

Введение. Организационная культура является важным аспектом, оказывающим влияние на деятельность предприятия. Она представляет собой совокупность разделяемых базовых предположений, которые группа выработала в процессе решения задач внешней адаптации и внутренней интеграции. Если эти предположения оказываются эффективными, они воспринимаются как верные и передаются новым членам коллектива в качестве правильного способа восприятия, мышления и поведения [1]. По мере развития организации перед ней встают две ключевые задачи: сплочение сотрудников в единую систему и адаптация к внешней среде для обеспечения устойчивости. Таким образом, компания формирует систему разделяемых убеждений и ценностей, определяющих поведение сотрудников [1].

Организационная культура напрямую влияет на продуктивность, сплоченность коллектива и минимизацию конфликтов. В условиях ограниченных ресурсов и гибких структур малых предприятий грамотно выстроенная организационная культура может стать важным фактором их устойчивости и роста, а также значимым конкурентным преимуществом. Было отмечено, что в организациях с сильными культурными ценностями сотрудники практикуют личные привычки, которые руководствуются общим стратегическим планом организации и прилагают максимальные усилия к работе, ведущие к повышению производительности [2].

В то же время малые предприятия часто сталкиваются с трудностями в формировании организационной культуры: ограниченные финансовые и кадровые ресурсы и необходимость быстрой адаптации к изменениям усложняют системное управление этим аспектом.

В качестве теоретической базы исследования выбрана модель Э. Шейна, поскольку она позволяет рассмотреть организационную культуру как систему взаимосвязанных уровней. Э. Шейн является одним из основополагающих исследователей организационной культуры. Он выделяет три иерархических уровня: внешний (символы и артефакты), подповерхностный (ценности и убеждения) и глубинный (фундаментальные предположения, определяющие поведение в организации) [1]. Зачастую в компаниях уделяется большое внимание внешнему уровню, однако для более глубокого понимания необходимо рассматривать также глубинные слои [3].

Целью данного исследования является выявление роли организационной культуры в развитии малых предприятий, а также определение ключевых факторов, влияющих на ее формирование.

Основная часть. Исследование базируется на модели организационной культуры Э. Шейна, согласно которой организационная культура состоит из трех уровней: артефактов и символов, ценностей и убеждений, а также глубинных предположений [1]. В соответствии с этой моделью разрабатывается методика исследования, включающая анкетный опрос и глубинные интервью.

Исследование проводится на примере компаний малого бизнеса. Для сбора данных используется анкетный опрос, состоящий из трех ключевых блоков, соответствующих уровням модели Шейна, а также глубинные интервью с фаундерами компаний.

Предполагается, что анализ собранных данных позволит выявить, какие элементы организационной культуры оказывают наибольшее влияние на вовлеченность сотрудников и эффективность работы компании. Возможным результатом исследования может стать выявление расхождений между декларируемыми ценностями и реальным взаимодействием сотрудников, а также влияние глубинных предположений на поведение персонала.

Использование авторской методики, основанной на модели Шейна, поможет не только

диагностировать текущий уровень организационной культуры, но и выявлять возможные несоответствия между декларируемыми ценностями и реальными практиками. Это, в свою очередь, позволит малым предприятиям корректировать механизмы внутренней коммуникации, повышать соответствие между заявленными ценностями и фактическим поведением, а также усиливать уровень вовлеченности сотрудников.

Выводы. В ходе исследования будут проанализированы особенности и ключевые факторы, влияющие на формирование и развитие организационной культуры малых предприятий. Ожидается, что результаты позволят сделать вывод о значимости организационных ценностей и внутренних коммуникаций для повышения вовлеченности команды, и, как следствие, продуктивности сотрудников.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы малым бизнесом для корректировки механизмов внутренней коммуникации, усиления соответствия между декларируемыми ценностями и реальными практиками, а также для повышения уровня вовлеченности сотрудников. Дальнейшее изучение данной темы может быть направлено на разработку практических рекомендаций по внедрению организационной культуры в малых предприятиях различных отраслей.

Список использованных источников:

1. Schien E.H. Organizational Culture and Leadership. - 2nd Edition изд. - San Francisco: Jossey-Bass, 1992
2. Akpa V.O., Asikhia O.U., Nneji N.E. Organizational Culture and Organizational Performance: A Review of Literature // International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM). - 2021. - №3. - С. 361-372.
3. Hogan S.J. , Coote L.V. Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model // Journal of Business Research. - 2014. - №67. - С. 1609-1621.