

Kultura organizacji polskich firm – raport z badań

W rozwiniętym systemie gospodarczym istnieje wiele rodzajów firm i przedsiębiorstw. W każdym z nich funkcjonuje pewna kultura organizacyjna. Składa się na nią zbiór podstawowych wartości i norm postępowania, dominujący w danej organizacji. Jest on podparty określonymi założeniami przyjętymi przez kierownictwo firmy i przejawia się między innymi przez określony język, symbole czy przedmioty. Formalne aspekty kultury organizacyjnej tworzą takie elementy, jak cele, misja i plan działania firmy, struktura organizacyjna, procedury, zasady i metody pracy oraz technologie i produkty. Składają się na nią również aspekty nieformalne, na przykład przekonania i postawy pracowników, ich odczucia oraz nieformalne więzi. Nawet jeżeli właściciel firmy nie kreuje świadomie kultury organizacyjnej, to praktyka działania jego i jego pracowników tworzy pewną atmosferę miejsca pracy.

Badanie przeprowadzone w listopadzie przez konsultantów Zielonej Linii miało na celu określenie, na ile klienci naszego centrum są świadomi istnienia kultury organizacyjnej firmy. Dzięki badaniu mogliśmy ustalić, jak pracownicy postrzegają klimat miejsca pracy oraz swoją rolę w planach organizacyjnych pracodawcy.

Opracowanie składa się z następujących części:

1. Próba badawcza

- 1.1. Płeć respondentów
- 1.2. Wiek respondentów
- 1.3. Status respondentów

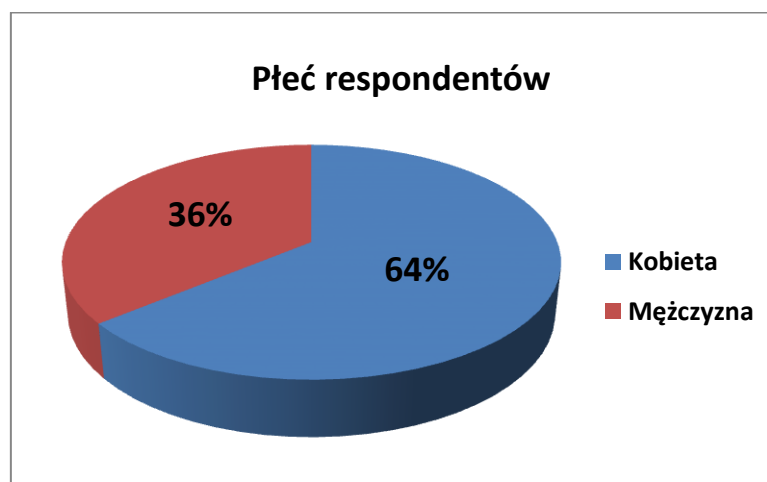
2. Wyniki badań

- 2.1. Prezentacja wyników
- 2.2. Podsumowanie

1. Próba badawcza

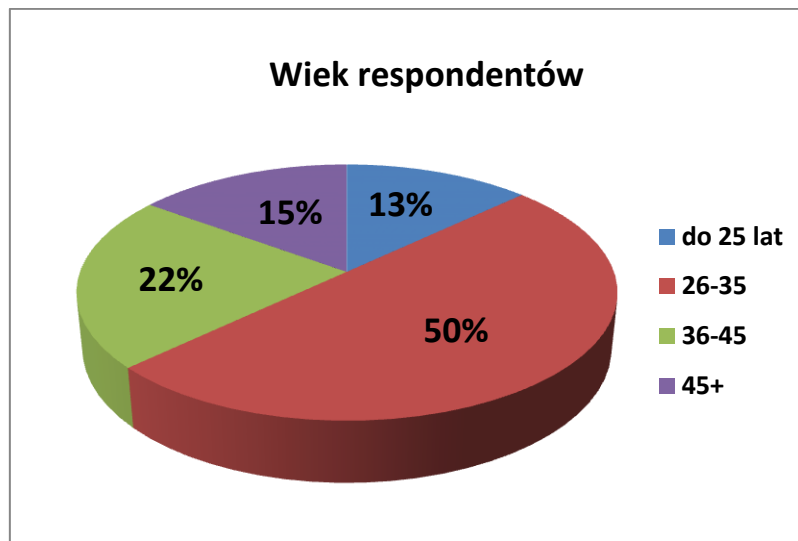
Badanie zostało przeprowadzone wśród stu losowo wybranych klientów telefonicznych Zielonej Linii.

1.1. Płeć respondentów



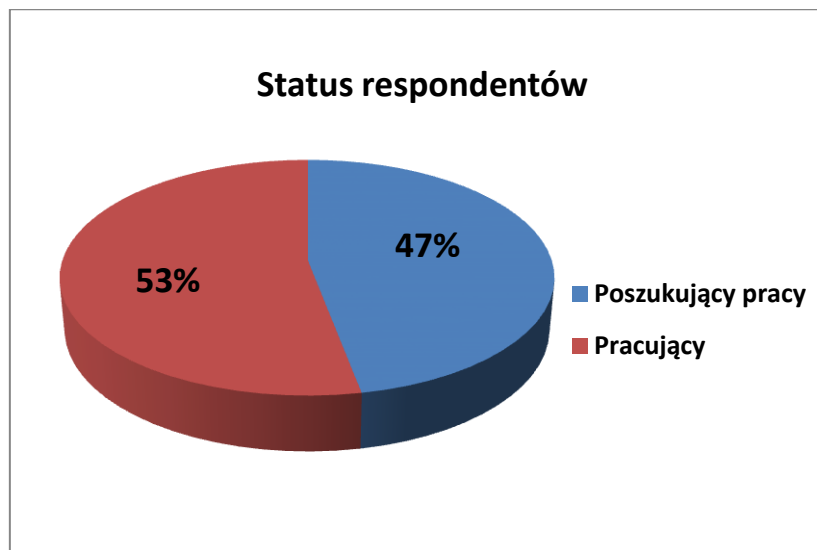
Blisko dwie trzecie respondentów stanowiły kobiety, a 36% – mężczyźni.

1.2. Wiek respondentów



Połowa wylosowanych do badania osób znajdowała się przedziale wiekowym 26-35 lat. Co piąty respondent to osoba pomiędzy 36. a 45. rokiem życia. Najmniejszą grupę stanowiły osoby, które przekroczyły 45. rok życia oraz osoby w wieku do 25 lat.

1.3. Status respondentów

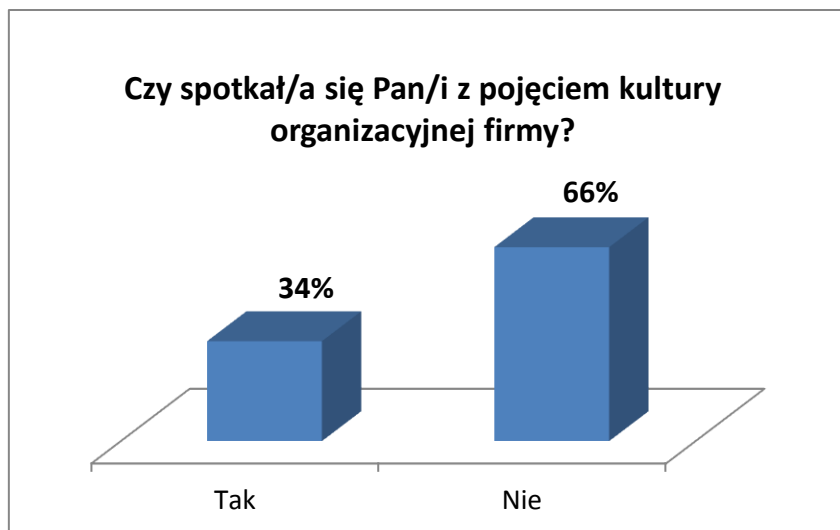


Nasi respondenci podzielili się prawie w połowie na osoby pracujące (53%) oraz osoby poszukujące pracy (47%).

2. Wyniki badań

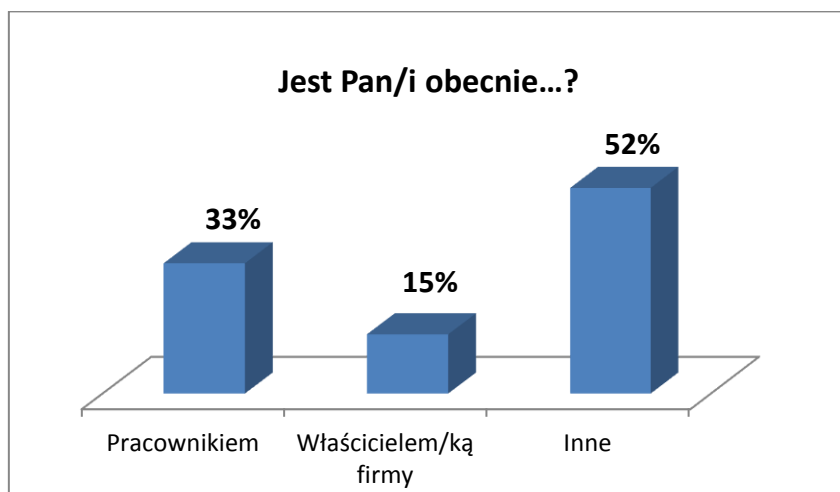
2.1. Prezentacja wyników

Kwestią kluczową dla badania było zorientowanie się, czy klienci Zielonej Linii znają pojęcie kultury organizacyjnej.



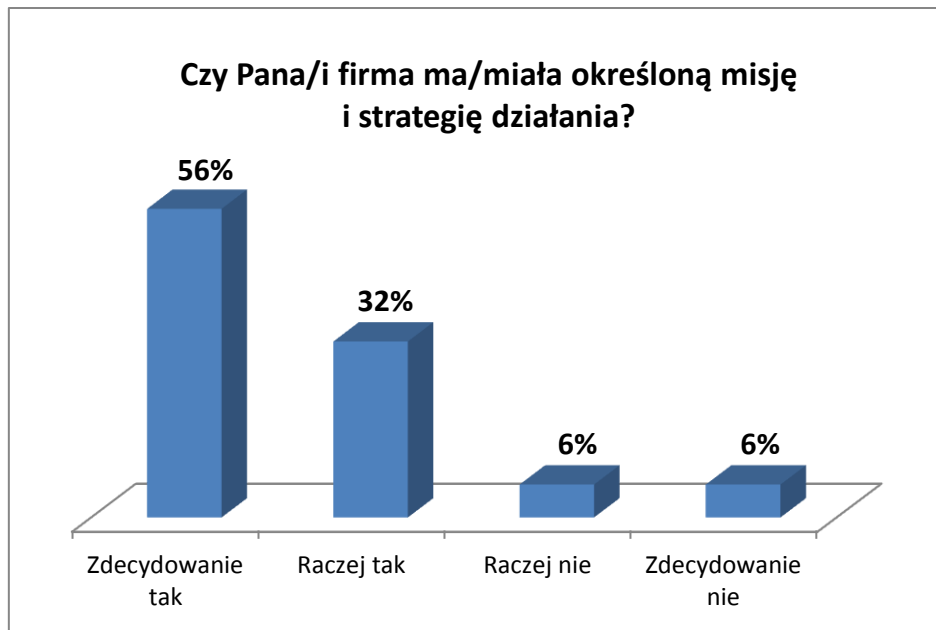
Okazało się, że dwie trzecie badanych nie słyszało tego określenia, a tylko jednej trzeciej badanych jest znane to pojęcie.

Sposób postrzegania kultury organizacyjnej firmy zależy między innymi od perspektywy, jaką przyjmuje dana osoba. Postanowiliśmy więc określić, jaką funkcję zajmują uczestnicy badania.



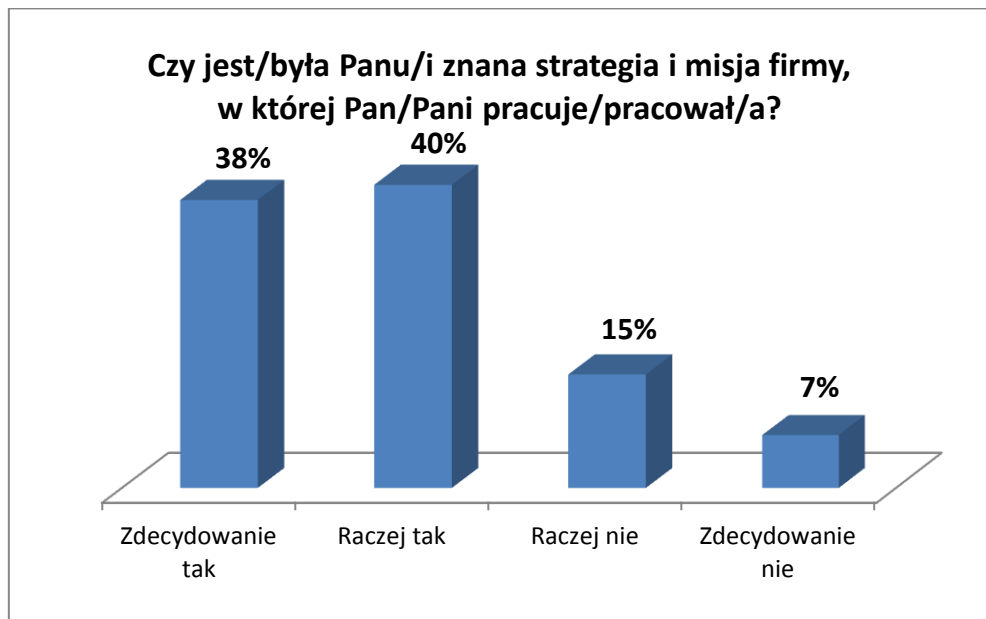
Jedna trzecia badanych była pracownikami, a 15% – właścicielami firm. Największa grupa, bo ponad połowa pytanym, wybrała kategorię odpowiedzi „inne”, do której mogą należeć między innymi osoby bezrobotne, emeryci i renciści.

Pracowników oraz właścicieli firm zapytaliśmy, czy w miejscu ich pracy obowiązuje lub obowiązywała określona misja i strategia działania.



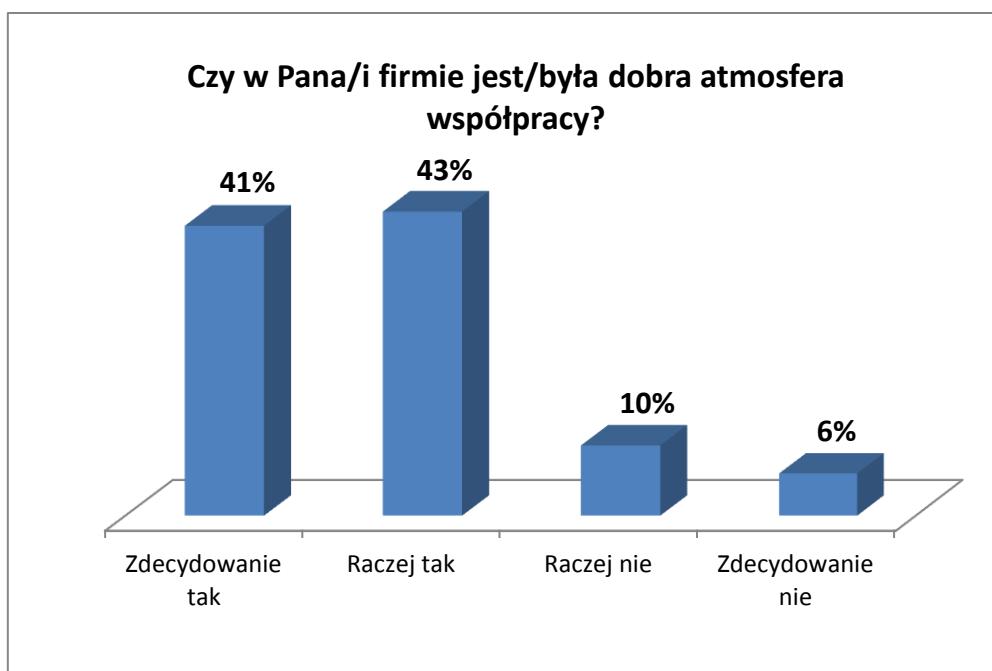
Zdecydowana większość respondentów potwierdziła istnienie takich elementów w działaniu ich firmy. Co dziesiąta osoba uważa, że w jej firmie nie ma określonej strategii i misji działania.

Wszystkim uczestnikom badania zadaliśmy pytanie, czy była im znana strategia i misja firmy, w której pracują bądź pracowali.



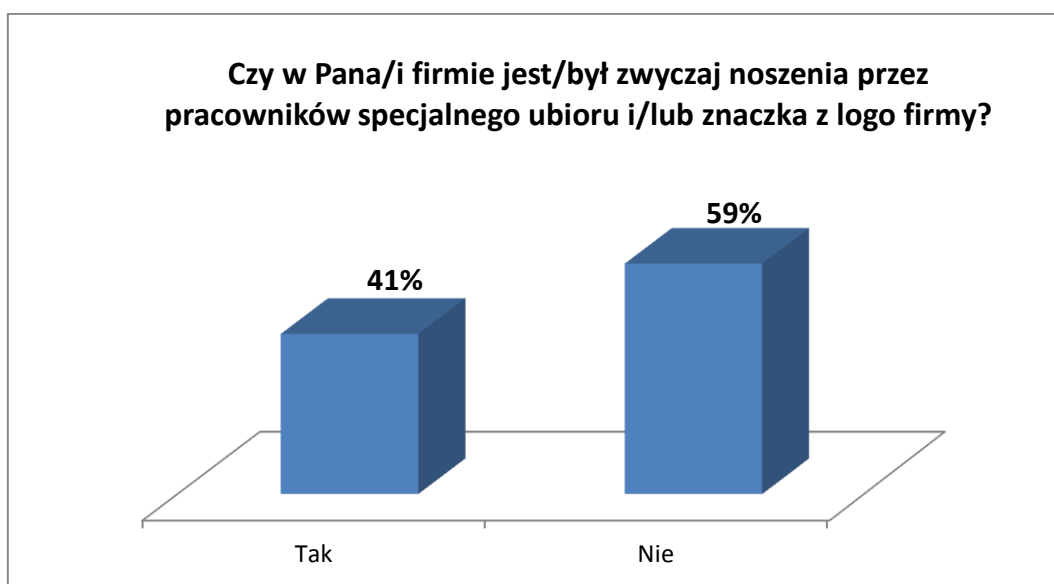
Odpowiedzi twierdzącej udzieliło trzy czwarte uczestników badania. Co piąty respondent jednak nie poznał strategii i misji firmy, w której pracował.

Kolejny blok pytań dotyczył poszczególnych elementów kultury organizacyjnej firmy. Na wstępie osoby biorące udział w badaniu miały wypowiedzieć się na temat atmosfery panującej w ich firmie.



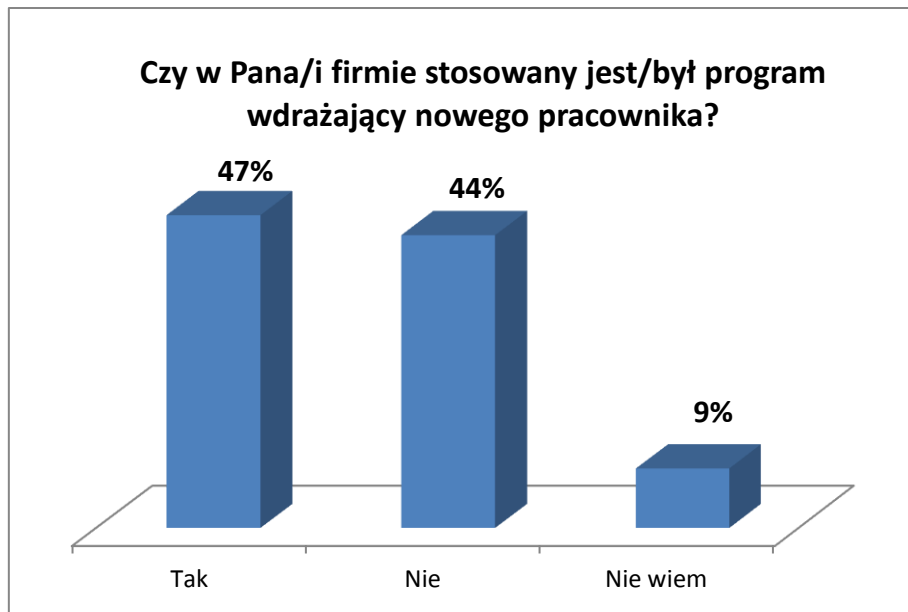
Przeważająca większość respondentów oceniła atmosferę w swojej pracy jako zdecydowanie dobrą (41%) lub raczej dobrą (43%). Tylko co szósty uczestnik badania miał inne zdanie na temat atmosfery w swojej pracy.

Przejawem funkcjonowania kultury organizacyjnej w firmie może być obowiązek noszenia przez pracowników odzieży firmowej lub firmowego symbolu na ubraniu. Zadaliśmy naszym klientom pytanie, czy w ich firmie jest lub był taki zwyczaj.



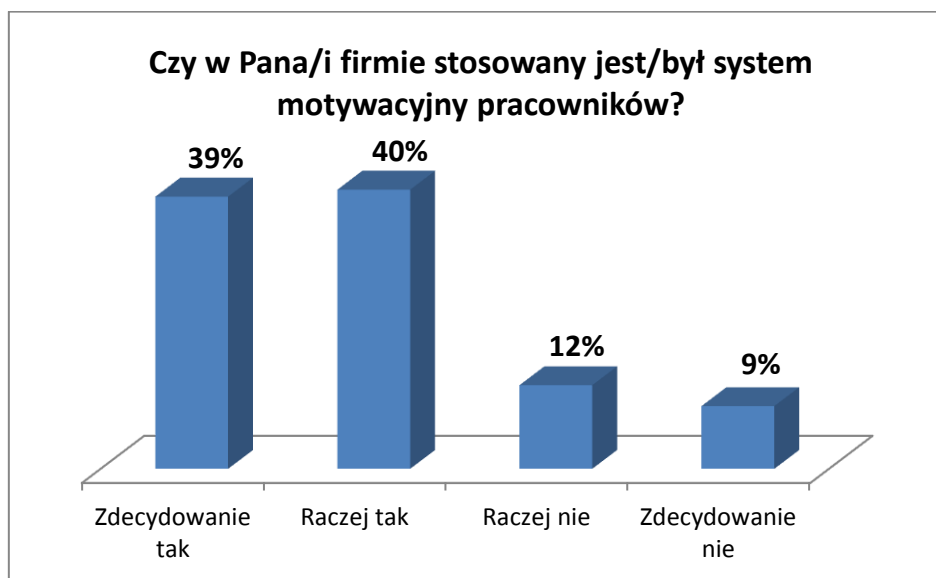
Okazało się, że w firmach prawie 60% badanych osób nie istniał zwyczaj noszenia znaków firmowych na ubraniu. Taka praktykę stosowano w firmach około 40% respondentów.

Innym z aspektów kultury organizacyjnej jest stosowanie regulaminowych zasad i procedur. Zapytaliśmy naszych respondentów o program wdrażania nowych pracowników w ich firmie.



Istnienie programu wdrażania nowego pracownika w swoich firmach potwierdziło 47% respondentów, a w firmach 44% respondentów nie stosowano takiego programu. Co dziesiąta osoba nie miała wiedzy na ten temat.

Następnym zagadnieniem, o które pytaliśmy, był system motywacyjny pracowników w postaci nagród, premii itp.



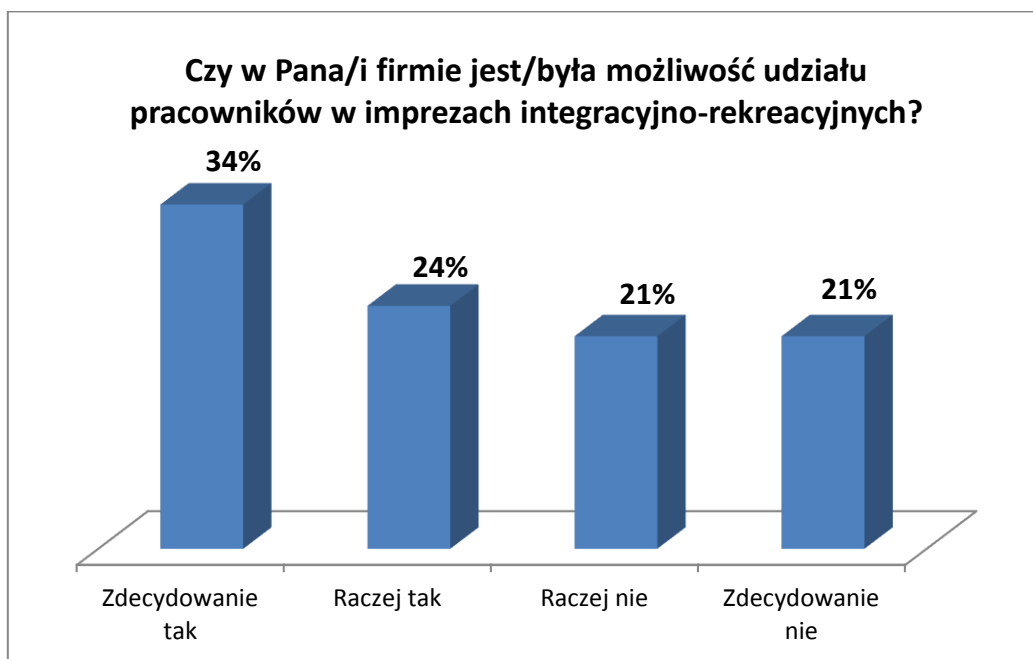
Prawie 80% uczestników badania deklaruje, że w ich firmach taki system motywacyjny był stosowany. W jednej piątej firm taki system nie funkcjonował.

Osoby, które na początku badania wykazały się znajomością pojęcia kultury organizacyjnej, zapytaliśmy, czy ich zdaniem kultura organizacyjna danej firmy ma wpływ na lojalność i zaangażowanie pracowników.



Wszyscy zapytani udzielili odpowiedzi twierdzącej, w tym ponad dwie trzecie sądzi, że kultura organizacyjna zdecydowanie ma wpływ na lojalność i zaangażowanie pracowników.

Ponieważ klimat firmy tworzy się nie tylko w podczas pracy, lecz także podczas wspólnego spędzania czasu poza pracą, zapytaliśmy naszych respondentów o imprezy integracyjno-rekreacyjne.



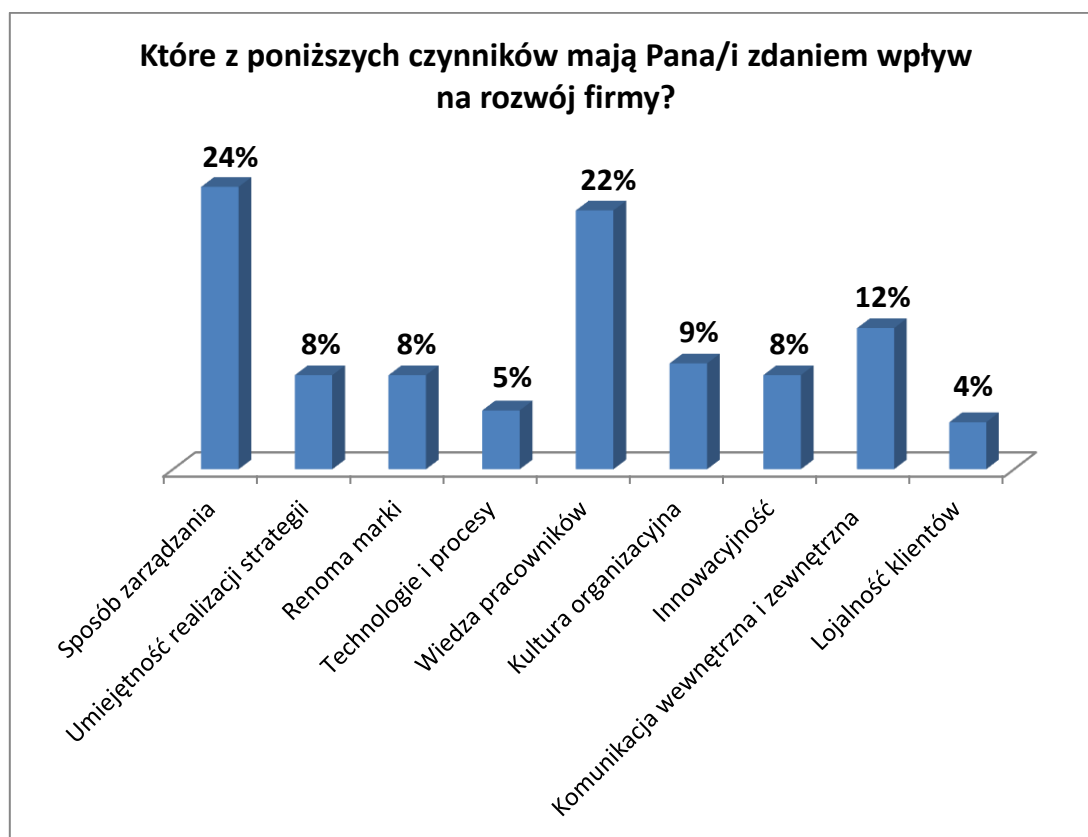
Okazało się, że około 60% osób pracowało w firmach, w których były organizowane takie imprezy. Ponad 40% badanych nie miało jednak możliwości brania udziału w spotkaniach integracyjnych.

Każde miejsce pracy składa się przede wszystkim z ludzi, dlatego poprosiliśmy respondentów o wyrażenie swojego zdania na temat tego, czy dobór pracownika do pracy powinien być podyktowany kulturą organizacyjną firmy.



Ponad 70% zapytanych sądzi, że kultura organizacyjna firmy jest kryterium, którym trzeba się kierować przy wyborze nowego pracownika. Zaledwie 13% uważa, że dobór kandydata nie musi być podyktowany kulturą organizacyjną firmy, a co szósta osoba uznała, że nie ma to znaczenia.

Z upływem czasu każda firma się zmienia. Zadaliśmy respondentom pytanie, jakie czynniki, ich zdaniem, mają największy wpływ na rozwój firmy. Z listy propozycji można było wybrać maksymalnie trzy odpowiedzi.



Blisko jedna czwarta uczestników badania wskazała na sposób zarządzania firmą jako czynnik w największej mierze przyczyniający się do rozwoju firmy. Na drugim miejscu znalazła się odpowiedź dotycząca wiedzy pracowników (22%). Co ósmy respondent zwraca uwagę na komunikację wewnętrzną i zewnętrzną. Będąca przedmiotem badania kultura organizacyjna znalazła się na czwartym miejscu – taką odpowiedź wybrało 9% osób. Taką samą liczbę wskazań miały takie czynniki, jak umiejętność realizacji strategii, renoma marki oraz innowacyjność. Najmniej popularne okazały się odpowiedzi „technologie i procesy” oraz „lojalność klientów”, które wybrało odpowiednio 5% i 4% uczestników badania.

Podsumowanie

Z badania wynika, że chociaż duża część respondentów nie zna samego pojęcia kultury organizacyjnej, to dostrzega jej elementy w funkcjonowaniu swoich firm. Respondenci zdają sobie sprawę z istnienia aspektów strategicznych, jak misja i cele działania, choć nie zawsze łatwo im było dokładnie je określić. Bardziej konkretne przejawy kultury organizacyjnej, np. system nagród i premii, są już w firmach zauważane. Noszenie stroju firmowego lub symboli firmowych na ubraniu nie jest zbyt powszechne w miejscach pracy naszych respondentów. Nie we wszystkich zakładach ustalono też system wdrażania nowych pracowników. Imprez integracyjnych nie organizuje się w prawie połowie firm. Mimo wszystko przeważająca część respondentów ocenia atmosferę współpracy w swoich firmach jako dobrą. Uczestnicy badania uznają, że kultura organizacyjna ma wpływ na lojalność pracowników, a kandydatów do pracy powinno dobierać się, mając na względzie politykę firmy. Jednocześnie jako czynniki mające największy wpływ na rozwój firmy wskazywano elementy związane z zarządzaniem i wiedzą pracowników. Wygląda na to, że ściśle określona i sztywna wizja kształtu i kierunków działania danej firmy nie jest niezbędna do jej sprawnego funkcjonowania. Wystarczy wprowadzić w życie kilka najważniejszych elementów kultury organizacyjnej na poziomie bieżącej działalności, a pracownicy będą mogli pracować efektywnie. Taki porządek daje osobom zatrudnionym poczucie stabilności i zapewnia lojalność wobec firmy, a na tym pracodawcom powinno zależeć w takim samym stopniu jak pracownikom.

Magdalena Kijowska (**Zielona Linia**)