

Савицька О. М.
канд. екон. наук, доц.,
доцент кафедри менеджменту підприємств
ORCID: 0000-0002-1053-209X;

Хімчук М. М.
студент ФММ
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського», м. Київ, Україна
ORCID: 0009-0008-2789-4776

РЕЗУЛЬТАТИ АНАЛІЗУ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ-ЛІДЕРІВ

Процеси глобалізації, розвитку конкуренції, використання нових систем управління вимагають постійної адаптації логістичної системи підприємства до умов внутрішнього та зовнішнього середовищ [1].

Компанія DHL – є світовим лідером у логістиці, пропонуючи продукти й послуги для будь-яких логістичних потреб: від звичайного перевезення або транспортування до комплексних рішень, що охоплюють увесь ланцюжок постачання. Компанія є найбільшою міжнародною компанією в світі, підрозділи якої працюють у 220 країнах. У компанії високу увагу приділяють дотриманню ключових показників ефективності в усіх напрямках – продажі, обслуговування клієнтів, операційна діяльність, управління персоналом. Система мотивації враховує ті показники, на які співробітник дійсно може впливати як персональними діями, так і в складі команди. Дії та вчинки співробітників, які створюють цінність для клієнтів, компанії, колег, суспільства – обов'язково заохочуються і винагороджуються. Так формується культура партнерських відносин, взаємовигідного співробітництва. Вся операційна діяльність в компанії DHL підпорядкована ключовим стратегічним цілям: *бути компанією № 1 для співробітників, бути компанією № 1 для клієнтів, бути компанією № 1 для інвесторів*. Ці цілі розвитку Компанія DHL складаються в логічний ланцюжок: компанія дбає про те, щоб співробітники відчували себе щасливими. Адже щасливі співробітники прагнуть зробити щасливими клієнтів, надаючи їм послуги високої якості і позитивні враження від взаємодії з керівництвом компанії. Лояльні та успішні клієнти дозволяють міжнародній мережі DHL бути прибутковою і підтримувати сталий розвиток, створюючи цінність для всіх своїх стейкхолдерів [1].

FedEx Corporation – американська транснаціональна логістична компанія, зайнята у галузі внутрішніх та міжнародних перевезень і доставки вантажів. Відома як лідер у впровадженні нічної обробки замовлень і транспортування товарів експреспоштою. Для того, щоб запропонувати своїм клієнтам повний та всеосяжний перелік логістичних рішень, компанія FedEx розробила та реалізувала стратегію придбання компаній, що здійснюють наземне та повітряне транспортування. Усі придбані компанії об'єднувалися під єдиною торговою маркою, яка завоювала високий рівень довіри у клієнтів усього світу. Конкурентні переваги в логістиці є швидкоплинними, що вимагає не лише швидкості та гнучкості у використанні короткочасних можливостей, але й інновацій, орієнтованих на клієнта, спрямованих на створення нових ринків, а отже, вимагає стратегічної гнучкості. Щоб досягти стратегічної гнучкості, організації повинні мати креативну культуру, яка зменшує опір змінам, та організаційну структуру, яка полегшує увагу до нових можливостей і впровадження змін. Таким чином, перші кроки компанії FedEx у напрямку стратегічної гнучкості були створені через стратегію «Люди–Послуги–Прибуток» (People–Service–Profit (PSP)) та децентралізовану організаційну структуру. Стратегія «Люди–Сервіс–Прибуток» починається з «людей», оскільки вони, за словами Фредеріка Сміта, є їхнім «найбільшим активом». Ця культура виховання працівників є головним фактором для стратегічно гнучких організацій, вона призвела до підприємницької поведінки працівників FedEx на всіх рівнях, створивши, таким чином, культуру креативності. Завдяки стратегії «Люди–Сервіс–Прибуток» люди FedEx стали найбільшою відмінністю від конкурентів. До цього додається багаторічний досвід лідерства в логістичній галузі завдяки колективному мисленню керівництва, яке має щонайменше 19-річний досвід роботи в FedEx. Організаційна культура та лідерство вже 15 років поспіль входять до «Топ-10 компаній, якими найбільше захоплюються». Адаптаційна здатність FedEx ще більше посилюється завдяки децентралізованій організаційній структурі, яка знижує рівень прийняття рішень шляхом делегування повноважень, що дозволяє швидко та ефективно реагувати на зміни на ринку. Креативна культура разом із децентралізованим управлінням сприяли підвищенню рівня локалізованих інновацій та швидкості реагування на запити клієнтів FedEx. З технічного боку, FedEx покладається на свої технічні ноу-хау та інновації, отримані переважно шляхом придбання інших

логістичних компаній, таких як TNT Express, P2P Mailing Limited, GENCO та Bongo International, щоб керувати найбільш автоматизованою мережею в галузі [2].

Federal Express має інші особливості світового логістичного лідера. Компанія витрачає лише 13,17 % загальних операційних витрат на оплату праці. Середній показник по галузі становить 14,81 відсотка. Однак головні конкуренти Federal Express витрачають 20 і 24 відсотки загальних операційних витрат на оплату праці. Тому пілоти висловлюють свою незгоду і вимагають змін. Коливання цін на паливо: Federal Express підвищила ціни та розробила контракти з постачальниками нафти, щоб покрити коливання вартості палива та нестабільність пропозиції [3].

AP Moller-Maersk, датська судноплавна та логістична компанія з понад 100-річною історією, є публічним сімейним підприємством. У 2016 році компанія прийняла важливе рішення відмовитись від деяких непрофільних бізнесів та сконцентруватися виключно на своїй основній діяльності – транспортних та логістичних послугах. Це стратегічне рішення стало важливим моментом, коли компанія вирішила, що її майбутнє полягає в інвестиціях у нові технології та сервіси в сфері цифровізації і інтелектуальних рішень у логістиці. Компанія активно залучає талановитих лідерів і фахівців з різних сфер, а також використовує сучасні підходи управління для ефективного функціонування. Успіх менеджменту також пояснюється постійною увагою до корпоративної культури, взаємодії із співробітниками та розробці інноваційних технологій для автоматизації і оптимізації внутрішніх процесів. Водночас, компанія дотримується високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності та активно працює над сталим розвитком, що забезпечує її позитивну репутацію на міжнародному ринку. Maersk залишається успішним лідером логістичного бізнесу [4]. Сучасний світ мало схожий на той, у якому починала Maersk і галузь логістики загалом адаптувалася повільно. Але в той час, коли багато гравців все ще працювали на папері, спілкувалися по факсу та здійснювали транзакції готівкою, Maersk модернізувала свою економічну інфраструктуру. Щодо викликів, то вплив зміни клімату на логістичні процеси стає все більш очевидним, як зазначено у звіті Maersk. Логістичні компанії вдвічі збільшують свої зусилля з переналаштування операцій і зміцнення своєї інфраструктури, щоб протистояти екологічним викликам [5]. Лише у 2024 році компанія Maersk відзначила 219 екстремальних погодних явищ, які призвели не лише до значних особистих втрат, але й до серйозних збоїв у регіональній системі логістики, особливо підкреслюючи сезон ураганів у США та катастрофічні повені в Іспанії. Такі події вимагають підвищення стійкості інфраструктури, що змушує постачальників логістичних послуг швидко адаптуватися, щоб підтримувати ефективність і надійність логістичного бізнесу. У 2018 році компанія оголосила про свою мету стати вуглецево-нейтральною до 2050 року, що означає скорочення викидів парникових газів на всіх етапах своєї діяльності. Крім того, компанія впроваджує нові технології для підвищення ефективності та зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище, включаючи використання біопалива та перехід на електричні судна [6, 7].

Історії розвитку бізнесу світових логістичних лідерів (DHL, FedEx та Maersk) показує різні стратегії управління, але їх об'єднує важлива ціль – забезпечення якнайвищих результатів ефективності логістичного управління та високого рівня конкурентоздатності на світовому ринку. Кожна з компаній реалізує власну стратегію розвитку, *спираючись на інноваційні підходи управління логістикою, власні стандарти обслуговування клієнтів, на сучасні наукові дослідження у сфері управління та логістики.*

Список використаних джерел

1. Тарасюк Г. М. Логістичні рішення та управління постачання в компанії: виклики часу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. №4(98). С. 42–48. URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/7982> (дата звернення: 25.03.2025).
2. Critical Reflections on the Strategic Management of FedEx Corporation. 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/343679017_Critical_Reflections_on_the_Strategic_Management_of_FedEx_Corporation (the date of application: 25.03.2025).
3. Global Transportation and Logistics Industry. 2025. URL: <https://ukdiss.com/examples/global-transportation-and-logistics-industry.php> (the date of application: 25.03.2025).
4. Maersk and Stripe: Simplifying Global Payments. 2022. URL: <https://stripe.com/en-fi/newsroom/stories/maersk-and-stripe> (the date of application: 25.03.2025).
5. Управління якістю в логістиці: Maersk Line. 2025. URL: <https://www.management.com.ua/qm/qm220.html> (дата звернення: 25.03.2025).
6. Maersk: ESG progress in the face of climate challenges. 2023. URL: <https://supplychaindigital.com/sustainability/maersk-esg-progress-in-the-face-of-climate-challenges> (the date of application: 25.03.2025).
7. Історія компанії Maersk. 2023. URL: <https://uk.container-trade.net/istoriya-kompanii-maersk/> (дата звернення: 25.03.2025).