КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Гассаб О.В.,
асистент кафедри психології
Національного університету біоресурсів і природокористування України

Організація – це група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети або цілей. Виходячи із даного визначення, маємо можливість розглядати проблематику організацій комплексно від дослідження причин виникнення і організаційного оформлення до побудови ефективних організацій (вибору оптимальних організаційних форм і структур, проведення організаційних змін тощо).

Організація, як специфічне соціальне утворення, наділена певними особливостями. Це форма спільної діяльності людей у виробництві матеріальних благ (товарів) і послуг. Окрім того, кожна організація має певні ознаки. До основних ознак організації належать такі [4]:

- наявність мети;
- замкненість внутрішніх процесів;
- саморегуляція;
- наявність апарату управління;
- організаційна культура.

Організація – це складний організм, основою життєвого потенціалу якого є організаційна культура. Вона не тільки відрізняє одну організацію від іншої, але і зумовлює успіх функціонування та виживання організації в довгостроковій перспективі. Можна сказати, що організаційна культура - це «душа» організації.

Організаційна (корпоративна) культура – це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил її адаптації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників.

Організаційна культура концентрує політику та ідеологію життєдіяльності організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характерис-

тику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи організаційної культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом організації управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників у процесі аналізу виробничих, господарських та соціальних ситуацій.

Корпоративна культура становить основу розвитку будь-якої успішної компанії. Формування корпоративної культури завжди пов'язане з рядом інновацій, спрямованих на досягнення бізнес-цілей і тим самим збереження конкурентоспроможності компанії на ринку.

Організаційна культура підприємства має тісний зв'язок з управлінням персоналом. Кожна функція управління (підбір, мотивація і оцінка роботи персоналу, формування груп) пов’язана із завданням корпоративної культури – надавати працівнику актуальну, повну та прозору інформацію, яка стосується чинних та запланованих заходів підприємства, його місії та стратегій [2].

Корпоративна культура відноситься до глибинної структури організації, яка ґрунтується на цінностях, нормах та установка, які властиві членам організації. Тобто, організаційна культура має справу із абстракціями. Згадані вище цінності, норми та установки можуть бути не визначеними, тобто вони не обговорюються в організації, але вони існують негласно. При цьому всі члени організації дотримуються їх у взаємодії між собою, в першу чергу, по-друге, при взаємодії із партнерами та клієнтами. Можемо зробити висновок, що організаційна культура впливає на поведінку людей в організації, а, інколи, цінності та установки, які співробітник приймає в організації, переносить їх у своє життя – інтериорізує. Наприклад, компанія має корпоративну традицію відвідувати та допомагати дитячим будинкам, чи притулкам із бездомними тваринами, і людина починає цим займатися не тільки у рамках корпоративного життя, а і приватного, долучаючи до цієї ініціативи і своє оточення [1].

Будь яка організація складається з груп – колективів, команд кожен окремий колектив - із двох і більше осіб (працівників). Номінально, не зважаючи на посаду, і керівник, і рядовий співробітник, в ідеалі, мають нести та декларувати однакові (аналогічні) корпоративні цінності. При цьому, функція працівників організації буде абсолютно різною, в залежності від посади та кола обов’язків. Варто зазначити, що у малих організаціях, дуже часто структурну частину завдань і обов’язків покладено на одного працівника, наприклад, єдиний бухгалтер, або спеціаліст відділу кадрів із функцією підбору персоналу, маркетолог. Такі штатні одиниці утворюють колектив зі своїм безпосереднім керівником, дуже часто це є безпосередній керівник компанії – директор [3].

Одним із ключових елементів корпоративної культури є принципи роботи організації. Сюди відносять: графік роботи, можливі причини відсутності та спізнень, технічні та обідні перерви, наднормову працю, святкові дні, корпоративні свята, відпустку, тимчасову непрацездатність, зовнішній вигляд і поведінку, куріння та спиртні напої, правила поведінки в приміщеннях, дисциплінарну відповідальність за документи та інформацію, матеріальну відповідальність, політику у разі утисків наробочому місці, вирішення трудових спорів, особові справи працівників, загальні збори, обладнання та транспорт, використання комп'ютерів та електронної пошти,

службові витрати, взаємовідносини працівників між собою та клієнтами. Варто зазначити, що будь-яка організація обов'язково має своє фізичне представництво, тобто офіс, навіть якщо це компанія, де співробітники працюють лише віддалено (наприклад, компанії сфери мережевого маркетингу, або більшість сучасних IT-компаній). При укладанні трудового договору із компанією, кожен співробітник зобов'язаний пройти ряд інструктажів ще до моменту початку знайомства із корпоративною культурою компанії.

Задача організації відповідно до корпоративної культури забезпечити працівникові не тільки умови для виконання професійних задач і можливості для професійного розвитку, а й усі умови для безпечного виконання своїх обов'язків. Тобто, працівникові має бути надане відповідне до його професійних задач робоче місце, а також необхідні технічні засоби.

Робоче місце має бути безпечним, кожен працівник має володіти інформацією стосовно того, куди необхідно йому звернутися у разі виникнення певних технічних проблем, або питань, пов'язаних із форс-мажорними ситуаціями. Окрім того, компанія зобов'язана надати можливість для отримання медичної допомоги, або консультацій своїм співробітникам у робочий час. Адже, більшість компаній працюють із восьмигодинним робочим графіком, а, отже, це означає, що велику частину свого часу працівники проводять саме на робочому місці, або виконуючи робочі доручення. Наприклад, для реалізації можливості отримання невідкладної медичної допомоги більшість організацій в рамках власної корпоративної культури організовують присутність лікаря в офісі, або кожен співробітник має можливість отримати медичну допомогу маючи комерційне медичне страхування. Тобто компанія з метою турботи про персонал має укладений договір із страховою компанією. Окрім того, кожен співробітник при виході на роботі, а потім протягом робочого періоду проходить інструктаж та повторний інструктаж з техніки безпеки, які мають на меті ознайомити та навчити поводитись у робочому приміщені у разі виникнення нештатних ситуацій, з метою збереження життя та здоров'я працівників.

Підсумуємо, що корпоративна культура організації – це не просто сукупність цінностей, правил та особливостей функціонування організації, а й інструмент, який допомагає зберегти життя та здоров'я персоналу і в нештатних ситуаціях.

Список використаних джерел:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд./ Пер. с англ. Под ред. С. К. Мордовина. Санкт-Петербург: Питер, 2010. 848с.

2. Теорія організації :навч. посіб. / О. М. Марченко, Л. М. Томаневич; Львів. держ. ун-т внутр. справ. Львів : ЛьвДУВС, 2015. 359 с.

3. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера Київ: Знання, 2005. 442с. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 336 с.