

Streszczenie

Niniejsza praca ma na celu konceptualizację zjawiska e-kultury, opracowanie modelu e-kultury oraz analizę zależności pomiędzy wirtualnością a e-kulturą. Praktycznym celem pracy jest opracowanie narzędzia pomiarowego do diagnozy e-kultury oraz przedstawienie wskazówek dotyczących praktyk zarządzania kapitałem ludzkim w e-kulturze.

Badania zostały poprzedzone analizą literatury przedmiotu z zakresu nauk o zarządzaniu. Przedstawiono koncepcję wirtualności organizacji (część pierwsza), jak również dotychczasowe badania nad zjawiskiem e-kultury (część druga).

W ramach pracy, w celu analizy e-kultury przeprowadzone zostały badania empiryczne: badania ilościowe (część czwarta) oraz jakościowe (część piąta) na próbie dziewięćdziesięciu dwóch organizacji IT działających w Polsce. W wyniku przeprowadzenia eksploracyjnej analizy czynnikowej opracowany został empiryczny model e-kultury oraz wyodrębniono siedem wymiarów e-kultury: współpraca zespołowa, płynna struktura, poczucie wspólnoty, komunikacja, kreatywne przywództwo, bezpośrednie relacje i orientacja strategiczna. Zweryfikowano też związki pomiędzy wirtualnością a e-kulturą. Metody wnioskowania statystycznego pozwoliły także opisać powiązania wirtualności z poszczególnymi wymiarami e-kultury. W rezultacie scharakteryzowano procesy dotyczące kulturowych aspektów funkcjonowania organizacji wirtualnej.

Badania jakościowe służyły zobrazowaniu i dogłębnej analizie e-kultury. Na ich podstawie opracowano wskazówki i zalecenia odnoszące się do wdrażania i umacniania e-kultury w organizacji. Opisano również narzędzia i praktyki dotyczące zarządzania kapitałem ludzkim w e-kulturze.

Podsumowując, na podstawie badań przeprowadzonych w ramach pracy scharakteryzowano zjawisko e-kultury w organizacjach IT działających w Polsce, zweryfikowano powiązania wirtualności z e-kulturą, jak również opracowano zalecenia aplikacyjne dla przedsiębiorstw opisujące sposoby zarządzania e-kulturą w organizacji.

Abstract

The aim of this desideration is to characterize the phenomenon of e-culture, to create the model of e-culture and to analyze how e-culture dependon virtuality. The practical goal of the desideration is to create a tool to measure e-culture and to put forward guidelines how to manage human capital in e-culture.

The research is based on a theoretical analysis of the existing framework in the literature regarding the following topics: the virtual organizations (part one), and e-culture (part two). In order to determine the characteristics of e-culture, there were conducted both quantitative research (part four) and qualitative research (part five) on a sample that consisted of 92 IT organizations with operations in Poland.

As a result of factor analysis the empirical model of e-culture was established. The main seven dimensions of e-culture were defined: team cooperation, fluctuating structure, community, communication, creative leadership, direct relation and strategic orientation. The links between virtuality and e-culture were diagnosed. The statistic research analyzes the impact virtuality has on each of the e-culture's dimensions. Based on conducted research the core processes regarding cultural characteristics of virtual organization were described.

Qualitative research helps to understand, illustrate and investigate the practical elements of e-culture. As a result, precise advice and suggestions were prepared for organizations which implements virtuality. Human capital management tools and methods were presented.

Summarizing, based on the conducted research on a population of IT companies that operates in Poland, the e-culture was characterized and the connection between virtuality and e-culture was diagnosed and practical advices for enterprises on how to manage e-culture were presented.