возраст/опыт руководства. Эти выводы подчеркивают сложность и многогранность организационной культуры, и ее влияние на различные аспекты функционирования организации.

В целом, опрос предоставляет ценные сведения о восприятии организационной культуры экспертами, подчеркивая ее важность для сплоченности, производительности и долгосрочного успеха организации. Эти выводы могут быть полезны для руководителей и исследователей, стремящихся развивать и улучшать организационную культуру в своих учреждениях.

Список использованных источников

1. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб., 2002. – 336 с.
2. Семёнов, Ю. Г. Организационная культура: учеб. пособие / Ю. Г. Семёнов. – Москва, 2006. – 255 с.
3. Барков, С. А. Теория организации (институциональный подход): учеб. пособие / С. А. Барков. – Москва, 2009. – 296 с.
4. Кочеткова, А. И. Организационная культура и культура организации в современной России / А. И. Кочеткова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2009. – № 4 (30). – С. 206–210.
5. Чижевская, Д. С. Понятия «организационная культура» и «корпоративная культура» / Д. С. Чижевская, В. В. Мальцева // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2023. – № 10 (76). – С. 163–165.

УДК 330.47

Применение нейронных сетей в легкой и текстильной промышленности

**Тришин Я.Д., студ.,
Егорова В.К., к.э.н., доц.**

Витебский государственный
технологический университет,
г. Витебск,
Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрены аспекты существования и применения нейронных сетей в экономике. Нейронные сети моделируют работу нервной системы человека и могут самообучаться на основе предыдущего опыта, что позволяет им с каждым разом совершать меньше ошибок. Нейронные сети состоят из вычислительных элементов – нейронов, которые располагаются на нескольких