

залежить від неї. Сучасні керівники розглядають культуру компанії як потужний стратегічний інструмент, який дозволяє зорієнтувати всі підрозділи та окремих осіб на досягнення єдиної мети, мобілізувати ініціативу співробітників, забезпечити лояльність та полегшити спілкування. Але далеко не усі керівники володіють навичками та знаннями, які б допомогли встановити корпоративну культуру на високому світовому рівні.

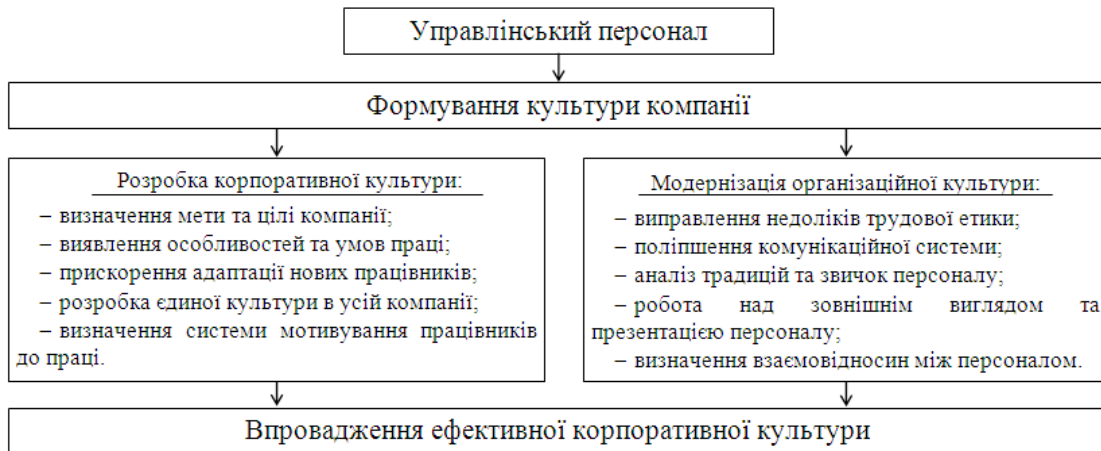


Рисунок 1 – Розробка ефективної корпоративної культури

В пострадянських країнах незначна частина компаній виражено підходить до необхідності формування та регулювання корпоративної культури. Лише кожна п'ята компанія в Україні впроваджує певні заходи щодо формування корпоративної культури, в той час як в країнах західної Європи \square близько 70%, а в розвинених країнах Сходу \square більше ніж 90% всіх компаній. Східні країни мають набагато більшу кількість трудових ресурсів порівняно з іншими країнами, а тому використовують усі можливості мотивації робітників. Все це однозначно позитивно впливає на компанію, так як культура всередині компанії допомагає працівникам працювати якомога краще.

Отже, ідеальною корпоративною культурою можна назвати ту, що збігається з організаційною, та при цьому покращує мікроклімат компанії. Виходячи з цього, основним завданням успішного управління стає впровадження такої корпоративної культури, якої працівники прагнуть дотримуватися. Підтримувати такий рівень культури в належному стані буде легше, ніж виправляти погану. Набагато вигідніше для компанії з точки зору зменшення витрат та більш швидкого корегування її недоліків постійно модернізувати корпоративну культуру.

Література:

1. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування [Електронний ресурс] / В.М. Семененко, О.А. Пишненко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3–4 (4–5). – С. 73–77. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
2. Корпоративна культура: вимоги до регламентування та вплив на соціальний діалог [Електронний ресурс] / Л. В. Щетініна, С. Г. Рудакова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 204–209. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html>
3. Никифорова В. Г., Кравченко В. О. Організаційна культура як складова управління людськими ресурсами у системі стратегічного управління // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313–4569) – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (62) – С.94–105.

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Н.С. Мамонтенко, к.е.н., доцент

М.Ю. Єгоров, студент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

В сьогоденній час спостерігається тенденція до розвитку як практики, так і теорії менеджменту. При цьому зміни в практиці менеджменту призводять до відповідного розвитку теорії. Така гуманізація менеджменту спричинила перехід від теоретичних інтересів з питань класичної теорії менеджменту до

практичних питань поведінкового характеру. Хоча звичайно, постійний розвиток теорії впливає на практику менеджменту.

Це пов'язано з тим, що більшість сучасних керівників організацій, приймають рішення, які базуються лише на їх власному уявленні про управління, про принципи та інструменти менеджменту. Якщо дивитись на проблему з цього боку, то спостерігається ситуація, коли теорія менеджменту передує практиці. У той же час теорія розвивається, орієнтуючись на останні тенденції практики управління, адже реальні закономірності менеджменту спочатку доводяться на практиці, а вже після описуються в теорії.

Вважаємо за необхідне виділити наступні світові тенденції розвитку сучасного менеджменту:

- активний розвиток організаційної культури;
- постійне розширення спектру застосування стратегічного управління;
- поширення методів та інструментарію сучасного менеджменту, напрацьованих в комерційних організаціях, на некомерційні сфери, зокрема на державний сектор;
- формування і розвиток нових спеціальних видів менеджменту [1].

Культура організації – це один з чинників прибутку і конкурентоспроможності комерційної організації; фактор успіху, ефективності діяльності, а часом і виживання некомерційної організації [2]. Культура організації являє собою складний феномен. До неї відносять норми, принципи, правила, цінності, історію організації, легенди, символи, мову, сленг, специфічний гумор, форми нагород і заохочень тощо. Якщо порівнювати її із національною культурою, що є дуже інертною, культура організації може значно змінитися протягом короткого періоду часу. Методи формування позитивної культури організації зазвичай є достатньо неформальними. Проте сьогодні відомі приклади цілеспрямованої зміни культури значної кількості компаній. Сьогоднішній період розвитку практики і теорії менеджменту отримав назву «культурної революції» в управлінні.

Стратегічне управління і стратегічне планування застосовуються в значній кількості конкретних управлінських ситуацій. В наш час бізнес–планування є втіленням ідей і методів стратегічного планування, доведених до нормативно закріплених процедур. Так сьогодні в значній кількості внутрішніх та інтернаціональних програм застосовуються підходи, що були опрацьовані в аспекті теорії стратегічного планування. В першу чергу, це можна віднести до цільового управління, яке, в свою чергу, передбачає постановку конкретних та лаконічних цілей. Основні прийоми та методи стратегічного управління, які використовувались ще нещодавно лише в рамках університетських курсів, сьогодні стають звичайною технологією опрацювання будь-якої комерційної ідеї. Прийоми стратегічного планування використовуються в сфері маркетингу, реклами, а також в діяльності все більшої кількості державних установ [2].

Також не менш важливою тенденцією розвитку менеджменту сьогодні є поширення концепцій, методів і моделей управління, що довели свою ефективність в комерційних структурах, на некомерційні організації. Так, наприклад, маркетингові підходи до управління мають тенденції до поширення на діяльність неприбуткових організацій, а також адміністрацій міст і районів в форматі регіонального маркетингу. В діяльності багатьох неприбуткових організацій з успіхом застосовуються елементи бізнес–планування. Так групи якості, що з'явилися на великих промислових підприємствах, сьогодні охоплюють діяльність урядових установ.

Останнім часом значної популярності в світовій практиці менеджменту досягли так звані спеціальні види менеджменту. До них можна віднести екологічний менеджмент, муніципальний менеджмент, інноваційний менеджмент, менеджмент інвестицій, управління ризиками тощо. Зазвичай розвиток певного виду спеціального менеджменту включає в себе розробку специфічних для даного типу діяльності методів, інструментів та технологій управління. В значній мірі більшість видів спеціального менеджменту мають прикладний характер та базуються на узагальнені практичних результатів діяльності менеджерів.

Ще однією тенденцією в світі сьогодні є уніфікація системи менеджменту до двох найпоширеніших в світі моделей японської та американської. Так для моделі американського менеджменту характерна персональна відповідальність працівників. Ефективність роботи конкретного керівника визначається, залежно від того, чи зміг він особисто досягти поставлених цілей. Варто зазначити, що американську модель менеджменту із незначними змінами запозичили для себе ряд європейських країн.

Японська модель управління теж грає значну роль в формуванні сучасної світової системи менеджменту. Дана модель орієнтована в першу чергу на людський фактор та колективну відповідальність за виконану роботу. Вона акцентує свою увагу високоякісної продукції. І хоча сьогодні такі особливості місцевого менеджменту, як система довічного найму, уходять в минуле, наближаючись до більш популярної в світі американської моделі, все ж напрацьована століттями ефективна японська модель продовжує розвиватись. Більш детально із порівняльним аналізом двох зазначених систем можна в таблиці 1.

Таким чином, сучасний менеджмент не стоїть на місці і має тенденції до постійних змін в залежності від впливу на діяльність підприємства цілого ряду зовнішніх та внутрішніх чинників. Одними із основних факторів, що можуть впливати на такі зміни є розвиток науково–технічного прогресу, особливо в сфері ІКТ, невідпинний розвиток маркетингових технологій та кризова становище світової економіки. Незмінним залишаються лише тісні зв'язок теоретичної та практичної складової менеджменту, хоча останнім часом практичній діяльності менеджерів приділяється все більше уваги.

Таблиця 1 – Порівняльний аналіз японської та американської моделей [3]

Критерії	Японська модель	Американська модель
Загальний принцип управління	«знизу–догори»	«згори–донизу»
Характер прийняття управлінських рішень	прийняття рішень за принципом консенсусу	індивідуальний характер прийняття рішень
Відповідальність	колективна	індивідуальна
Структура управління	гнучка	Формалізована
Організація контролю	м'який неформальний контроль	чітко сформована жорстка процедура
Оцінка якості керівника	вміння координувати та контролювати роботу підлеглих	професіоналізм та ініціатива
Направленість управління	орієнтація на групу, підвищена увага до людини	орієнтація на окрему особу, увага до людини як до виконавця
Оцінка результатів діяльності персоналу	досягнення колективного результату	досягнення індивідуального результату
Відношення з підлеглими	особисті неформальні відносини	формальні відносини
Кар'єра	просування по службі з урахуванням віку і лояльності до фірми	ділова кар'єра визначається особистими досягненнями
Оплата праці	за показниками роботи групи та стажем	за індивідуальні досягнення
Термін зайнятості на підприємстві	довгострокова зайнятість	короткострокова зайнятість

Також у зв'язку із активної глобалізацією світової економіки, сьогодні відбувається уніфікація системи менеджменту до двох найпоширеніших в світі моделей японської та американської. А вже в недалекому майбутньому очікується поступове злиття цих двох моделей в єдину цілу, що і завершить процес глобалізації світової системи менеджменту

Література:

1. Захарчин Р.М. Особливості та стратегічні завдання сучасного менеджменту / Р.М. Захарчин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ej.kherson.ua/journal/economic14/58.pdf>
2. Алієв Г. Перспективи розвитку менеджменту в світі/ Г. Алієв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2012/03/aliev.html>.
3. Іванченко С.Н. Аналіз світових моделей менеджменту. С.Н.Іванченко, А.В. Кукарцев // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – Т. 2, №4. – С. 155–166.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОВАЙДЕРІВ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ

Т.В. Аверіхіна, к.е.н. доцент

М.М. Аверіхін, студент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

На сучасному етапі світовий транспортний ринок інтенсивно розвивається, прискореними темпами проходячи шлях, який міжнародний ринок вантажоперевезень проходив десятиліттями. Основним наслідком цього стало виникнення фірм – провайдерів логістичних послуг, що переймають на себе усі функції компаній–клієнтів по постачанню підприємства і збуту готової продукції, тим самим дозволяючи своїм клієнтам повністю сконцентруватися на основних видах діяльності свого підприємства [1].

Сьогодні провайдери логістичних послуг працюють з великими об'ємами інформації, управляючи ланцюжками постачань, що включають компанію– клієнта, його постачальників і споживачів, а також виконавців на окремих ланках ланцюги (експедиторів, перевізників, операторів складів, терміналів, порти).

Враховуючи світовий досвід економісти Дениєлс Дж. Д. та Радеба Ли, виділити п'ять основних типів міжнародних логістичних провайдерів в табл.1 [2].

Особливе місце серед провайдерів логістики, на думку Дениєлс Дж. Д. та Радеба Ли, займають транспортно–експедиторські компанії. Саме на їхню частку припадає основне навантаження з організації та здійснення логістичних операцій. Експедиторська компанія за своїм статусом зобов'язана діяти від імені та за дорученням клієнта, організовуючи обслуговування вантажу в процесі його доставки і виконуючи ряд операцій,