

МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ІТ-КОМПАНІЙ

Лахижа Роман Миколайович

аспірант,

Полтавський університет економіки і торгівлі

Впродовж останніх десятиліть ІТ-індустрія стає все більше глобалізованою за характером своєї діяльності. Компанії формують мультинаціональні команди та транснаціональні партнерства, працюють у полікультурному середовищі, орієнтовані на міжнародні ринки й мають клієнтів по всьому світу. У цьому контексті їхня корпоративна культура набуває особливого змісту, адже вона формується під впливом різноманітних національних культур та, водночас, сама впливає на ефективність міжнародної взаємодії. Виявлення та аналіз міжнародних аспектів корпоративної культури дозволяє глибше зрозуміти чинники, що впливають на ефективність управління персоналом, інноваційність та конкурентоспроможність ІТ-компаній у глобальному просторі.

Як відомо, корпоративна культура – це система цінностей, норм, традицій і моделей поведінки, які поділяються всіма працівниками компанії. В ІТ-сфері вона набуває особливого значення, оскільки фахівці мають достатньо високу автономію, працюють у креативному середовищі, а запорукою їх ефективності є сильне внутрішнє мотивування. Саме корпоративна культура забезпечує згуртованість команди, формує лояльність та впливає на залученість співробітників. У міжнародному контексті вона також слугує засобом інтеграції працівників із різних культурних середовищ в єдину ефективну систему.

Внаслідок транснаціональності персоналу, ІТ-компанії часто використовують дистанційні та гнучкі формати праці. У таких умовах культура підтримується вже не через фізичну присутність, а завдяки цифровим інструментам, визначеним й загальноприйнятим цінностям та регулярним комунікаціям.

Саме культурне різноманіття, пов'язане з розподіленістю проєктних команд, створює, на наш погляд, як можливості, так і виклики. З одного боку, мультикультурність сприяє формуванню різних поглядів, креативності та адаптивності персоналу. Варто погодитися з науковцями [1], які зазначають такі переваги крос-культурного менеджменту у міжнародних компаніях:

– більш ефективні реалізація потреб гетерогенних цільових груп та захоплення закордонних ринків;

- місцеві працівники більшою мірою здатні розробляти продукти відповідно до локальних потреб;
- використовуючи політику міжнародного набору персоналу, компанія позиціонує себе як гравець глобальних ринків;
- компетенція компанії зростає внаслідок постійного збільшення культурного розмаїття персоналу;
- міжнародні проєктні групи є більш ефективними у вирішенні глобальних завдань;
- використання мультинаціонального персоналу уможливорює впровадження нових моделей мислення і поведінки;
- скорочується кількість конфліктів, викликаних культурними відмінностями, відповідно, зростає задоволеність співробітників.

З іншого боку, мультикультурність здатна спричиняти комунікаційні бар'єри, непорозуміння та конфлікти через різні уявлення співробітників про систему управління, лідерство, дисципліну і навіть етичні норми. Притаманне сучасним ІТ-компаніям формування гнучких та інноваційних корпоративних культур, які заохочують експерименти, швидке прийняття рішень та горизонтальні комунікації, може вимагати адаптації для ефективної взаємодії з місцевими командами, партнерами та клієнтами.

Дослідження Герта Хофстеде, нідерландського соціального психолога та співробітника IBM, є класичним прикладом аналізу впливу національної культури на корпоративну. Визначені ним шість культурних вимірів – дистанція влади, індивідуалізм проти колективізму, мотивація до досягнення та успіху, уникнення невизначеності, довгострокова орієнтація проти короткострокової та поблажливості проти стриманості – дають ґрунтовну основу для розуміння того, як національні культурні особливості здатні впливати на корпоративну культуру ІТ-компаній [2]. Зокрема, у країнах з високою дистанцією влади більш прийнятними можуть бути ієрархічні структури, тоді як в культурах з низькою дистанцією влади заохочується більш рівноправна взаємодія. Можна навести й інший приклад: пряма та відкрита комунікація, що цінується в одних культурах, сприйматиметься як грубість в інших, де більш прийнятними є непрямі та контекстуальні підходи [3].

Відповідно, міжнародний контекст діяльності ІТ-компаній вимагає змін у стилі комунікацій, підходах до управління проєктами, навіть у способах відзначення успіхів та вирішення конфліктів. Зокрема, компанія GitLab, яка працює повністю дистанційно й має співробітників у понад 60 країнах, створила публічно доступний посібник з корпоративної культури, який містить більш ніж дві тисячі сторінок [4]. Він охоплює все – від етичних норм до практик спілкування у такому корпоративному месенджері, як Slack. Таке корпоративне зведення необхідної для працівників інформації дозволяє забезпечити єдність культури попри

фізичну віддаленість співробітників. У свою чергу, компанія SAP активно впроваджує програми з розвитку інклюзивності та культурної чутливості серед своїх працівників, що сприяє ефективнішій міжкультурній взаємодії. Наприклад, співробітники проходять тренінги з інтеркультурної комунікації, а також використовують внутрішні платформи для обміну досвідом між офісами у різних країнах [5].

Таким чином, процес адаптації корпоративної культури до міжнародного контексту є складним і потребує уважного ставлення до культурних відмінностей, гнучкості та відкритості до навчання. Компанії, які ігнорують ці аспекти, можуть зіткнутися з проблемами у комунікації, управлінні командами та налагодженні відносин з міжнародними партнерами. Одночасно, ті, хто активно працюють над інтеграцією різних культурних альтернатив у свою корпоративну культуру, можуть отримати значні конкурентні переваги, оскільки створення робочого середовища, в якому цінуються та враховуються відмінності між співробітниками з різним культурним походженням, є ключем до успішної міжнародної співпраці та інновацій. ІТ-компанії, які ефективно управляють культурною різноманітністю, часто мають перевагу в залученні та утриманні талановитих фахівців з усього світу, а також краще розуміють потреби різноманітних міжнародних ринків.

Підсумовуючи, зазначимо, що корпоративна культура ІТ-компаній у міжнародному вимірі є складним, але надзвичайно важливим інструментом стратегічного управління. Вона має бути гнучкою, відкритою до змін та інклюзивною, щоб забезпечити ефективну взаємодію між співробітниками різного культурного походження. Успішні міжнародні ІТ-компанії не просто формують цінності, вони створюють середовище, в якому ці цінності реалізуються на практиці. Саме така культура стає основою інноваційності, згуртованості та стабільного розвитку в умовах глобальної конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Мешко Н. П., Буланкіна О. Є. Крос-культурний менеджмент у корпоративних стратегіях міжнародних компаній. *Ефективна економіка*. 2012. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1274>
2. Hofstede G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind : Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*. Columbus, OH : McGraw-Hill, 1991. 296 p.
3. Калюжна Н. Г., Мамітько Ю. С. Кластеризація країн на національними культурними особливостями як інструмент розвитку корпоративної культури міжнародних компаній. *БізнесІнформ*. 2022. № 6. С. 100–108.
4. The GitLab Handbook. URL: <https://handbook.gitlab.com/handbook/>
5. SAP. Inclusion and Equality. URL: <https://www.sap.com/ukraine/about/inclusion.html>