

Każdy z tych elementów odgrywa znaczącą rolę w procesie dystrybucji, natomiast na formowanie konkurencyjności rynkowej przedsiębiorstwa największy wpływ ma poziom zadowolenia klienta. Właśnie dla tego przedsiębiorstwo powinno cały czas doskonalić każde z poszczególnych działań marketingowo-logistycznych. Optymalizacja procesu dystrybucji, w tym obsługa klienta, transport, magazynowanie, pakowanie oraz utrzymywanie zapasów pozwoli podnieść nie tylko poziom zadowolenia klienta, ale również zwiększyć zyski przedsiębiorstwa.

SPIS MATERIAŁÓW ŹRÓDŁOWYCH

1. Baraniecka A., ECR, łańcuch dostaw zorientowany na klienta, Poznań: IliM, 2004.
2. Beier J.F.; Rutkowski K., Logistyka, Warszawa: Szkoła Główna Handlowa, 1998.
3. Christopfer M., Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw, Drelów: Polskie Centrum Doradztwa Logistycznego, 2000.
4. Ficoń K., Logistyka ekonomiczna: procesy logistyczne, Warszawa: Bel Studio, 2008.
5. Ficoń K., Procesy logistyczne w przedsiębiorstwie, Gdynia: Impuls Plus Consulting, 2001.
6. Piasecka-Głuszak A., Gębczyńska A., Logistyka zaopatrzenia i dystrybucji, ekologiczna: zagadnienia podstawowe: skrypt dla studentów kierunku Logistyka w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu, Wrocław: Wyższa Szkoła Bankowa, 2012.
7. Witkowski J., Zarządzanie łańcuchem dostaw, Warszawa: PWE, 2003.



Лаврук Оксана Степанівна,

*доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування
Подільського державного аграрно-технічного університету,
кандидат економічних наук, доцент*

УМОВИ ПОВБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МУНІЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Становлення нової парадигми публічного управління пов'язане з втіленням відповідних змін – управління з орієнтацією на ціннісні чинники, а не на бюрократичні правила й норми. При цьому реалізація відповідних змін вимагає оновлення змістовного наповнення організаційної культури муніципального управління як стратегічного фактору забезпечення його якості. Вироблення основних ціннісних орієнтацій на основі поставленої мети є

базисом для подальшого визначення норм, правил і принципів організаційної поведінки, напрямів розвитку, плановірності й комплексності у вивченні, швидкої реалізації [2]. Зважаючи на це, органи муніципального управління поставлені сьогодні перед викликом сформувати такі орієнтири розвитку, які б відповідали вимогам громадян і продовжували тенденцію підвищення якості діяльності.

Науковці вважають, що організаційна культура формується як реакція на основоположні завдання організації, які вимагають вирішення її зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції [5]. Необхідність пристосуватись до мінливих умов внутрішнього і зовнішнього середовища, спільна зацікавленість громади у підвищенні якості послуг створюють широкі можливості для появи корпоративних структур у системі муніципального господарювання. Кінцева мета впровадження принципу корпоративізму муніципального управління полягає в тому, що громада готова і бере на себе всю відповідальність за упорядкування власного життя і забезпечення рівних можливостей для всіх [1]. Формування корпоративного характеру відносин в муніципальному утворенні дає поштовх до формування нового стилю роботи муніципалітету, нової організаційної культури муніципального управління. Впровадження корпоративних засад у системі муніципального управління суттєво конкретизує й демократизує відносини, створює умови підвищення дієвості і цілеспрямованості економічного й соціального розвитку територіальних громад. Крім того, концепція соціальної відповідальності заохочує організації враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив на споживачів, зацікавлених сторін, працівників, громади та навколишнє середовище в самих різноманітних аспектах своєї діяльності. Важливими атрибутами корпоративної соціальної відповідальності вважається ефективне корпоративне управління, високі соціальні стандарти діяльності, висока репутація, що є основою стійкого розвитку. Відповідно до нової парадигми публічного управління, організаційні відносини з клієнтом стають центральним моментом у діяльності муніципального управління.

Слід відмітити, що популярність систем управління на основі якості та інших систем, заснованих на вимогах міжнародних стандартів, перебуває зараз на підйомі в усьому світі. Ці системи зарекомендували себе як успішний інструмент поліпшення діяльності публічного управління. Якісне надання послуг забезпечить зміну іміджу установ і керівників у публічному секторі; демонстрацію готовності до змін; застосування досвіду діяльності на базі інтернет-технологій, накопиченого в інших галузях; розширення спектру послуг [3,4].

Отже, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що в сучасних умовах для формування оновленої організаційної культури муніципального управління потрібно враховувати: корпоратизм відносин,

що поєднує індивідуальні інтереси з колективними, співучасть у реалізації колективних завдань та самостійного вирішення питань місцевого значення; концепцію соціальної відповідальності, що дозволяє забезпечити зростання довіри населення до діяльності органу муніципального управління, її послуг та формування партнерських відносин із зацікавленими сторонами; впровадження сучасних моделей управління на засадах якості, що передбачає постійне вдосконалення якості діяльності, забезпечення системи надання якісних послуг; концепцію належного урядування, завдяки якому досягаються: відповідність публічної політики потребам суспільного розвитку, реальна участь громадян у виробленні та реалізації публічної політики, об'єднання потенціалу влади, бізнесу та громадськості.

Очевидно, що зазначені тенденції сприятимуть формуванню організаційної культури, яка забезпечить підвищення якості муніципального управління, розвиток різних форми взаємодії, активізуватиме менеджмент на основі знань, посилюватиме соціальну відповідальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобровська О. Ю. Корпоративне управління в місцевому самоврядуванні : монографія. Донецьк : ДРІДУ НАДУ, 2008. 284 с.
2. Лаврук О. С. Формирование и развитие организационной культуры предприятия. *Buletinul Științific al Universității de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul. Științe Economice.* №. 1 (13). 2015. P. 109-120.
3. Серьогін С. М. , Лола В. В. , Хожило І. І. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг : наук. розробка. Київ : НАДУ, 2009. 32 с.
4. Шаров Ю. П., Сухінін Д. В. Муніципальні послуги : шлях до високої якості : монографія. Мелітополь : Видавничий будинок ММД, 2008. 136 с.
5. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Санкт Петербург: Питер, 2002. 336 с.

