# 5. Sociální klima

## Atmosféra, podniková (organizační) kultura, kultura a forma mezilidských vztahů

## Hawthornské experimenty – E. Mayo, Human relations

## Determinanty: vnější – společenské, komunitní

##  vnitřní – určující

##  technické – fyzikální faktory, technika, technologie

##  ekonomické – organizace práce, odměňování

##  sociálně psychologické – obsah a nároky pracovních činností, prestiž, sociální politika

## Tvorba sociálního klimatu: záměrné vytváření pracovních podmínek

##  Vývoj sociálního klimatu – potřeba jeho poznávání, analýzy

**Podniková (firemní) kultura**

**3 roviny:** *(Truneček, Management v informační společnosti,1997)*

**Symboly** – viditelné a vědomě ovlivnitelné skutečnosti, které vyjadřují a přesně vystihují podnikové cíle a reprezentují podnikovou kulturu (logo, podnikové barvy, jednotné oblečení, vzájemné oslovování, udělování vyznamenání, oslavy výročí založení firmy nebo jiná výročí, příběhy a vyprávění o podnikových událostech, vytvoření pracovních podmínek na pracovišti, celková estetická úroveň uplatňovaná v podniku atd.)

**Pravidla jednání** - sociální normy a standardy jednání, zásady, pravidla, vyjádření podnikové ideologie apod.

**Základní životní představy** – očekávání zaměstnanců a způsoby jejich motivace, schopnosti a dovednosti

**Tři úrovně podnikové kultury** *(Schein, Psychologie organizace, 1969)*

# **Úrovně:**

# Nadnárodní kultura – industriální (např.euroamerická)

# Národní kultura (např. česká, japonská, italská, německá)

# Kultura vlastní firmy

# Subkultury (např.kultura dělníků, kultura vedení)

# Problémy u zahraničních firem – přebírání firemní kultury bez ohledu na historické a kulturní souvislosti *(„co platí v Kazachstánu, platí i v ČR“)*

# **Znaky silné firemní kultury**

# ***pregnantnost:*** přehledné, jasné a srozumitelné vyjádření toho, které jednání je žádoucí nebo nutné, které je ještě akceptovatelné a které je vyloučené nebo nepřípustné

# ***rozšířenost:*** zaměstnanci jednotlivé prvky firemní kultury přiměřeně znají a s jejich existencí se průběžně setkávají

# ***zakotvenost:*** míra internalizace hodnot, vzorů a norem jednání a míra identifikace zaměstnanců s nimi

**Silná firemní kultura**

* usnadňuje jasný pohled na hospodářskou organizaci, činí ji pro zaměstnance přehlednou a snadno pochopitelnou
* vytváří podmínky pro jednoduchou a jednoznačnou komunikaci; informační cesty jsou otevřené, opírají se o neformální vazby; informace jsou spolehlivě interpretovány
* umožňuje rychlé řídící rozhodování vzhledem k tomu, že převládá všeobecně akceptovaná představa cílů organizace a možnost opírat se o společné hodnoty
* urychluje plynulé zvládání technických inovací (mají všeobecnou podporu)
* snižuje nároky na kontrolu zaměstnanců (vysoký stupeň identifikace s firmou + důrazná neformální sociální kontrola)
* zvyšuje pracovní ochotu a týmového ducha
* zajišťuje stabilitu zaměstnaneckého kolektivu (malá fluktuace)

 ALE

rizika při změně firemní kultury

# Základní okruhy zkoumání sociálního klimatu

## Výběr, příp. nábor nových pracovníků, jejich stabilizace

## Motivace, odměňování, spokojenost s prací

## Horizontální vztahy, pracovní skupiny

## Vertikální vztahy, organizace práce a řízení

## Participace pracovníků, komunikace