

УДК 658.3

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ІТ КОМПАНІЙ. ПОРІВНЯННЯ УКРАЇНСЬКОГО ТА СВІТОВОГО ДОСВІДУ**

**Святослав ПРОТЕЧКО**

магістрант

*Науковий керівник: Христина ЛЕШКО*

викладач кафедри економіки та менеджменту

Львівський державний університет фізичної культури  
імені Івана Боберського (Україна)

Корпоративна культура в ІТ-компаніях важлива тому, що вона забезпечує та формує міцний фундамент для того, щоб співробітники взаємодіяли і співпрацювали один з одним для досягнення спільних цілей в масштабах команди, відділу чи організації. Вона також задає тон та вектор управління компанією, а також тому як надаються продукти та послуги. Створюючи, підтримуючи та змінюючи корпоративну культуру, керівникам ІТ-компаній важливо розуміти власні цінності, цілі та очікування, щоб раціонально використовувати їх як орієнтир при створенні корпоративної культури, яка найкраще відображає та втілює прийняті за основу цінності, цілі та очікування. Слід використовувати корпоративну культуру так, щоб заохочувати працівників до інновацій, співпраці, творчості та продуктивності. Також слід попіклуватись про те, щоб працівники відчували себе комфортно, вільно «демонструючи» себе та свою думку. Крім того, корпоративна культура має відображати основні цінності та місію компанії, адаптуючись до нових тенденцій і технологій. Нарешті, змінюючи корпоративну культуру, керівники повинні бути впевнені, що залишатимуться чесними та щирими щодо працівників і залучатимуть їх до процесу прийняття рішень [1,2]. Це допоможе створити відчуття важливості, причетності та зацікавленості з боку всіх зацікавлених сторін, що може призвести до успішного управління змінами, які виникатимуть під час формування чи зміни наявної корпоративної культури.

Також важливо зрозуміти, що корпоративна культура однаково важлива, як для ІТ компаній так і для малого бізнесу, який тільки шукає свій шлях для росту та розвитку.

Корпоративна культура – це, по суті, те, як все працює в компанії, як там побудовані процеси. Серед іншого, це те, що ми враховуємо, коли вирішуємо, чи буде робота в тій чи іншій компанії комфортною особисто для нас.

Але в більш формальному визначенні корпоративна культура розглядається як система загальноприйнятих цілей, цінностей, вірувань, правил і норм поведінки, які поділяють співробітники організації. Це те, що спонукає людей дотримуватися моделей поведінки, які сприяють досягненню цілей організації. І якщо ви спробуєте проаналізувати, чому всесвітньо відомі компанії стали успішними, ви помітите, що вони мали надихаючу, орієнтовану на майбутнє мету чи ціль.

Для того щоб надихнути людей працювати над досягненням цих цілей, компанія повинна мати набір цінностей. І це головний елемент, який знаходиться в центрі будь-якої корпоративної культури.

Далі розглянемо, якими загальними рисами наділена корпоративна культура в кожному кочочку світу, зокрема в Америці, Азії, Європі та Україні.

*Американська корпоративна культура* історично обертається навколо концепції американської мрії: загального переконання, що важка праця є способом досягнення цілей і фінансового процвітання. Однак такий підхід зазвичай передбачає тривалу роботу, часті понаднормові години та розрив у взаємодії між керівництвом та іншими працівниками. Ще однією особливістю корпоративної культури США є її неформальність. Американці використовують дуже прямий стиль у своєму діловому спілкуванні. Основна увага приділяється обміну інформацією та думками, переходу до суті. Йдеться про те, що сказано, а не про те, як це сказано. Ключові цінності, котрі толерують в американських компаніях:

- Баланс життя/роботи;
- Ініціативність;

- Уважність щодо деталей та роботи в цілому;
- Відповідальність;
- Чесне та відкрите спілкування.

По-перше, *Азія* є занадто великим регіоном, щоб визначити єдину корпоративну культуру для всіх його країн. Ми розглянули *Китай*, *Індію* та *Японію*, і, переглядаючи особливості корпоративної культури в їхніх ІТ-компаніях, єдиною спільною, є сильна ієрархія.

Отже, тепер перейдемо до відмінностей. Корпоративна культура *Японії* передбачає:

- Рішення консенсусом: публічна демонстрація влади не вітається;
- Робочі місця формальні: працівники на роботі не називають один одного по імені;
- Необхідний дрес-код.

Корпоративна культура в *Китаї* виглядає наступним чином:

- Сайти соціальних мереж або навіть Інтернет для деяких людей заборонені, щоб співробітники не відволікалися;
- Робота повинна виконуватися в робочий час.

Корпоративна культура в *Індії* демонструє такі цінності:

- Вечірки з колегами трапляються лише на світських заходах;
- Понаднормовий робочий час;
- Основним пріоритетом є – робота.

Оскільки в *Європі* існує багато країн і культур, слід розібрати їх по регіонах і визначити найбільш характерні риси та цінності корпоративної культури у кожному з них. Отже, особливості регіонів:

- *Країни Північної Європи*: індивідуальна відповідальність, мережеве управління, відсутність жорстких ланцюгів командування, довгострокова перспектива;
- *Південна Європа*: орієнтація на людські ресурси, соціальну приналежність;

- Західна Європа: орієнтація на комерційний успіх, орієнтація на довгострокову перспективу, сильне лідерство;
- Східна Європа: сильна трудова дисципліна, орієнтація на короткострокову перспективу.

Цінності, що притаманні кожному з наведених регіонів:

- Західна Європа (Великобританія, Франція, Німеччина, північна Італія, Нідерланди, Бельгія): свобода дій, підприємницький дух, інновації;
- Південна Європа (Іспанія, Греція, південна Італія, Ірландія, південна Франція): культурне розмаїття, гроші як доказ респектабельності ;
- Скандинавські країни (Норвегія, Данія, Швеція): ресурси, можливості, відповідальність, гроші як форма безпеки;
- Центральна/Східна Європа (Україна, Польща, Румунія, Угорщина, Албанія, Чехія, Словаччина, Болгарія): ієрархія, баланс життя/роботи, функції важливіші за людей.

Практика *українських* ІТ-компаній доводить, що ключовим є набір цінностей. Менеджери орієнтуються на короткострокову роботу з командою та формують корпоративну культуру на основі місії та цінностей компанії.

Корпоративна культура більшості українських ІТ-компаній будується навколо людей і дозволяє їм працювати краще. Зазвичай це досягається завдяки чудовим умовам праці та пільгам.

Окрім затишного робочого місця та безкоштовних сніданків та обідів, менеджери піклуються про здоров'я та дозвілля співробітників, навчають іноземних мов, направляють на профільні конференції, організують святкові заходи з метою покращення мікроклімату в команді та компанії загалом.

Нові та продуктивні підходи покращили організацію робочого процесу, розвиток та досягнення поставлених цілей компаній. Команда точно знає, які пріоритети в роботі і якими якостями повинні володіти нові співробітники. Усе це створило ті будівельні блоки, якими українські ІТ-компанії свідомо користуються та діляться при формуванні своєї корпоративної культури.

Хоча корпоративна культура відрізняється залежно від компаній та їхніх цінностей, її ключові риси в різних країнах здебільшого однакові. Спробуємо порівняти особливості, на які люди звертають найбільшу увагу при оцінці корпоративної культури. При аналізі слід використовувати шкалу від 0 до 100 балів, щоб визначити, чи відповідає кожен критерій для певної країни/регіону.

0 – зовсім не вірно;

100 – цілком вірно.

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика корпоративних культур ІТ організацій

	Україна	США	Азія	Європа
Баланс життя/роботи	80	70	30	70
Жорстке управління	50	60	90	60
Сильна ієрархія	60	70	90	70
Обладнання робочого простору	80	95	30	80
Люди на другому місці	50	50	50	50

Отже, можна дійти висновку, що корпоративна культура різниться в залежності від географічного розташування та соціальних особливостей кожного із регіонів. Більше того, існують й інші фактори, що обумовлюють ті чи інші набори цінностей, довкола яких, частково, й формується корпоративна культура. Українські ІТ компанії знаходять свої шляхи покращення та зони росту, особливо в теперішніх умовах, та формують свою унікальну екосистему на робочому місці, що спонукає працівників до перемог на власних, маленьких «полях битви». Якщо організації не мають сильної чи чітко сформованої корпоративної культури, це може призвести до браку співпраці та креативності, зниження продуктивності та нездатності йти в ногу з сучасними тенденціями та технологіями. Крім того, це може створити розрив між співробітниками та керівниками. Згодом це супроводжується браком довіри та поваги, а це в свою чергу може призвести до негативних результатів для компанії, таких як поганий моральний стан і зниження задоволеності роботою, не говорячи вже про показники економічної діяльності та їх ефективності і результативності.

Особисто, я віддаю перевагу культурам, які наголошують на співпраці, стимулюють творчість, зосереджені на продуктивності, підтримують прозорість та відкрите спілкування, а також заохочують повагу та відповідальність за роботу. Усе це є важливими елементами для створення середовища, яке сприяє успішним результатам бізнесу. Існує кілька українських ІТ-компаній, які наголошують на цінностях, про які я згадав, наприклад Infopulse, Softserve і Сіклум. Infopulse має культуру довіри та поваги, яка заохочує співробітників ділитися ідеями та співпрацювати. Softserve має культуру інновацій та креативності, заохочуючи співробітників розширювати межі та брати на себе відповідальність за завдання. Сіклум має культуру прозорості, що дозволяє відкрито спілкуватися та залучати працівників до прийняття рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лешко Х., Павленчик Н. Актуальність корпоративної соціальної відповідальності в галузі гостинності в умовах війни // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез. III Міжнар. наук.- практ. конф. (06 жовт. 2022 р.). – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2022.
2. Павленчик Н., Лешко Х. Використання корпоративної соціальної відповідальності для формування позитивного іміджу туристичних підприємств // Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів, ЛДУФК ім. І. Боберського). Львів, 2022.
3. Company Culture Examples to Get You Inspired. Built In. URL: <https://builtin.com/company-culture/company-culture-examples>.
4. IT Corporate Culture Around the World vs Ukraine | Redwerk. | Redwerk. URL: <https://redwerk.com/blog/it-corporate-culture-around-the-world-vs-ukraine/>.
5. Key Elements of Company Culture in Ukraine. NCube. URL: <https://ncube.com/blog/key-elements-of-company-culture-in-ukraine>.