

Володимир ПОЛИНЯК

аспірант кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу, ЗУНУ

**«ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА» – «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА»
ЛОГІСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ШЛЯХИ ТРАНСФОРМАЦІЇ В
КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Актуалізація проблеми підвищення потенціалу конкурентоспроможності логістичних підприємств на ринку логістичних послуг обумовлює пошук ними активів для її вирішення, серед яких сучасний менеджмент розглядає такий нематеріальний актив як організаційна (корпоративна) культура. В економічній літературі нема однозначного трактування цих дефініцій. Значна частина дослідників означеної проблеми прирівнюють їх, деякі вважають, що термін «корпоративна культура» може стосуватися лише корпорацій. Ринкевич Н., розглядаючи відмінні риси інститутів «корпоративна» та «організаційна культура», вказує, що за джерелами перша конструюється «зверху», друга «еволюціонує в результаті подвійного процесу» [1]. Дотримуючись позиції цього автора, зазначимо, що в українських середніх і малих логістичних підприємствах, які займаються транспортуванням і експедируванням вантажів, вона сформована за другим методом. За ступенем цілеспрямованості щодо формування цього інституту зазначена авторка вказує, що в першому випадку це цілеспрямована діяльність, викликана вимогами конкурентоспроможності підприємства у зовнішньому середовищі, в другому – в цілому неусвідомлена діяльність, обумовлена необхідністю виробничої і соціальної діяльності» [1].

Онлайн-опитування стейкхолдерів та результати роботи експертівфокус-групи засвідчують, що останній варіант характерний для досліджуваних нами підприємств «FlexxFreight», «USFDispatch», «WestContainerTerminal».Робимо висновок: щоб вийти на вимоги конкурентоспроможності, топ-менеджменту зазначених логістичних компаній треба взяти чіткий курс на формування моделі корпоративної культури. З огляду на це,

важливо концептуально визначити шляхи досягнення цієї мети, вибудувати алгоритм управлінських дій з її (культури) формування, вибрати інструменти для досягнення цілі. Огляд методичних підходів до формування організаційної/корпоративної культури підприємств (Ринкевич Н. [1], Комарова К. [2], Баннікова Е. [3]), засвідчує, що частина з них стосується технічних операцій і послідовності кроків, частина акцентує увагу на змістовній характеристиці процесу трансформації (створення, зміни, адаптації, модернізації) організаційної культури.

Не заперечуючи правомірності підходів зазначених авторів, вважаємо, що у вирішенні такого питання має бути застосований системний підхід. При цьому процес трансформації організаційної культури має мати відмінності для:

- а) підприємств, які вже працюють на логістичному ринку і мають досвід у створенні засад організаційної культури;
- б) підприємств, які надають логістичні послуги спільно з зарубіжними провайдерами;
- в) новоутворених підприємств.

Враховуючи наявність певної практики інституалізації організаційної культури в досліджуваних нами підприємствах, вважаємо за доцільне для трансформації організаційної культури в корпоративну структурувати управлінські дії наступним чином:

- 1) системно-структурний аналіз чинної організаційної культури;
- 2) цінка її впливу на досягнення показників ефективності діяльності логістичної компанії;
- 3) оцінка сумісності наявної організаційної культури з стратегією підвищення потенціалу конкурентоспроможності компанії на логістичному ринку;
- 4) розроблення і розгляд альтернативних сценаріїв щодо політики компанії в умовах турбулентності ринків і невизначеності;
- 5) виявлення критичних питань і побудова «дерева цілей» для досягнення відповідності організаційної культури завданням забезпечення конкурентних переваг і підвищення потенціалу конкурентоспроможності організації;

б) визначення інструментарію і управлінських технологій для інституційного закріплення корпоративної культури організації, поетапного досягнення стратегічних та генеральної цілі – високої конкурентоспроможності компанії.

Системний аналіз чинників формування організаційної культури досліджуваних компаній, дослідження їх внутрішнього та зовнішнього середовища показує, що такими можуть стати: удосконалення внутрішніх регламентів компанії (Статуту, Колективного договору, посадових інструкцій, політики і стандартів SOPs, внутрішніх комунікативних регламентів тощо); імплементація інноваційних технологій в організацію надання логістичних послуг та менеджменту, з огляду на досвід зарубіжних партнерів та вимоги клієнтів; удосконалення системи комунікацій з врахуванням сучасних досягнень в організації дистанційної роботи, діджиталізації та цифровізації процесів логістичного обслуговування; удосконалення системи навчання і професійного розвитку персоналу; формування і реалізація корпоративних програм, зорієнтованих на впровадження обраних корпоративних цінностей.

Список використаних джерел

1. Ринкевич Н.С. Трансформація організаційної культури підприємств в умовах модернізації. Дисертація на здобуття наук. ступ. к.е.н. за спец.08.00.04. Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Інститут економіки промисловості НАН України, Київ, 2020. URL: <https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2021/05/dysertatsiia-rynkevych-n.s..pdf>
2. Комарова К.В. Організаційна культура: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / К.В.Комарова. – Дніпропетровськ, ДДФА, 2011.-166с. URL:<https://hovufks.org.ua/wp-content/uploads/2024/03/B0.pdf>
3. Баннікова Е.Б. Вплив організаційної культури на стратегію управління людськими ресурсами в компанії. Соціальні технології. *Актуальні проблеми теорії та практики*. 2016. Вип.72. С. 29-35