

Мищенко Анна Алексеевна

аспирант

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный

университет им. Г.Р. Державина»

г. Тамбов, Тамбовская область

РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ: ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ, ИНФОРМАЦИОННЫЙ И МЕНТАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

***Аннотация:** в статье рассматривается феномен оргкультуры предприятия, в частности ее эмоциональный, информационный и ментальный аспект. Анализируются ситуации использования эмоционального ресурса в рамках оргкультуры предприятия.*

***Ключевые слова:** организационная культура, эмоции, эмоциональный репертуар, культурная прослойка.*

Культурная «прослойка» на предприятии – это некоторая погрешность при организационном моделировании, которая в одном случае приводит к синергии, а в другом становится сильным противодействующим звеном. Никто не сможет заставить сотрудника выполнить работу выше положенного норматива, кроме него самого. Прилагая усилия к тому, чтобы сделать сотрудника «счастливым» в организационном понимании, компания приближает его к максимальной реализации собственных способностей и ресурсов в достижении поставленных задач. По подсчетам аналитиков только 60% персонала работают с энтузиазмом, прилагая сверхусилия. В зарубежных же компаниях этот показатель превышает 80% [1, с. 155].

Для использования эмоционального потенциала не обязательно во всем стремиться к генерации эмоции радости, счастья сотрудников. Эмоциональный ресурс организационной культуры заключается не в культивировании строго одного класса эмоций, а в их логической оценке и правильном использовании в рабочем процессе. Важна золотая середина в стратегии использования эмоционального репертуара (табл. 1).

Ресурс основных классов эмоций в организационной культуре

<i>Класс эмоций</i>	<i>Ситуации использования эмоционального ресурса</i>
Страх (направление «от»)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ возможных рисков и последствий 2. Работа по администрированию важных организационных мероприятий, где требуется все учесть и детально продумать несколько планов / сценариев на экстренный случай 3. В ситуациях, требующих максимальной концентрации: в подготовке к презентации, выступлению 4. В переговорных процедурах с новым партнером или в условиях резко изменившихся обстоятельств (обсуждение позиций, подписание договора, протокола о намерениях) 5. При проработке юридического подкрепления важных проектов, инициатив
Гнев (направление «к»)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Достижение организационных целей в условиях цейтнота и давления внешних конкурентов 2. Реализация амбициозных задач 3. Защита корпоративных интересов 4. Отстаивание объективно-справедливой личной позиции и интересов 5. Убеждение и продвижение перспективных идей и инициатив
Печаль (направление «внутри»)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналитическая деятельность: составление отчетов, аналитических записок 2. В ситуации недопустимости импульсивных решений 3. Подготовка к текущим организационным совещаниям 4. Когда требуется глубокий анализ проблемы без сжатых сроков 5. В ситуациях, где требуется действовать медленно и обдуманно
Радость (направление «параллельно»)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Креативная, творческая работа 2. Стратегическое мышление, видение ситуации в целом 3. Взаимодействие с клиентом, контрагентами 4. Выступления, защита проектов, мотивирующая речь 5. Корпоратив, праздник

Конкурентоспособный продукт предприятия в будущем представляет собой опционально настраиваемую открытую систему, интегрированную с виртуальной и информационной оболочкой. Такой продукт может появиться только в соответствующей среде с высокой информационной культурой. Конечный товар все больше из материализованной формы трансформируется в гибридную, обрастает сервисами и неосязаемыми атрибутами. По сути, именно информационная составляющая начинает вносить существенный вклад в структуру добавленной стоимости продукта. Программная среда, информационная поддержка, виртуальные сервисы, круглосуточные консультации и обслуживание добавляют больше потребительской ценности продукту, нежели он сам по себе.

Ментальная карта российского человека скрывает большие резервы. В условиях выраженных четырех времен года русский этнос привык адаптироваться и выстраивать более гибкие поведенческие практики, проявлять изобретательность и находчивость. Для предприятия это может выступать фундаментальным источником идей и организационных решений при правильном позиционировании управленческого начала. Использование ментального ресурса организационной культуры опирается на постоянную работу в области построения эффективной системы мотивации и стимулирования персонала, развития деловой внутренней культуры и внутренних коммуникаций.

Еще одной реперной точкой корреляции культурных и экономических переменных является язык. Он относится к таким культурным предикторам экономического поведения, который не просто формирует базу для выражения того, о чем думает человек, но и в некоторой степени создает механику того, как думает человек и выстраивает собственное целеполагание. Культурная неоднородность в стране может быть источником инновационных решений и повышения производительности труда. Команды или группы, состоящие из людей разной культурной принадлежности, составляют сердце процесса глобализации.

Список литературы

1. Грошев И.В. Организационная культура: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент, по экономическим специальностям / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 535 с.