

РОЛЬ WEB-КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Ілляшенко С.М., д.е.н., проф., **Шипуліна Ю.С.**, к.е.н., доц.
Сумський державний університет (м. Суми, Україна)

Использование интернет-технологий открывает колоссальные возможности для бизнеса, уравнивая шансы на рыночный успех малых и больших предприятий. Однако, далеко не все организации, даже имея технические и финансовые возможности, эффективно используют интернет-технологии в своей деятельности. Они упускают такой важный аспект эффективной деятельности в виртуальном пространстве как формирование и развитие WEB-культуры (интернет-культуры), которая обеспечивает восприятие персоналом интернет-технологий, готовность и способность воспринимать, разрабатывать (хотя это и не является обязательным), а также использовать их в различных аспектах деятельности: собственной, подразделения, организации в целом.

В настоящее время WEB-культура рассматривается как различные аспекты общения в среде интернет. При этом практически никто в явном виде не рассматривает ее как составляющую корпоративной культуры организации, которая определяет специфику деятельности в виртуальной среде. А это не позволяет целенаправленно анализировать и развивать WEB-культуру как мотивационно-поведенчески-культурный механизм активизации деятельности организации в интернет-пространстве.

WEB-культуру организации следует рассматривать как составляющую инновационной культуры [5], которая, в свою очередь, входит как составляющая в корпоративную культуру организации

WEB-культура организации представляет собой совокупность знаний, умений, опыта, убеждений, особенностей поведения и взаимоотношений персонала, мотивации их поведения, организации деятельности и управления, которые определяют характер и степень восприятия отдельными членами коллектива, подразделениями, организацией в целом интернет-технологий, готовность и способность эффективно использовать их в различных аспектах производственно-сбытовой и иной деятельности, переносить свою деятельность (полностью, или частично) в интернет-пространство с целью получения экономической, или иной выгоды.

Для оценки уровня WEB-культуры организации целесообразно использовать показатели, которые характеризуют ее составляющие.

Расширение использования WEB-технологий и формирование WEB-культуры наиболее быстрыми темпами происходит в высокотехнологических отраслях. Одной из отраслей, в которых активно идет формирование WEB-культуры организаций является сфера высшего образования и науки.

Активизация деятельности ВУЗа в виртуальном пространстве позволяет обеспечить эффективную коммуникацию с целевыми аудиториями, работодателями, коллегами, широкой общественностью) [6]; оперативно реагировать на изменение конъюнктуры рынка; продвигать образовательные услуги и научные разработки на национальном и мировом рынках; участвовать в различных мировых рейтингах, повышая тем самым свой имидж и т.п.

На примере анализа бизнес-школы, которая создана на базе ФЕМ СумГУ, были выявлены показатели, которые оказывают наибольшее влияние на ее развитие. К ним относятся: знания, умения и опыт персонала; переподготовка и повышение квалификации персонала; организация сотрудников; мотивация; ведение образовательной и научной деятельности в виртуальном пространстве.

По результатам экспертной факторной оценки WEB-культуры кафедры МУИД ФЭМ СумДУ. Интегральная (средневзвешенная) оценка WEB-культуры кафедры $O_{инт.} = 7,2$, что соответствует лучшим в Украине образцам. Мероприятия по развитию WEB-культуры должны быть ориентированы в дальнейшем на развитие электронного документооборота, WEB-конференций, дистанционного обучения. только формируется. На повышение уровня трех последних элементов должны быть ориентированы

Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку организационно-экономического механизма управления WEB-культурой организации.

1. Ranking Web of World Business School: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://business-schools.webometrics.info/>
2. Офіційний сайт кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю СумДУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://km.fem.sumdu.edu.ua>
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. Т. 2. – С. 64-74.
4. Ілляшенко С.М. Комунікаційна ефективність WEB-технологій у маркетингу науково-освітніх послуг / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 69-78.
5. Шипуліна Ю.С. Інноваційна культура організації: сутність, структура, підходи до оцінки // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 2. – С. 132-138.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 1. – С. 109-111.