

Взаимосвязь финансового анализа и корпоративной культуры: влияние организационных ценностей на финансовые показатели предприятия

Н.А. Гончарова

Братский государственный университет, ул. Макаренко, 40, Братск, Россия

goncharova-n@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-4231-0272>

Статья поступила 09.09.2024, принята 30.09.2024

В статье приведена краткая характеристика объекта исследования с графической интерпретацией организационной структуры, в которой четко представлены все функциональные подразделения. Отражены результаты тщательного финансового анализа, сделаны обоснованные выводы о финансовом состоянии исследуемого хозяйствующего субъекта, в том числе приведены оценка структуры имущества и источников его формирования; оценка стоимости чистых активов с целью определения состояния финансового положения; анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств; анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения; анализ основных результатов деятельности хозяйствующего субъекта, а также анализ рентабельности. Для проведения оценки корпоративной культуры исследуемого предприятия были применены как качественные, так и количественные методы. Первым этапом определены миссия и стратегия компании, а также цели ее деятельности. Было выявлено, что в корпоративном кодексе отражены лишь корпоративные ценности компании, а именно профессионализм, инициативность, бережливость, взаимное уважение, открытость к диалогу, преемственность, имидж. Необходимо отметить, что в компании разработан кодекс корпоративной этики, что указывает на то, что корпоративная культура формировалась сознательно. Кодекс также актуализируется, учитывая рост компании, ее изменения. В большем объеме в кодексе описаны взаимоотношения работников между собой, а также с конкурентами и контрагентами. Также был проведен качественный анализ корпоративной культуры. Одним из методов оценки корпоративной культуры компании, представленных в статье, является использование модели Э. Шейна, представляющей собой трехуровневую модель, которая подразделяет корпоративную культуру на поверхностный уровень, средний, или же внутренний уровень, и глубинный уровень. Далее была проведена оценка типа корпоративной культуры по типологии К. Камерона и Р. Куинна. Для этого был применен один из методов качественной оценки – OSAI, которая включает в себя анкетирование сотрудников, на базе которого можно определить тип корпоративной культуры. Исходя из всего вышеперечисленного, сделан вывод о том, что корпоративная культура хозяйствующего субъекта в значительной степени способствует улучшению финансовых результатов деятельности и устойчивости бизнеса на рынке.

Ключевые слова: миссия и стратегия; кодекс корпоративной этики; финансовый анализ; финансовое состояние; корпоративная культура; организационные ценности.

The relationship between financial analysis and corporate culture: the influence of organizational values on the financial performance of an enterprise

N.A. Goncharova

Bratsk State University; 40, Makarenko St., Bratsk, Russia

goncharova-n@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-4231-0272>

Received 09.09.2024, accepted 30.09.2024

The article provides a brief description of the object of research, with a graphical interpretation of the organizational structure, in which all functional units are clearly represented. The results of a thorough financial analysis are presented, reasonable conclusions are made about the financial condition of the business entity under study, including an assessment of the structure of property and sources of its formation; an assessment of the value of net assets in order to determine the state of the financial situation; an analysis of financial stability by the amount of surplus (shortage) of own working capital; analysis of the ratio of assets by degree of liquidity and liabilities by maturity; analysis of the main results of the business entity's activities, as well as profitability analysis. Both qualitative and quantitative methods are used to assess the corporate culture of the enterprise under study. The first stage defines the mission and strategy of the company, as well as the goals of its activities. It is revealed that the corporate code reflects only the corporate values of the company,

namely: professionalism, initiative, courtesy, mutual respect, openness to dialogue, continuity, image. It should be noted that the company has a code of corporate ethics, which indicates that the corporate culture is formed consciously. The Code is also being updated, taking into account the growth of the company and its changes. To a greater extent, the code describes the relationships of the company's employees with each other, as well as with competitors and counterparties. A qualitative analysis of the corporate culture is also carried out. One of the methods of assessing the corporate culture of a company presented in the article is the use of the E. Shane model, which is a three-level model that divides corporate culture into a surface level, an average or internal level and a deep level. Next, the type of corporate culture is assessed according to the typology of K. Cameron and R. Quinn. To do this, one of the methods of qualitative assessment is applied - OCAI, which includes a survey of employees, on the basis of which it is possible to determine the type of corporate culture. Based on all of the above, it is concluded that the corporate culture of the business entity significantly contributes to improving financial performance and business sustainability in the market.

Keywords: investment activity; investment analysis; project management; risks of investment activity; innovative approaches to the analysis of investment activity.

Несомненно, целью данного исследования выступает выявление взаимосвязи и взаимозависимости финансового анализа и анализа корпоративной культуры хозяйствующего субъекта, а также структурированное определение организационных ценностей и их влияние на финансовое состояние предприятия. Актуальность исследования заключается в осознании руководителями высшего звена, в первую очередь, важности внутренних факторов деятельности хозяйствующего субъекта, таких как корпоративная культура.

Организация ООО «ТюменьКров» зарегистрирована 23.10.2017 г. по адресу: 625053, Тюменская область, Тюмень, ул. Малая Боровская, 38, корп. 2, кв. 1. Компании присвоен ОГРН 1177232030821 и выдан ИНН 7203432873. Основной вид деятельности – оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием [1].

Основной целью деятельности компании является получение прибыли.

Исследуемое предприятия делится на разные функциональные подразделения, у каждого из которых есть свой орган управления. Предприятие имеет линейно-функциональную структуру управления (рис. 1).

Руководители среднего звена планируют работу в соответствии со своими функциональными обязанностями, проводят аналитическую работу, разрабатывают предложения по принятию грамотных управленческих решений.

Возглавляют работу отделов соответствующие начальники. Они руководят деятельностью отделов в пределах своих компетентных подходов. Во время отсутствия руководителя среднего звена, согласно приказу директора, обязанности начальника исполняет главный бухгалтер [2].



Рис. 1. Организационная структура ООО «ТюменьКров»

Для установления целевых ориентиров и определения возможных направлений развития деятельности ООО «ТюменьКров» требуется понимать существующее финансовое положение предприятия. В этой связи с использованием данных бухгалтерской отчетности ООО «ТюменьКров» был осуществлен анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [3].

Как видно в табл. 1, соотношение основных качественных групп активов организации на 31.12.2023 г. характеризуется отсутствием внеоборотных средств при 100 % текущих активов. Актив

вы организации за весь анализируемый период увеличились на 412 тыс. р. (на 15,6 %). Отмечая рост активов, нужно учесть, что собственный капитал увеличился еще в большей степени – на 109,1 %. Опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов следует рассматривать как положительный фактор.

Далее целесообразно провести оценку чистых активов хозяйствующего субъекта с целью определения состояния финансового положения исследуемого предприятия.

Таблица 1. Структура имущества ООО «ТюменьКров» и источники его формирования

Показатель	Значение показателя					Изменение за анализируемый период	
	в тыс.руб.			в % к валюте баланса		Тыс.руб.	+,- %
	2021г.	2022г.	2023г.	2022г.	2023г.		
Актив							
1. Оборотные активы, всего	2 637	4 073	3 049	100	100	+412	+15,6
в т.ч.: Запасы	2 396	3 207	2 528	90,9	82,9	+132	+5,5
Дебиторская задолженность	194	825	479	7,4	15,7	+285	+146,9
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	47	41	42	1,8	1,4	-5	-10,6
Пассив							
1. Собственный капитал	781	1 332	1 633	29,6	53,6	+852	+109,1
2. Краткосрочные обязательства*, всего	1 856	2 741	1 416	70,4	46,4	-440	+23,7
Валюта баланса	2 637	4 073	3 049	100	100	+412	+15,6

Таблица 2. Оценка стоимости чистых активов ООО «ТюменьКров»

Показатель	Значение показателя					Изменение	
	тыс. р.			в % к валюте баланса		тыс. р.	± %
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2021 г.	2023 г.		
1. Чистые активы	781	1 332	1 633	29,6	53,6	+852	+109,1
2. Уставный капитал	10	10	10	0,4	0,3	-	-
3. Превышение чистых активов над уставным капиталом (стр. 1-2)	771	1 322	1 623	29,2	53,2	+852	+110,5

Чистые активы организации на последний день анализируемого периода (31.12.2023 г.) намного (в 163,3 раза) превышают уставный капитал. Такое соотношение положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активи-

вов организации. Более того, следует отметить увеличение чистых активов на 109,1 % за весь анализируемый период. Превышение чистых активов над уставным капиталом и в то же время их увеличение за период говорят о хорошем финансовом положении организации по данному признаку [4].

Таблица 3. Анализ финансовой устойчивости ООО «ТюменьКров» по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств, тыс. р.

	2021 г.	2023 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
СОС ₁ (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	781	1 633	-1 615	-1 875	-895
СОС ₂ (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, <i>Net Working Capital</i>)	781	1 633	-1 615	-1 875	-895
СОС ₃ (рассчитан с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	781	1 633	-1 615	-1 875	-895

Поскольку по состоянию на 31.12.2023 г. наблюдается недостаток собственных оборотных средств, рассчитанных по всем трем вариантам, финансовое положение организации по данному признаку можно характеризовать как неудовле-

творительное. Несмотря на неудовлетворительную финансовую устойчивость, следует отметить, что все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за весь рассматриваемый период улучшили свои значения.

Таблица 4. Анализ соотношения активов ООО «ТюменьКров» по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Активы по степени ликвидности	На конец 2022 г., тыс. р.	Прирост за анализируемый период, %	Нормативное соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец 2023 г., тыс. р.	Прирост за анализируемый период, %	Излишек/недостаток платежных средств, тыс. р., (гр. 2 - гр. 6)
А1. Высоколиквидные активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения)	42	-10,6	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущая кредитная задолженность)	1 416	-23,7	-1 374
А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная дебиторская задолженность)	479	+146,9	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосрочные обязательства, кроме текущей кредитной задолженности)	0	-	+479
А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборотные активы)	2 528	+5,5	≥	П3. Долгосрочные обязательства	0	-	+2 528
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	0	-	≤	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	1 633	+109,1	-1 633

Из четырех соотношений, характеризующих соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, выполняются все, кроме одного. Высоколиквидные активы покрывают наиболее срочные обязательства организации только лишь на 3 %. В соответствии с прин-

ципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (П2). В данном случае среднесрочные обязательства отсутствуют [5].

Таблица 5. Основные финансовые результаты деятельности ООО «ТюменьКров»

Показатель	Значение показателя, тыс. р.			Изменение показателя		Средне- годовая величина, тыс. р.
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	тыс. р.	± %	
1. Выручка	40 072	67 575	61 445	+21 373	+53,3	56 364
2. Расходы по обычным видам деятельности	39 680	66 789	61 013	+21 333	+53,8	55 827
3. Прибыль (убыток) от продаж	392	786	432	+40	+10,2	537
4. Прочие доходы и расходы, кроме % к уплате	-47	-97	-56	-9	↓	-67
5. ЕВІТ (прибыль до уплаты процентов и налогов)	345	689	376	+31	+9	470
6. Проценты к уплате	-	-	-	-	-	-
7. Налог на прибыль	-69	-138	-75	-6	↓	-94
8. Чистая прибыль (убыток)	276	551	301	+25	+9,1	376
Справочно: совокупный финансовый результат периода	276	551	301	+25	+9,1	376

Выручка за последний год исследования составила 61 445 тыс. р. В динамике годовая выручка выросла на 21 373 тыс. р. За 2023 г. прибыль от продаж равнялась 432 тыс. р.

Прибыль от продаж (финансовый результат) за весь анализируемый период выросла на 40 тыс. р., или на 10,2 %.

Таблица 6. Анализ рентабельности ООО «ТюменьКров»

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)			Изменение показателя	
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	коп.	± %
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: не менее 4 %.	1	1,2	0,7	-0,3	-28,1
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки)	0,9	1	0,6	-0,3	-28,9
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: не менее 2 %	0,7	0,8	0,5	-0,2	-28,9

За 2023 г. организация получила прибыль как от продаж, так и в целом от финансово-хозяйственной деятельности, что и обусловило положительные значения всех трех представленных в таблице показателей рентабельности.

Показатели финансового положения ООО «ТюменьКров», имеющие *исключительно хорошие* значения:

- коэффициент автономии имеет оптимальное значение;
- чистые активы превышают уставный капитал, к тому же, они увеличились за анализируемый период;
- по состоянию на 31.12.2023 г. коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами демонстрирует исключительно хорошее значение;

- коэффициент текущей (общей) ликвидности полностью соответствует нормативному значению [6].

С *хорошей* стороны финансовое положение и результаты деятельности ООО «ТюменьКров» характеризуют такие показатели:

- изменение собственного капитала практически равно общему изменению активов организации;
- чистая прибыль составляет существенный % от совокупной стоимости активов хозяйствующего субъекта;
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за период 01.01–31.12.2023 г. составила 301 тыс. р.

Показатели финансового положения и результатов деятельности организации, имеющие *нормальные* или *близкие к нормальным* значения:

– не в полной мере соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения;

– за последний год получена прибыль от продаж (432 тыс. р.), хотя наблюдалась ее отрицательная динамика по сравнению с предшествующим годом (-354 тыс. р.).

Среди показателей, *неудовлетворительно* характеризующих финансовое положение и результаты деятельности организации, можно выделить такие, как:

– существенная динамика уменьшения прибыльности продаж;

– коэффициент покрытия инвестиций не достигает нормативного значения;

– существенное уменьшение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕБИТ) на рубль выручки ООО «ТюменьКров».

Приведенные ниже три показателя финансового положения организации имеют *критические* значения:

– значительно ниже нормативного значения коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности;

– коэффициент абсолютной ликвидности существенно ниже нормативного значения;

– крайне неустойчивое финансовое положение по величине собственных оборотных средств.

Давать оценку корпоративной культуре ООО «ТюменьКров» следует, применяя как качественные, так и количественные методы. Первым этапом необходимо определить миссию и стратегию компании, а также цели ее деятельности. Чаще всего они отображены в корпоративном кодексе или уставе компании, но в случае ООО «ТюменьКров» это не так, в кодексе можно увидеть из вышперечисленного лишь корпоративные ценно-

сти компании, а именно профессионализм, инициативность, бережливость, взаимное уважение, открытость к диалогу, преемственность, имидж. Однако наличия корпоративных ценностей недостаточно, обращаясь к уставу компании, можно узнать, что основной целью деятельности компании является получение прибыли [7].

Миссия – это основа корпоративной культуры, которая тесно взаимосвязана со стратегией компании. Ни в кодексе корпоративной этики, ни в уставе не прописаны миссия и стратегия. «Миссия общества в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении пиломатериалами, другими видами ресурсов». Глобально эта миссия не отражает функционал и настоящее предназначение ООО «ТюменьКров».

Можно упомянуть, что в компании имеет место кодекс корпоративной этики, что указывает на то, что корпоративная культура формировалась сознательно. Кодекс также актуализируется, учитывая рост компании, ее изменения. В большем объеме в кодексе описаны взаимоотношения работников общества между собой, а также с конкурентами и контрагентами.

Помимо кодекса корпоративной этики, корпоративная культура базируется и на некоторых других внутренних документах группы компаний, например, комплексной программе повышения эффективности управления человеческими ресурсами ООО «ТюменьКров» на период 2023–2028 гг., генеральном коллективном договоре и т. д.

Далее был проведен качественный анализ корпоративной культуры. Для этого рассмотрим в табл. 7 краткую характеристику элементов корпоративной культуры ООО «ТюменьКров».

Таблица 7. Характеристика элементов корпоративной культуры ООО «ТюменьКров»

Элемент корпоративной культуры	Описание
1	2
Миссия и ценности	Миссия компании нигде не отражена, ценности закреплены в кодексе корпоративной этики, ценности раскрыты, прописаны детализированно
Традиции и ритуалы	Не закреплены в кодексе. Есть ритуалы, касающиеся дней рождения сотрудников, 23 февраля и 8 Марта
Фирменный корпоративный стиль	Закреплен в кодексе корпоративной этики. Наличие корпоративных цветов в элементах одежды — белый и фирменный синий
Стиль руководства компанией	Нельзя отследить четкий стиль руководства компанией, но больше всего прослеживается авторитарный стиль за счет высокой ответственности при принятии решений
Атрибутика и символика компании	Определяется типовой книгой, включая разделы про логотипы, оформление деловой документации и т. д.
Нормы поведения	Прописаны в кодексе, но в основном базовые, содержатся в некоторых разделах. Зачастую базируются на нормах морали
Взаимоотношения	В кодексе прописаны взаимоотношения общества и работников, конфликт интересов сотрудников и что делать, если возник такой конфликт, а также отношения с конкурентами и контрагентами и т. д.
Сотрудники и единство команды	В рамках кодекса корпоративной этики описаны безопасность труда и охрана здоровья работников
Кадровая политика	Действует в соответствии с кадровой политикой организации

Опираясь на данные таблицы можно сказать, что корпоративная культура сознательно развивается, но некоторые ее элементы задействуются в меньшей мере. В том числе, не сказано ни об одном закреплённом мероприятии [8].

Одним из методов оценки корпоративной культуры компании является модель Э. Шейна. Это трехуровневая модель, которая подразделяет корпоративную культуру на поверхностный уровень, средний, или же внутренний уровень и глубинный уровень.

Была проведена оценка с использованием данной модели.

1. *Поверхностный уровень.* Включает в себя видимые элементы корпоративной культуры, так называемые артефакты, которые может увидеть сторонний наблюдатель. Сюда входят такие элементы, как манера речи, стиль и планировка офиса, оформление офиса, стиль одежды сотрудников и т. д. Самым первым видимым артефактом компании всегда является логотип, который зачастую располагается на униформе, на зданиях, технике и т. д. В ООО «ТюменьКров» логотип представлен в двух стандартных цветовых решениях – белом и синем.

Форма сотрудников компании, осуществляющих выезд на объекты, и работающих в офисе, разная. Фирменный стиль компании состоит из двух цветов, белого и фирменного синего. Выездные работники одеваются в рабочие костюмы синего цвета, на которых размещены нашивки с названием компаний. На транспорте также размещен логотип. Офисные сотрудники хоть и должны одеваться в соответствии с фирменным стилем, но делают это далеко не всегда. Зачастую в костюме синего цвета можно увидеть лишь руководителей компании, остальные сотрудники придерживаются просто делового стиля, отражения символики компании в фирменном стиле офисных сотрудников нет.

2. *Внутренний уровень.* В данный момент психологический климат в компании, по наблюдениям и словам работников, «нормальный». Но, к сожалению, зачастую это лишь до первого конфликта. Ранее уже упоминалось, что в компании есть кодекс корпоративной этики, и это безусловный плюс, он включает в себя различные разделы, которые описывают взаимоотношения общества и сотрудников, взаимоотношения с конкурентами и контрагентами, требования к поведению сотрудников и т. д. В целом, читая кодекс компании, мелких деталей в нем не увидишь, некоторые разделы не полностью раскрыты.

Проходя мимо друг друга в офисе компании, сотрудники здороваются, но их объединяет лишь только место работы, а не ценности. Зачастую сотрудники хорошо общаются между собой только в пределах одного кабинета. Сотрудники разных отделов и вовсе не общаются между собой, только

лишь по рабочим вопросам, и то, часто действия одного из отделов не понимаются сотрудниками другого отдела. У каждого свое виденье того, как должна храниться документация, как быстро отвечать на сообщения и т. д.

Также принято поздравлять сотрудников с днем рождения всем коллективом. Исходя из этого, хочется сделать акцент на раздел «подарки» из кодекса корпоративной этики. В данном разделе прописано, что сотрудники не должны принимать подарки. Это объясняется тем, что получение работником подарка может быть негативно оценено со стороны других работников и иных лиц даже при отсутствии недобросовестности или неразумности в намерениях работника или дарителя. Однако подарки сотрудникам от компании – это неотъемлемая часть корпоративной культуры, и не зря, так как подарки играют роль инструмента повышения лояльности сотрудников.

3. *Глубинный уровень.* Включает в себя предложения сотрудников по различного рода вопросам, например, о том, как должны решаться конфликты в компании или разделяться личное пространство. У сотрудников ООО «ТюменьКров» как такового личного пространства нет, зачастую коллеги заходят в кабинеты без стука, потому что ожидают, что на рабочих местах все занято лишь работой. В основном такое убеждение верно, но рамки приличия учитывать тоже важно. Также во время обеда в специально отведенных помещениях предпочитают садиться за пустой стол, нежели подсаживаться к кому-то. Учитывая тот факт, что в некоторых обеденных комнатах всего один стол, люди предпочитают спускаться в столовую, где больше шансов занять уединенное положение.

Насчет того, как должны решаться конфликты, взгляды сотрудников на подсознательном уровне также разнятся, ведь это зависит сугубо от личностных качеств работника. Кто-то предпочитает уходить от конфликта и замалчивать его, а кто-то жалуется руководству, даже если корень конфликта несущественен.

Стиль руководства компании играет важную роль в определении ее успеха. Это связано с тем, что стиль руководства определяет отношения между руководством и сотрудниками, а также сотрудников между собой. Стиль руководства может влиять на мотивацию сотрудников, их удовлетворенность работой, а также на качество продукции или услуг, которые компания предлагает. В компании больше всего прослеживается авторитарный стиль управления из-за того, что в большинстве случаев решение принимают руководители, однако наблюдается тенденция перехода к демократическому стилю управления, так как в компании все чаще начинают проводить собрания для того, что-

бы сотрудники могли высказать свое мнение касательно различных аспектов деятельности.

Оценивая элементы корпоративной культуры, важно учитывать специфику деятельности компании и ее стратегию. Стратегическая цель ООО «ТюменьКров» не размещена ни на одном ресурсе, как и общая миссия компании. Это также влияет на то, как сотрудник будет себя отождествлять с компанией, насколько его личные убеждения отражаются в ее деятельности [9].

Далее оценим тип корпоративной культуры по типологии К. Камерона и Р. Куинна [10]. Для это-

го можно применить один из методов качественной оценки – OSAI, который включает в себя анкетирование сотрудников, чтобы на этой базе можно было определить тип корпоративной культуры.

В опросе приняли участие 27 чел., большинство из них работает в офисе компании, и все работают в различных направлениях деятельности компании, включая сотрудников блока управления персоналом, бухгалтерии, хозяйственной службы и т. д. Баллы, полученные в ходе опроса, можно увидеть в табл. 8.

Таблица 8. Результат опроса сотрудников ООО «ТюменьКров» по методике OSAI

Критерии оценки	A	B	C	D
Средняя сумма баллов	11,3	16,8	33,6	39,1

По результатам данного анализа видно, что больше всего выделяются два типа корпоративной культуры, рыночный и иерархический, но второй все же преобладает. Иерархический тип корпоративной культуры в компании означает, что вся ее деятельность четко структурирована, сотрудники действуют по правилам и «законам» компании. Критически важно соблюдение календарных графиков и прочих условий выполнения работ. В компании также ярко выражен тип рыночной корпоративной культуры, что характерно для промышленной отрасли.

Также был проведен опрос по методике Д. Денисона DOCS для оценки четырех основных характеристик корпоративной культуры. В табл. 9 видно, какой средний балл получился по каждому из индексов [11].

В правом столбце табл. 9 указано процентное отношение текущего показателя индекса к его максимальному значению. Больше всего значение показателя индекса ориентированности на клиента, это ожидаемо, учитывая то, чем занимается компания.

Суммируя баллы по четырем характеристикам, можно узнать общее состояние корпоративной культуры – данный показатель равен 64 %, это означает, что корпоративная культура компании в целом позитивная, однако есть точки, которые необходимо совершенствовать [12].

Первым стоит уделить внимание блоку «миссия». Меньше всего значение индекса стратегического направления, но, вчитываясь в вопросы анкеты и оценивая результаты анкетирования, можно понять, что в целом сотрудники понимают, что должна делать компания в будущем, но не знают четкую формулировку миссии и стратегии компании, из-за чего дают такие ответы. Причиной может быть и то, что о миссии, ценностях и стратегии не говорят открыто и точно, и что в кодексе корпоративной этики миссия и стратегия не прописаны.

В блоке «способность к адаптации» ситуация лучше как минимум за счет индекса ориентированности на клиента.

Таблица 9. Результат опроса сотрудников ООО «ТюменьКров» по методике DOCS

Индекс	Средний балл	%
Создания изменений	2,8	56
Ориентированности на клиента	4,6	92
Организационного обучения	3,4	68
Стратегического направления	2,2	44
Целей	3,8	76
Видения	3,0	60
Координации и интеграции	3,6	72
Согласия	2,6	52
Ключевых ценностей	3,2	64
Полномочия	3,0	60
Развития способностей	3,4	68
Командной работы	2,8	56

С обучением в компании тоже все хорошо, сотрудников часто отправляют на курсы повышения квалификации.

Инновационность в компании тоже важна, поскольку, реализуя проекты по продаже можно использовать различные технологии.

В блоке вовлеченности значения индексов не велики, однако для ООО «ТюменьКров» важно, чтобы все сотрудники работали сообща, общались между собой и помогали выполнять трудовые задачи, так как при реализации проектов важна слаженная работа всех отделов компании. Но в случае возникновения конфликтных ситуаций сотрудники не пытаются урегулировать их самостоятельно, а сразу же жалуются руководителям, которые зачастую не находят времени для поиска истинных причин жалоб из-за чего в дальнейшем сотрудники избегают друг друга. Помимо прочего как таковых полномочий принимать важные решения у сотрудников мало [13].

Низкие значения индексов в блоке согласованности могут свидетельствовать о том, что не все сотрудники знают ценности компании и придерживаются их, ждать преданности от таких сотрудников сложно. Хотя в компании есть нормы поведения и прописанные действия разрешения конфликта интересов не все их соблюдают [14].

Отразить состояние корпоративной культуры также могут и стандартные опросы, проводимые в компании, например, анкета обратной связи при увольнении. Уволившиеся сотрудники могут рас-

сказать, какие, по их мнению, сильные и слабые стороны компании. Так, например сильными сторонами выделяют: стабильность, социальный пакет, имя, репутация компании, а также размер оплаты труда. Что касается слабых сторон компании и то, почему сотрудники уволились из компании, 23 % отметили, что не чувствуют себя частью компании; 36 % – разобщенность коллектива; 18 % – высокую загруженность и ненормированный рабочий день и, как следствие, выгорание; 5% – отношения с руководством, важно учитывать тот факт, что сотрудники могли выбрать сразу несколько вариантов ответов.

Также необходимо отметить, что 88 % сотрудников удовлетворены местом работы, однако при этом имеется тенденция роста коэффициента текучести кадров, а значит и тенденция к снижению удовлетворенности сотрудников [15].

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что корпоративная культура хозяйствующего субъекта в значительной степени способствует улучшению финансовых результатов деятельности и устойчивости бизнеса на рынке.

Литература

1. Ананьева А.В. Финансовый анализ как инструмент управления организацией // Вопросы фундаментальных и прикладных науч. исследований: сб. ст. междунар. науч. конф. (Омск, 11 сент. 2023 г.). СПб., 2023. С. 12-13.
2. Петросян А.А. Финансовый анализ организации как способ снижения финансовых и операционных рисков // Аллея науки. 2019. Т. 3, № 6 (33). С. 282-287.
3. Гресь И.А. Оценка финансового состояния: методика и основные этапы // Развитие финансовой науки: дискуссионные вопросы современных исследований: сб. науч. тр. по материалам IV Всерос. науч.-практической конф. молодых ученых. (14-15 июня 2017 г.). Ставрополь, 2017. С. 82-85.
4. Кутюва А.Я., Матвиенко С.Н. Улучшение финансового состояния предприятия // Современные проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса региона: сб. тр. науч.-практической конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов экономического факультета Новосибирского ГАУ (10-13 апр. 2018 г.). Новосибирск, 2018. С. 174-176.
5. Высочина М.В. Факторы, влияющие на формирование и развитие корпоративной культуры // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (Искра - 2018): сб. тр. I Всерос. шк. молодых ученых (Симферополь-Судак, 2-7 окт. 2018 г.). Симферополь, 2018. С. 60-64.
6. Гончарова Н.А. Существующие модели оценки эффективности аутсорсинга на предприятии // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2011. № 4 (6). С. 9-14.
7. Танхалов Э.Г. Значение финансового анализа для успешного развития предприятия // Аллея науки. 2018. Т. 2, № 11 (27). С. 320-323.
8. Пелих Я.В. Аспекты и суть финансового анализа // Национальная ассоциация ученых. 2015. № 5-1 (10). С. 101-103.
9. Сладкова Е.А., Гончарова Н.А. Теоретические аспекты повышения финансовых результатов деятельности строительных организаций // Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития: материалы Пятой Междунар. науч.-практической онлайн-конф. (12-13 апр. 2018 г.). Томск, 2018. С. 324-328.
10. Пышкин Е.И., Нечаева И.И. Корпоративная культура организации // Экономика в социокультурном пространстве современности: проблемы, решения, прогнозы: материалы X Междунар. науч.-практической конф. (23 нояб. 2023 г.). Владимир, 2023. С. 252-254.
11. Макарова М.М. Пути совершенствования корпоративной культуры организации // Молодой ученый. 2020. № 49 (339). С. 127-129.
12. Зиновьева Е.Г., Кузнецова М.В. Оценка влияния корпоративной культуры на эффективность деятельности предприятия // Современный менеджмент: теория и практика: материалы VII Всерос. нац. науч.-практической конф. (28-29 янв. 2022 г.). Магнитогорск, 2022. С. 23-33.
13. Свиридова К.О. Трансформация организационной культуры в условиях цифровой экономики // Теория и практика коммерческой деятельности: материалы XX Междунар. науч.-практической конф. (12-14 мая 2020 г.). Красноярск, 2021. С. 182-186.

14. Раренко А.А. Условия успешного управления культурой инновационных организаций // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология. 2020. № 1. С. 102-106.
15. Романова О.С. Методологические аспекты исследования организационной (корпоративной) культуры // Вестн. Ивановского гос. ун-та. Сер.: Экономика. 2020. № 3 (45). С. 7-17.
7. Tanhalov E.G. The importance of financial analysis for the successful development of an enterprise // Alley-science.ru. 2018. V. 2, № 11 (27). P. 320-323.
8. Pelih Ya.V. Aspects and essence of financial analysis // National Association of Scientists. 2015. № 5-1 (10). P. 101-103.
9. Sladkova E.A., Goncharova N.A. Theoretical aspects of improving the financial performance of construction organizations // Problemy ekonomiki i upravleniya stroitel'stvom v usloviyah ekologicheski orientirovannogo razvitiya: materialy Pyatoj Mezhdunar. nauch.-prakticheskoy onlajn-konf. (12-13 apr. 2018 g.). Tomsk, 2018. P. 324-328.

References

1. Anan'eva A.V. Financial analysis as an organization management tool // Voprosy fundamental'nyh i prikladnyh nauch. issledovanij: sb. st. mezhdunar. nauch. konf. (Omsk, 11 sent. 2023 g.). SPB., 2023. P. 12-13.
2. Petrosyan A.A. Financial analysis of an organization as a way to reduce financial and operational risks // Alley-science.ru. 2019. V. 3, № 6 (33). P. 282-287.
3. Gres' I.A. Financial condition assessment: methodology and main stages // Razvitie finansovoj nauki: diskussionnye voprosy sovremennyh issledovanij: sb. nauch. tr. po materialam IV Vseros. nauch.-prakticheskoy konf. molodyh uchenyh. (14-15 iyunya 2017 g.). Stavropol', 2017. P. 82-85.
4. Kutovaya A.Ya., Matvienko S.N. Improving the financial condition of the company // Sovremennye problemy i perspektivy razvitiya agropromyshlennogo kompleksa regiona: sb. tr. nauch.-prakticheskoy konf. prepodavatelej, aspirantov, magistrantov i studentov ekonomicheskogo fakul'teta Novosibirskogo GAU (10-13 apr. 2018 g.). Novosibirsk, 2018. P. 174-176.
5. Vysochina M.V. Factors influencing the formation and development of corporate culture // Issledovanie, sistematizaciya, kooperaciya, razvitie, analiz social'no-ekonomicheskikh sistem v oblasti ekonomiki i upravleniya (Iskra - 2018): sb. tr. I Vseros. shk. molodyh uchenyh (Simferopol'-Sudak, 2-7 okt. 2018 g.). Simferopol', 2018. P. 60-64.
6. Goncharova N.A. Existing models for evaluating the effectiveness of outsourcing in an enterprise // Issues of Social-Economic development of Siberia. 2011. № 4 (6). P. 9-14.
10. Pyshkin E.I., Nechaeva I.I. Corporate culture of the organization // Ekonomika v sociokul'turnom prostanstve sovremennosti: problemy, resheniya, prognozy: materialy X Mezhdunar. nauch.-prakticheskoy konf. (23 noyab. 2023 g.). Vladimir, 2023. P. 252-254.
11. Makarova M.M. Ways to improve the corporate culture of the organization // Young Scientist. 2020. № 49 (339). P. 127-129.
12. Zinov'eva E.G., Kuznecova M.V. Assessment of the impact of corporate culture on the efficiency of the enterprise // Sovremennyyj menedzhment: teoriya i praktika: materialy VII Vseros. nac. nauch.-prakticheskoy konf. (28-29 yanv. 2022 g.). Magnitogorsk, 2022. P. 23-33.
13. Sviridova K.O. Transformation of organizational culture in the digital economy // Teoriya i praktika kommercheskoj deyatel'nosti: materialy XX Mezhdunar. nauch.-prakticheskoy konf. (12-14 maya 2020 g.). Krasnoyarsk, 2021. P. 182-186.
14. Rarenko A.A. Conditions for successful management of the culture of innovative organizations // Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Series 11: Sociology. 2020. № 1. P. 102-106.
15. Romanova O.S. Methodological aspects of the study of organizational (corporate) culture // Ivanovo state university bulletin. Ser. Economics. 2020. № 3 (45). P. 7-17.