

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Абдуллаева Одинахон Гайратжон кизи

Ташкентский государственный экономический университет

Магистрант кафедры «Инновационный менеджмент»

odinamirjalolova06062003@gmail.com

+998909554118

Аннотация. В данной статье анализируется роль и значение социальных технологий в повышении эффективности управления современными организациями. Рассматриваются теоретические и практические основы внедрения таких социально-технологических подходов, как корпоративные социальные сети, системы управления знаниями, теория социального капитала и платформы организационного сотрудничества. Кроме того, разработаны практические рекомендации по формированию организационной культуры, усилению вовлечённости сотрудников и развитию инновационного потенциала посредством социальных технологий в цифровой среде.

Ключевые слова: социальные технологии, корпоративные социальные сети, управление знаниями, организационный капитал, цифровое сотрудничество, управленческие инновации, организационная культура.

Введение. В условиях глобализации и перехода к цифровой экономике технологии, основанные на человеческих взаимоотношениях, коллективных знаниях и социальном взаимодействии, приобретают всё большее значение в управлении организациями. На фоне всё более очевидных ограничений традиционных иерархических структур управления корпоративные социальные сети, платформы для обмена знаниями внутри коллектива и механизмы сотрудничества, опирающиеся на социальный капитал, становятся современными инструментами повышения организационной эффективности (McAfee, 2009). В Узбекистане в рамках стратегии “Цифровой Узбекистан 2030” внедрение цифровых и социальных технологий в государственных и частных организациях стало приоритетным направлением государственной политики, превратив обновление управленческой практики в актуальную научно-прикладную задачу.

Основная часть. Первое и главное направление в современном управлении внедрение корпоративных социальных сетей (Enterprise Social Networks, ESN) внутри организации. Согласно концепции “Enterprise 2.0”, разработанной А. Макафи, корпоративные социальные платформы (Slack, Microsoft Teams, Yammer и другие) обеспечивают свободный обмен информацией между сотрудниками, горизонтальную коммуникацию и многофункциональное сотрудничество (McAfee, 2009). Исследования показывают, что в организациях, успешно внедривших ESN, эффективность внутренних коммуникаций значительно возрастает, иерархические барьеры снижаются и формируется благоприятная среда для генерирования новых идей. С точки зрения управления руководитель должен демонстрировать прозрачное лидерство на этих платформах, активизировать дискуссии и институционализировать участие сотрудников в процессах принятия решений. Второе направление размещение систем управления знаниями (Knowledge Management Systems, KMS) в центре организационной стратегии. Согласно

Index: [google scholar](#), [research gate](#), [research bib](#), [zenodo](#), [open aire](#).

https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&q=wosjournals.com&btnG

<https://www.researchgate.net/search/publication?q=worldly%20knowledge>

<https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/3060-4923>

теории «организации, создающей знания» И. Нонаки и Х. Такеути, непрерывное развитие организации обусловлено постоянным циклом обмена между неявными и явными знаниями сотрудников моделью SECI (Socialization, Externalization, Combination, Internalization) (Nonaka & Takeuchi, 1995). При внедрении систем управления знаниями организация превращает накопленный за многие годы опыт и компетенции в институциональную память, предотвращает потери знаний вследствие текучести кадров и ускоряет адаптацию новых сотрудников. На практике это реализуется в виде вики-баз, экспертных систем, внутренних учебных порталов и профессиональных учебных сообществ (Communities of Practice).

Третье важное направление применение теории социального капитала в управленческой практике. Согласно классическому исследованию Р. Патнэма по социальному капиталу, отношения доверия внутри и за пределами организации, нормы сотрудничества и информационная сеть являются факторами, непосредственно определяющими организационные результаты (Putnam, 2000). Для руководителя это означает, что создание атмосферы доверия между сотрудниками не только этическая, но и экономическая необходимость: в организациях с высоким социальным капиталом снижаются транзакционные издержки, ускоряется принятие решений и возрастает способность адаптироваться к кризисам. Для формирования такой среды руководитель должен обеспечивать сплочённость коллектива на основе общих целей, уделять внимание качеству коммуникации между сотрудниками и институционализировать справедливые процессы принятия решений.

Четвёртое направление целенаправленное формирование организационной культуры посредством социальных технологий. Согласно модели организационной культуры Э. Шейна, в любой организации действует трёхуровневая культура видимые артефакты, декларируемые ценности и базовые предположения (Schein, 2010). Социальные технологии позволяют воздействовать на все эти уровни: через цифровые корпоративные каналы коммуникации транслировать ценности широкой аудитории, обогащать артефакты с помощью методов сторителлинга и геймификации, а через обеспечение психологической безопасности изменять базовые предположения в прогрессивном направлении. Особенно в командах, работающих в дистанционном и гибридном форматах, социальные технологии становятся единственным эффективным инструментом сохранения чувства единства.

Пятое направление интеграция внутренней и внешней экосистемы организаций посредством платформ цифрового сотрудничества. Как показано в исследовании Д. Тапскотта и Э. Уильямса «Викиномика», организации, функционирующие на принципах массового сотрудничества, создают инновации быстрее конкурентов, совместно с потребителями совершенствуют качество услуг и продуктов и повышают свою адаптивность к изменениям рынка (Tapscott & Williams, 2006). В этом направлении руководитель организации должен определить модели производства, основанные на сотрудничестве (co-creation), в качестве стратегического приоритета и наладить постоянный диалог с внешними партнёрами, клиентами и поставщиками через цифровые платформы.

Заключение. В управлении современными организациями социальные технологии превращаются из простого инструмента в стратегический ресурс. Последовательное и системное внедрение пяти направлений корпоративных социальных сетей, систем

Index: [google scholar](#), [research gate](#), [research bib](#), [zenodo](#), [open aire](#).

https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&q=wosjournals.com&btnG

<https://www.researchgate.net/search/publication?q=worldly%20knowledge>

<https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/3060-4923>

управления знаниями, социального капитала, организационной культуры и платформ цифрового сотрудничества повышает не только операционную эффективность организации, но и её человеческий потенциал, инновационные возможности и устойчивость на рынке. Для организаций Узбекистана это направление особенно актуально: достижение целей стратегии «Цифровой Узбекистан — 2030» возможно не посредством чисто технологических инвестиций, а через комплексные управленческие преобразования, изменяющие людей и процессы с помощью социальных технологий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
2. McAfee, A. (2009). *Enterprise 2.0: New Collaborative Tools for Your Organization's Toughest Challenges*. Harvard Business Press.
3. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
4. Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
5. Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
6. Tapscott, D., & Williams, A. D. (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Portfolio.
7. Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press.
8. Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-60 от 28 января 2022 года «Об утверждении Стратегии “Узбекистан — 2030”».
9. Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-6079 от 5 октября 2020 года «О мерах по дальнейшему развитию в Республике Узбекистан сферы информационных технологий и коммуникаций».
10. Стратегия “Цифровой Узбекистан 2030” (2020). Документы Кабинета Министров Республики Узбекистан.