

**К. А. Лойко**

Науч. рук. **А. В. Орлова**,  
ст. преподаватель

## ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИННОВАЦИОННУЮ АКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Современный рынок отличается высокой волатильностью и обострением конкуренции, вызванными глобализацией и появлением новых игроков из развивающихся стран. В этих условиях организациям для поддержания конкурентоспособности необходимо внедрять инновации, на развитие которых влияют как глобальные тенденции, так и внутренние факторы, включая корпоративную культуру.

Корпоративная культура играет ключевую роль в организации, решая внутренние задачи (мотивация сотрудников, создание благоприятного климата) и укрепляя внешнюю репутацию компании. В условиях динамичного рынка сильная корпоративная культура становится стратегическим преимуществом, повышая привлекательность организации для инвесторов и потенциальных сотрудников.

Понятие корпоративной культуры активно исследуется в управленческой науке и организационной психологии. Разные авторы предлагают свои трактовки: К. Шолыц определяет ее как негласные правила, формируемые и изменяемые коллективом [1, с. 31]; В. Н. Белкин и др. акцентируют внимание на роли ценностей, внедряемых руководством [2, с. 185]; Э. Шейн рассматривает культуру как набор правил, выработанных группой для адаптации к изменениям [3].

Можно сказать, что корпоративная культура представляет собой динамичную систему ценностей и норм, выполняющую три ключевые функции: интеграцию сотрудников, обеспечение согласованных действий и адаптивное развитие организации. Ее основная задача – формирование единого смыслового поля для эффективного реагирования на внешние вызовы.

Д. Коул выделяет четыре типа корпоративных культур: бюрократическая (характеризуется строгой регламентацией и стабильностью, но ограничивает инновации); органическая (основана на гармонии и лояльности, однако сопротивляется изменениям); предпринимательская (ориентирована на лидерство и быстрые решения, но зависит от возможностей руководителя; партисипативная (стимулирует креативность через коллективное принятие решений, хотя снижает оперативность управления).

Ведущие компании создают уникальные корпоративные культуры, стимулирующие инновации. МТС основывается на ценностях «ПРОСТО» (партнерство, результативность, ответственность), Duolingo культивирует экспериментирование, где даже неудачные идеи ценятся как опыт. Apple сочетает радикальное мышление («Think Different») с жесткими стандартами качества, а Google поощряет творчество через 20 % времени на личные проекты.

Эффективные корпоративные культуры объединяют несколько принципов: долгосрочные цели, выходящие за рамки прибыли; четкие поведенческие нормы; механизмы для генерации идей; толерантность к ошибкам. Эти элементы создают среду, где сотрудники чувствуют свободу для инноваций при сохранении ответственности за результаты.

Опыт лидеров показывает, что сильная корпоративная культура может быть более мощным драйвером роста, чем финансовые инвестиции. Такие компании, как Apple и Google, демонстрируют, как правильно выстроенные ценности и принципы работы позволяют сохранять инновационный дух даже при масштабировании бизнеса, превращая культуру в ключевое конкурентное преимущество.

Корпоративная культура стала стратегическим конкурентным преимуществом, что подтверждает опыт ведущих компаний. Она стимулирует инновации, объединяет сотрудников и повышает адаптивность бизнеса, являясь ключевым фактором долгосрочного успеха.

### Литература

1 Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб. : Питер, 2013. – 352 с.

2 Белкин, В. Н. Влияние корпоративной культуры на инновационную активность предприятий / В. Н. Белкин, Н. А. Белкина, О. А. Антонова // Экономика региона. – 2014. – № 11. – С. 184–195.

3 Schein, E.H. Organizational culture and leadership: a dynamic view / E. H. Schein. – 5th ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2017. – 416 p. – URL: <https://ebook-full.com/get-ebook/read.php?id=12jpCgAAQBAJ&t=organizational-culture-and-leadership&a=edgar-h-schein&h=423&w=georgescreek.org> (date of access: 02.04.2025).

**Д. А. Ломакина**

Науч. рук. **Т. И. Панова**,  
канд. экон. наук, доцент

## АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Сельское хозяйство в Республике Беларусь является приоритетной отраслью, находящейся под пристальным вниманием руководства страны. Реализация является завершающей стадией процесса кругооборота средств, в процессе которой организации возмещают в денежной форме средства, затраченные на производство и сбыт готовой продукции, а также формируется конечный финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия: прибыль или убыток.

ОАО «Калининский» выращивает зерновые, картофель, рапс. Данные о реализации продукции представлены в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Динамика и структура реализации продукции растениеводства и ее рентабельность в ОАО «Калининский»

Вид продукции	Выручка, тыс. руб.				Рентабельность продаж, %	
	2023	в % к итогу	2024	в % к итогу	2023	2024
Зерновые и бобовые в том числе:						
– пшеница	2 730	68,15	2 326	60,76	7,8	7,18
– рожь	1 474	36,79	1 396	36,47	8,62	13,54
– гречиха	242	6,04	135	3,53	5,37	–5,19
– тритикале	59	1,47	13	0,34	3,39	–0,12
– кукуруза	217	5,42	206	5,38	0,92	0,49
– ячмень	92	2,30	176	4,60	–10,86	–14,77
– овес	353	8,81	171	4,47	13,60	13,77
Рапс	293	7,31	229	5,98	10,58	–5,68
Картофель	1 217	30,38	1 284	33,54	31,31	20,79
Итого	4 006	100,00	3 828	100,00	15,08	12,17

ОАО «Калининский» обязан выполнять государственный заказ на зерно (пшеница 3–4 класс, овес продовольственный, гречиха) таким организациям как ОАО «Гомельхлебопродукт» ф-л «Новобелицкий комбинат хлебопродуктов» и ОАО «Гомельхлебопродукт».

Сбор продукции в 2024 году зерновых в физической массе после доработки составил 5 693 т, что меньше урожая прошлого года на 2 602 т. Картофеля и рапса в 2024 году собрали также меньше, чем в 2023 году, но рост цен на семена рапса вызвал рост выручки по данной культуре.