***УДК 159.9 О.О. Мрачковський***

***м. Суми***

**ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА МЕНЕДЖЕРІВ ТОРГІВЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Ефективність професійної діяльності менеджерів торгівельних організацій оцінюється, насамперед, рівнем продажів та внеском у доходи кампанії. Доведено, що організації з порівняно нижчим рівнем матеріально-технічного і технологічного забезпечення можуть бути успішнішими за умови вищого рівня організаційної культури [2]. Отже, вивчення організаційної культури у торгівельних організаціях дозволить спрогнозувати, а, за потреби, й підвищити ефективність професійної діяльності менеджерів торгівельних організацій. Під організаційною культурою ми розуміємо систему «вироблених організацією впродовж історії її становлення ідеологічних та соціально-психологічних регуляторів діяльності на всіх рівнях її функціонування (усних норм і домовленостей, уявлень про належне, цінностей), які поділяються більшістю членів організації і передаються новим її членам за допомогою налагоджених механізмів внутрішньо-організаційного обміну [1, 174].

Для дослідження організаційної культури *менеджерів торгівельних організацій* було використано опитувальник «Оцінка рівня організаційної культури» І. Д. Ладанова. Методика, дозволяє провести аналіз організаційної культури організації, визначивши рівень важливих компонентів: «робота», «комунікація», «управління», «мотивація й мораль», які досліджуються рівнями: «прекрасний», «мажорний», «помітний смуток», «спадаючий», а також загальний показник розвитку організаційної культури, який розглядається за рівнями «дуже високий», «високий» «середній», «має тенденцію до деградації».

У таблиці 1 подано рівні організаційної культури в різних сферах професійної діяльності.

Результати дослідження вказують на те, що більшість респондентів оцінюють показники організаційної культури як «мажорно» Більшість досліджуваних обрали найвищі бали за шкалами «мотивація й мораль» (63,3%), «робота» (60,0%), «управління» (56,6%) та «комунікації» (53,3%). Це свідчить респонденти досить позитивно оцінюють культуру у власній організації.

*Таблиця 1*

**Рівні організаційної культури менеджерів торгівельних організацій за сферами професійної діяльності**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рівні організаційної культури | Робота | Комунікації | Управління | Мотивація й мораль |
| «Чудово» | 0,0% | 10,4% | 13,3% | 10,4% |
| «Мажорно» | 60,0% | 53,0% | 56,6% | 63,3% |
| «Помітна зневіра» | 33,3% | 36,6% | 30,1% | 26,3% |
| «Занепад» | 6,7% | 0,0% | 0,0% |  |

Так, такий компонент, як *«робота»,* передбачає розкриття потенціалу працівників організації й удосконалення їхнього професійного рівня. Цей компонент спрямований на: аналіз розвитку творчих здібностей працівників організації; систематичне підвищення кваліфікації педагогічних працівників; залучення співробітників до прийняття управлінських рішень; упровадження системи лідерства; використання методів управління, що забезпечують задоволеність роботою працівників; підтримку особистої ініціативи працівників організації; дотримання чесності і довіри в ділових стосунках; розвиток прагнень до інноваційної діяльності; орієнтацію на перспективний розвиток організації; дотримання загальнолюдських цінностей і відповідальності тощо.

Компонент організаційної культури *«комунікації»* дає можливість проаналізувати такі особливості менеджерів, як-от: орієнтація в різноманітних ситуаціях спілкування, які базуються на знаннях життєвому досвіді працівників; спроможність ефективно взаємодіяти з оточенням у результаті адекватного розуміння себе й інших (при постійній видозміні психічних станів, міжособистісних відносин і умов со­ціального середовища); готовність і вміння контактувати з колегами; забезпечення привабливості (атрактивності) у спілкуванні; виявлення емпатії (співпереживання емоційному стану співрозмовника та проблемі, яку він обговорює); володіння знаннями, уміннями і навичками конструктивного спілкування; уміння встановлювати психологічний контакт з учасниками спілкування та ін.

Аналіз *«управління»* як компонента організаційної культури дає можливість проаналізувати такі аспекти діяльності організації, як-от: чіткість і деталізованість організації праці працівників; упровадження системи професійної оцінки діяльності працівників; аналіз і вирішення конфліктних ситуацій; застосування дисциплінарних заходів; ефективність прийняття своєчасних і ефективних рішень; участь працівників організації в прийнятті рішень у межах своєї компетенції; спрямованість діяльності організації на інноваційний тип розвитку та ін.

Аналізуючи такий компонент організаційної культури, як *«мотивація і мораль»,* слід звертати увагу на такі особливості: рівень заробітної плати; нагородження дипломами, грамотами різних рівнів; можливість професійного зростання та розвитку професійних якостей; винагорода за якість успішної роботи; заохочення творчості й ініціативності працівників; підтримка позитивних взаємовідносин; прояв уваги до індивідуальних відмінностей і потреб працівників тощо.

Результати подальшого дослідження організаційної культури показали, що досліджувані не проявили дуже високого рівня організаційної культури, 23,4% опитаних поставили високі оцінки організаційній культурі, 63,3% – середні, 13,3% вважають, що організаційна культура в їх установі має тенденцію до деградації 13,3% і зацікавлені у пошуку нового місця роботи.

*Таблиця 2*

**Рівні організаційної культури менеджерів торгівельних організацій**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Оцінка рівня організаційної культури | Дуже високий | Високий | Середній | Має тенденцію до деградації |
| Індекс організаційної культури | 0,0 | 23,4% | 63,3% | 13,3% |

Таким чином, організаційна культура менеджерів торгівельних організацій характеризується домінуванням оцінок середнього рівня, що обумовлює актуальність її подальшого розвитку та перспективи наших подальших досліджень.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Петрунько О. В. Організаційна культура університету як чинник його конкурентоздатності на ринку освітніх послуг. *Вчені записки Університету «КРОК».* 2022. №1(65), С. 164–175.

2. Хомутенко Л. І., Вязовченко В. Є. Організаційна культура підприємства: теоретичні та практичні аспекти формування. *Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*. 2014. Т. 19. Вип.1/2. С. 31–38.