

Тухфетуллова Милена Руслановна

студентка

Гарипова Динара Эдуардовна

студентка

Научный руководитель

Галеев Зуфар Гумарович

канд. экон. наук, доцент

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНО ОВО ЦРФ «Российский университет кооперации»

г. Казань, Республика Татарстан

КОРПОРАТИВНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

Аннотация: статья посвящена актуальной теме роли современных технологий социальных сетей и их эффективному применению в деятельности компаний. Авторы также акцентируют внимание на определении роли и создании сообществ практики и оценке их деятельности.

Ключевые слова: социальная сеть, сообщество практики, коллективная работа, современные технологии.

Известно, что одной из ключевых целей в любом коммерческом предприятии является создание высокоорганизованной команды сотрудников или коллектива. Поскольку не вызывает сомнения то, что участники подобной команды готовы на высоком уровне разрешать производственные вопросы и проекты. В этом плане отметим, что наиболее простым, ясным и комфортным средством внутренней и внешней коммуникации становятся цифровые технологии и общественные коммуникативные сети.

Это и понятно. Поскольку интерактивные социальные сети имеют значимую роль. Они предоставляют человеку право организовывать свои аккаунты и с помощью них коммуницировать с другими людьми, то есть с сотрудниками и потребителями.

В эпоху тотальной компьютеризации и цифровых технологий не вызывает сомнения, что Интернет облегчает нашу частную и производственную жизнь. Делает её комфортнее. Можно однозначно утверждать, что уже во всех производственных компаниях развитых и развивающихся стран, сотрудники осуществляют коммуникацию в социальных сетях. В связи с этим, появилась актуальная потребность – обеспечить среди сотрудников компаний создание эффективной и адаптивной системы внутриорганизационной и меж организационной коммуникации. Или иначе такой плотной коммуникативной среды, которая способствовала бы повышению уровня и качества коммуникативного общения. Незаменимым и оптимальным инструментом в этом деле, как известно, стала корпоративная социальная сеть.

Что же из себя представляет корпоративная социальная сеть? Это есть не что иное, как аналог общественной сети с её наличным функционалом. Она создаётся и используется для удовлетворения бизнес-потребностей. Это профессиональная социальная сеть, ставящая и решающая вопросы оптимальной организации и оперативного сопровождения дел компании.

В чём же может состоять роль и значение корпоративной (кооперативной) коммуникационной социальной сети? В первую очередь в том, что она обеспечивает рост и развитие кадрового потенциала.

Во-вторых, она обеспечивает снижение риска случайного попадания конфиденциальности предприятия в Сеть.

В-третьих, уменьшает накладные расходы на поездки в компанию

В-четвертых, обеспечивает использование общей базы знаний.

В-пятых, расширяет возможности коллективного обсуждения задач

Так, сравнительные исследования выявляют и определяют особенности классического корпоративного портала и корпоративной социальной сети и различия между ними. Если резюмировать их, то их можно свести к следующему. В классическом корпоративном портале возможно опубликовать исключительно только тот материал, который утвержден наставниками в отличие от более гибкой корпоративной социальной сети, в которой увеличивается степень

внешней воли сотрудников, что и повышает доверие к ним и расширяет их возможности, то есть повышает степень их внешней свободы в деятельности компании. Следовательно, увеличивается действенность и результативность производства. Повышается его КПД.

Таким образом, корпоративная социальная сеть презентует собой условное (виртуальное) пространство ради продуктивного взаимодействия сотрудников, что резервирует время для поиска контактов и документов. К тому же, повышаются шансы предотвращения утечки документов, реализуется более полное общения с сотрудниками, получение более оперативный и адекватный отклик на свежие мысли по оптимизации корпоративной деятельности.

Таким образом обеспечивается и реализуется особенная заинтересованность, вероятность выработки внутрикорпоративной социальной сети компании сотрудников, действующих над одним планом или задачей. Что и основывает такие группы, как сообщества практики.

Эти сообщества практики определяют, как сеть людей с общими целями. Их консолидирует устремленность к командной работе, а также к общему применению знаний. В этом смысле, Этьен Венгер был первым, кто употребил понятие «сообщества практики». Он понимает его как «группы людей, разделяющих заинтересованность, ряд проблем или увлечения по определенной теме и на постоянном основании углубляющих знания и экспертизу взаимодействием» [1].

Данные сообщества, как показывают практика поддерживаются менеджерами по знаниям. Отмечают следующие значимые задачи:

- передача и распространение навыков и имеющейся практики для развития, деления и ведения познаниями специалистов;
- исследование решений на возникающие вопросы и сложные ситуации;
- изучение и заблаговременное обнаружения вероятных угроз;
- обеспечение средств передачи культурных перемен.

Сообщества практики предоставляют персональные привилегии для участников групп:

- гарантируют наличие доступа к помощи критиков;

- доказывают или опровергают личные знания;
- содействуют усовершенствованию высококлассного статуса.

Таким образом, корпоративные социальные сети в деятельности компаний улучшают работоспособность предприятий, развивают кадры, способствуют меньшей утечке информации внутри компании и в целом улучшают межличностные отношения сотрудников, облегчая их рабочее время.

Список литературы

1. Ахметова С.Г. Корпоративные социальные сети в деятельности компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnye-sotsialnye-seti-v-deyatelnosti-kompaniy/viewer>

2. Создание успешной корпоративной социальной сети (ESN). Как разработать ESN, которую полюбит вся компания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atlassian.com/ru/work-management/social-intranet/enterprise-social-network>