

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ЗНАНИЕОРИЕНТИРОВАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

Данилов А.Д.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники
(61166, Харьков, пр. Ленина, 14, каф. Социальной информатики)
E-mail: Skil06@ukr.net, тел. 0934930997

Current research is devoted to the study of issues of modern organization management principles implementation through the application of knowledge-oriented methods and technologies. The abstract represents actuality of application of the relevant knowledge-oriented social networking in Internet for the formation of corporate culture in the organization. Application of the research results will improve the competitiveness of the organization and ensure its sustainable development.

К особенностям современного развития украинского общества можно отнести переход от традиционного командного управления организацией (управление без ориентации на особенности сотрудников) к современной знаниеориентированной организации, в которой существенное место занимают вопросы корпоративной культуры и мотивации сотрудников.

Развитие корпоративной культуры позволяет организации сформировать круг традиций и взаимоотношений внутри коллектива, который позволит создать эффективно функционирующую систему, которая будет минимально подвержена внешнему влиянию и будет направлена на достижения наилучшего результата. Эффективно сформированная корпоративная культура позволяет обеспечить устойчивое развитие организации за счет формирования системы мотивации сотрудников и их приверженности интересам компании, что позволяет использовать эффект синергии для достижения более высоких результатов и повышения конкурентоспособности организации.

Для формирования корпоративной культуры необходимо использовать современные информационно-коммуникативные методы и технологии, которые позволят сформировать эффективную систему отношений между сотрудниками.

Одним из наиболее эффективных современных инструментов для формирования системы социальных отношений между сотрудниками являются социальные сети в Интернете. Для успешного внедрения и использования социальных сетей в Интернете необходимо выполнение набора требований, наиболее важным из которых является ориентация на пользователя. Для решения этой проблемы целесообразно использовать метод системологического классификационного анализа, который позволяет разработать меню социальной сети в Интернете оптимально

адаптированное под потребности пользователя и ориентированное на конкретную предметную область [1].

Использование знаниеориентированных социальных сетей в Интернете при формировании корпоративной культуры обладает рядом преимуществ:

- адаптация людей пожилого возраста к использованию современных средств коммуникаций для передачи и обмена знаниями;
- являясь участником корпоративной социальной сети или группы в социальной сети, человек подсознательно относит себя к членам сообщества и ассоциирует участников группы, как "своих", благодаря чему сотрудник будет инстинктивно отстаивать интересы группы при общении с другими людьми, не состоящими в группе – "чужим";
- использование меню, ориентированного на пользователя позволяет упростить процесс адаптации участников;
- отсутствие "видимых" статусных различий между участниками, которое позволяет генерировать идеи и сотрудничать без ориентации на "регалии" и социальный статус сотрудников;
- оптимизация использования рабочего времени сотрудников при обмене идеями, консультациях и проведении совещаний;
- видимые результаты использования синергии работы группы для мотивации сотрудничества при выполнении заданий;
- открытость решений руководства и возможность их открытого обсуждения, что позволяет создать эффект причастности и ощущение важности мнения всех сотрудников при принятии решений в компании;
- наличие видимых атрибутов принадлежности к команде (организации, отделу, корпорации и т.д.);
- возможность мгновенного поощрения сотрудников (будет заметно всем участникам сети) и внедрения системы статусов (поощрений) за активность и эффективность деятельности в социальной сети;
- создание заинтересованности участников в работе компании за счет распространения актуальных новостей;
- возможность создания новых коммуникативных связей внутри организации.

Использования социальных сетей в Интернете для формирования и внедрения корпоративной культуры позволяет значительно повысить эффективность работы сотрудников и устойчивость развития организации.

Список источников:

1. Kateryna Solovyova Knowledge Management Toolset Analysis for Learning Organizations / Kateryna Solovyova, Andrey Danilov, Yuliia Panasovska, Kobrin Maksim // International Journal "Information Content and Processing" – 2014. – Volume 1 Number 4 p. 351 – 359 (Болгария).