

5. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки "Экономика" [Текст]/ А. М. Гаджинский. – Москва: Дашков и К°, 2013. – 420 с.
6. Бабурин, В. А. Управление грузовыми перевозками на водном транспорте [Текст]/ В.А. Бабурин, Н.В. Бабурин. - М.: **2014.** - 304 с.
7. Баканов, М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа [Текст]/ М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2013. 416 с.
8. Бауэрсокс, Доналд Дж., Клосс, Дейвид Д. Логистика: интегрированная цепь поставок [Текст]/ К.В. Комарова. – Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес, 2014.– 640 с.
9. Бродецкий, Г. Л. Системный анализ в логистике. Выбор в условиях неопределенности [Текст]/ Г.Л. Бродецкий. - М.: Academia, **2016.** - 336 с.
10. Гаджинский, А.М. Логистика [Текст]: учебник / Гаджинский А.М. – 17-е изд., перераб.и доп. – Москва: Дашков и К, 2014. – 484 с.
11. Гайдаенко, А.А. Логистика [Текст] / А.А. Гайдаенко. - М.: КноРус, 2014. – 267 с.

## **СОДЕРЖАНИЕ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**А.И. Морев**

Научный руководитель Ю.И. Ряжева

Корпоративная культура разрабатывается в ходе практической деятельности как ответ на проблемы и задачи, которые появляются перед организацией из внешней и внутренней среды. Корпоративная культура

является мощным инструментом стратегии и позволяет координировать все бизнес-единицы и персонал к достижению цели.

На данном этапе сотрудники организации хотят получить от работы не только материальное вознаграждение, но и психологическую комфортность в компании, в которой личные ценности не идут вразрез с корпоративными. В случае, когда корпоративные ценности схожи с личными, сотрудникам гораздо легче чувствовать себя полноценными членами коллектива.

На создание корпоративной культуры в организации оказывают влияние два вида факторов: стихийные и направленные. Стихийные факторы – это те элементы, на которые руководство не может воздействовать, здесь имеется в виду внешняя среда организации, состоящая из экономической ситуации, значения компании в обществе, социокультурных норм общества. Направленные факторы представляют собой целенаправленные действия по формированию корпоративной культуры.

Корпоративная культура формируется также за счет таких понятий как:

- менталитет и культура страны;
- вид производства и экономический сектор;
- уровень развития региона, в котором находится предприятие.

Изначально формированием корпоративной культуры должно заниматься высшее руководство организации. Основную роль необходимо выполнять директору, основателю компании, так как только он имеет полное представление о компании. Данная позиция по созданию корпоративной культуры является наиболее успешной.

Формирование корпоративной культуры сложный процесс. Такие ее составляющие как миссия и стратегия разрабатываются руководством, а вот систему ценностей организации нельзя так просто навязать «сверху». Особую сложность составляет внутренний уровень корпоративной культуры, представляющий неформальную сторону корпоративной культуры, то, как сотрудники взаимодействуют друг с другом. Несоответствие внешнего уровня корпоративной культуры внутреннему может привести к неэффективной

работе предприятия. Поэтому важно, чтобы корпоративные ценности становились для сотрудника личностными.

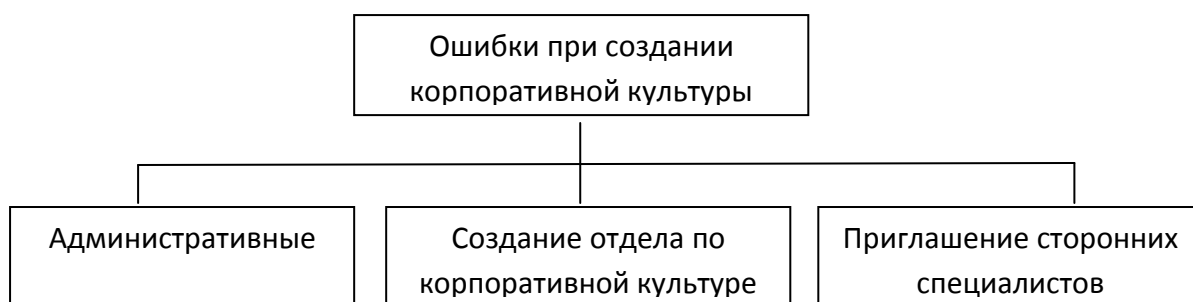
Основными принципами формирования корпоративной культуры являются:

1. Определение ценностей, подходящих для компании;
2. Комплексное развитие организации, включающее понимание о назначении предприятия и ее членов, отношения внутри коллектива, цели предприятия, характер производимой продукции, а так же рынок, на котором реализуется продукция;
3. Соблюдение традиций компании;
4. Комплексная оценка воздействия культуры на эффективность работы компании.

Помимо всего перечисленного корпоративная культура участвует также в таких важных элементах экономической культуры как:

- смысл организации, то есть ее миссия, цели и задачи. Существование предприятия без цели невозможно, а миссия как раз отражает основной смысл, предназначение и принципы. В лучшем варианте предназначение компании нужно формулировать еще до ее создания. Но в то же время придумывать миссию только потому, что так принято, неправильно. Компания двигаться вперед только, если руководитель в действительности осознал потребность в формировании миссии;
- средства, включающие систему стимулирования членов предприятия, информационное обеспечение и др.;
- критерии достижения целей и оценки результатов;
- средства, включающие приемы введения новых членов в организацию, система поощрений и наказаний, стиль взаимоотношений, ритуалы, традиции и обычаи.

При создании корпоративной культуры на предприятии могут быть допущены ошибки, которые приведут только к напряженной обстановке в коллективе (рисунок 1):



*Рисунок 1. Ошибки при создании корпоративной культуры организации.*

### 1. Административные рычаги управления.

Такие методы устрашения как введение системы штрафов или контроль над сотрудниками приводят к тому, что построение бизнес-процессов осуществляется исключительно на условных рефлексах, главное место занимает культ власти. Этот подход предполагает наличие эмоциональности и субъективности в принятии решений. Обычно в результате возникает проблема высокой текучести кадров, а также отсутствия необходимой подготовки менеджеров среднего звена. В деятельности таких организаций зачастую преобладают неформальные ценности и коллективизм. При всем при этом ослабление центра приводит к разрушительным последствиям для предприятия – нарушается нормальное функционирование фирмы. В результате происходит стагнация или разрушение организации.

### 2. Назначение сотрудников, ответственных за формирование и развитие корпоративной культуры.

Часто бывает такое, что руководство формирует целые отделы, которые должны выработать принципы корпоративной культуры предприятия и указать их в официальных документах. Но подобные меры имеют серьезные недостатки. Как показывает практика, такие отделы формируют в организациях так называемую псевдокультуру, которая не воспринимается сотрудниками в полной мере. Создание такого отдела приводит к тому, что организация несет затраты, но не получает должного результата, что в

последующем может привести к тому, что руководство совсем откажется от формирования корпоративной культуры.

3. Привлечение внешних специалистов для решения внутренних проблем и задач предприятия.

Осознавая недостатки корпоративной культуры, но не понимая способы их исключения, руководитель может решить пригласить сторонних специалистов. Ошибка в данной ситуации заключается в том, что даже лучший специалист будет выстраивать корпоративную культуру, основываясь на своих представлениях, которые могут в корне противоречить идеологии руководства. В результате такого эксперимента успех может быть не достигнут, а исправление ошибок займет определенное количество времени.

Подводя итог данного исследования, можно сказать, что знание всех деталей процесса формирования корпоративной культуры позволит не допустить ошибок, которые могут привести к еще большему усложнению, а грамотно и методично внедрять мероприятия по созданию корпоративной культуры в организации.

#### ***Список использованных источников***

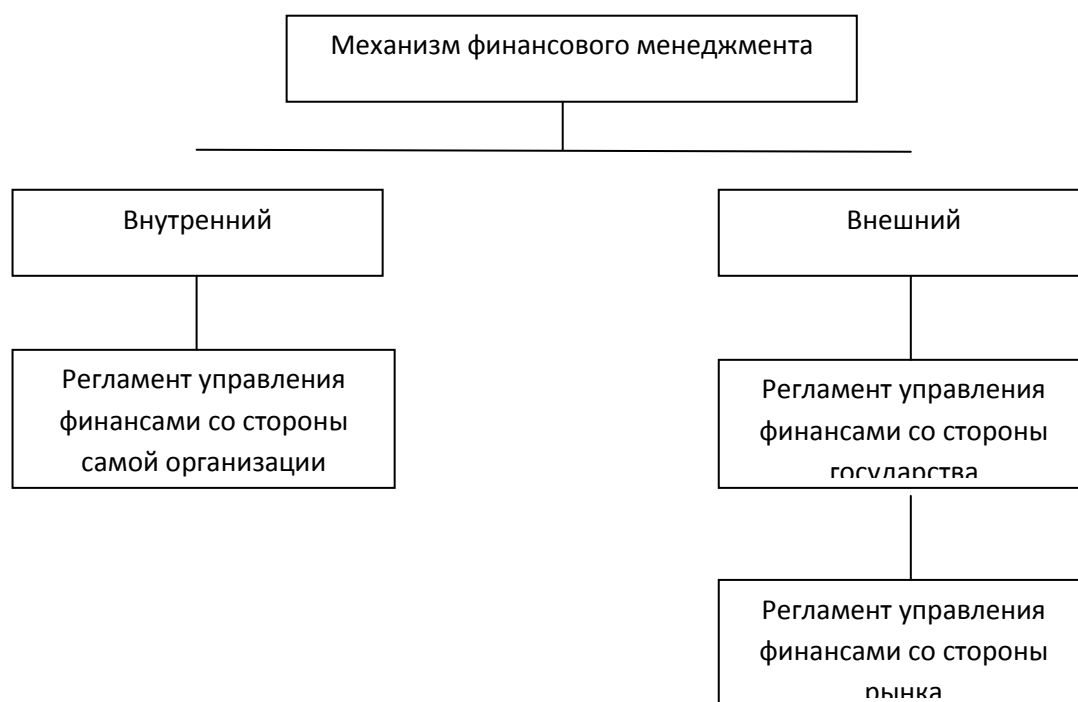
1. Кондранова А. М., Куимова М. В. О роли корпоративной культуры // Молодой ученый. 2015. №9. С. 632-633.
2. Мугалова Ж. А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник Международного института экономики и права. 2015. №3 (20). С.79-89.
3. Попова М. А. Корпоративная культура как важнейший фактор успеха современной организации // Научно-практические исследования. 2017. № 7 (7). С. 148–150.
4. Ревина М. А. Формирование корпоративных ценностей как инструмент воздействия на организационную культуру // Вестник МГТУ Станкин. 2012. Т. 2. № 2 (21). С. 53–55.

5. Чернец Е. В. Подходы к изучению профессиональной культуры и корпоративной культуры // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 27. С. 160–163.
6. Шелякина А. В. Корпоративная культура организации // Молодой ученый. 2018. №14. С. 206-209.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

**А.И. Морев, А.А. Лазорская**  
Научный руководитель Ю.И. Ряжева

Каждая компания при организации своей деятельности стремится не допустить состояния несостоятельности, когда фирма не сможет выполнять взятые на себя обязательства. Для этого в организации особое значение необходимо уделять финансовому менеджменту, который представляет собой систему по управлению, формированию и распределению финансовых ресурсов [3].



*Рисунок 1. Механизмы финансового менеджмента.*