

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Межкультурная коммуникация

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РОЛИ ПРИНЯТИЯ КУЛЬТУРНОГО РАЗНООБРАЗИЯ В КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКЕ 5

1.1. Важность соблюдения корпоративной этики. Особенности корпоративного общения 5

1.2. Культурное разнообразие как часть корпоративной этики 12

1.3. Межкультурные конфликты как следствие некомпетентности сотрудников. Методы обучения сотрудников корпоративной этике 20

Выводы по первой главе 25

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ УРОВНЯ ПРИНЯТИЯ КУЛЬТУРНОГО РАЗНООБРАЗИЯ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ INDITEX 27

2.1. Анализ корпоративной этики компании Inditex 27

2.2. Анализ межкультурного инцидента сотрудницы Zara, Inditex 34

2.3. Рекомендации по совершенствованию развития сотрудников компании Inditex в сфере межкультурной коммуникации и принятия культурного разнообразия 38

Выводы по второй главе 40

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 42

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 45

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования, которая рассматривается в данной дипломной работе, связана с тем, что в последние годы в мире появилось множество международных компаний, которые имеют интернациональный коллектив, что становится причиной этнических конфликтов внутри одной организации, которые негативно сказываются на качестве и эффективности деятельности компании.

Именно по этой причине руководству таких компаний следует разработать специальный раздел этического кодекса организации, который будет включать в себя правила поведения сотрудников в сфере межкультурных отношений в собственном коллективе. Однако лишь немногие организации занимаются этим вопросом, считая его первостепенным для успешности деятельности международной компании.

Степень изученности проблемы. Вопросами изучения корпоративной этики как социально-культурного явления занимался ряд ученых и исследователей. Однако в научной литературе очень сложно найти полное и последовательное исследование национального фактора корпоративной этики крупных международных компаний, соответственно, отсутствуют и практические рекомендации в этой сфере.

Цель исследования – провести анализ принятия культурного разнообразия как части корпоративной этики на примере компании Inditex.

Объект исследования – корпоративная этика компании Inditex.

Предмет исследования – принятие культурного разнообразия как части корпоративной этики в компании Inditex.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить ряд теоретических и практических задач исследования:

1. Раскрыть важность соблюдения корпоративной этики и особенности корпоративного общения.
2. Охарактеризовать культурное разнообразие как часть корпоративной этики.
3. Определить межкультурные конфликты как следствие некомпетентности сотрудников и описать методы обучения сотрудников корпоративной этике.
4. Проанализировать корпоративную этику компании Inditex.
5. Провести анализ межкультурного инцидента сотрудницы Zara, Inditex.
6. Разработать рекомендации по совершенствованию развития сотрудников компании Inditex в сфере межкультурной коммуникации и принятия культурного разнообразия.

База исследования: российские магазины Zara.

Гипотеза исследования: несмотря на развитую корпоративную этику компании Inditex, в правилах поведения данной организации отсутствует раздел о межкультурных конфликтах, что позволяет сформироваться ситуации этнической розни между работниками российских магазинов Zara.

Методы исследования: анализ научной литературы, описательный, сравнительный, хронологический, классификация, обобщение, контент-анализ, опрос.

Теоретическая значимость исследования заключается в анализе научной литературы, которая посвящена проблемам корпоративной этики, а также вопросам об организации многонациональных профессиональных коллективов. Полученные теоретические данные могут быть использованы для продолжения научных исследований в данном направлении.

Практическая значимость исследования обусловлена разработкой практических рекомендаций по совершенствованию развития сотрудников компании Inditex в сфере межкультурной коммуникации и принятия культурного разнообразия.

Структура исследования. Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РОЛИ ПРИНЯТИЯ КУЛЬТУРНОГО РАЗНООБРАЗИЯ В КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКЕ

1.1. Важность соблюдения корпоративной этики. Особенности корпоративного общения

Этические нормы являются основой любого общения между людьми. Особенно важно следование им в различных политических организациях, государственных структурах, образовательных системах.

При этом в коммерческой организации этические нормы формируют корпоративную этику – комплекс правил поведения и коммуникации, который основывается на различных этических и социальных нормах, но при этом имеет специфические особенности для данной конкретной организации [Евченко, 2019].

Коммерческая организация – это сообщество людей, имеющих различные компетенции, профессиональные знания и навыки, уровень образования, социальный, материальный и семейный статус, национальность, но при этом делающих общее дело и идущие к единой цели.

В некоторых компаниях очень много сотрудников, которые распределены по иерархической лестнице и являются звеньями одной большой цепи реализации проекта, выполнения заказа и других видов деятельности. Отношения между руководителями и подчиненными – одна из сложных областей применения корпоративной этики, поскольку такое взаимодействие зачастую осложнено излишними эмоциональными факторами, которые могут стать причиной нарушений различных норм общения внутри компании [Кулагина, 2021].

При этом, надо отметить, что соблюдение корпоративной этики является базой для формирования позитивного социально-психологического климата в коллективе и повышает эффективность не только взаимодействия между сотрудниками, но и всего производственного процесса в целом.

Иными словами корпоративную этику называют деловым этикетом. Это также совокупность правил общения между людьми и поведенческих традиций, но данное понятие нужно рассматривать более широко. Если корпоративная этика рождается в конкретной компании и отвечает ее интересам, то деловой этикет – чаще всего является единым для всех деловых взаимоотношений в определенной культуре.

Деловой этикет напрямую связан с традициями конкретной страны, особенностями менталитета и темперамента граждан [Герш, 2015, с. 54].

В качестве примера можно привести интересную особенность японского делового этикета, которая заключается в том, что стандартное приветствие, которое во всем мире считается самым распространенным – пожатие руки при встрече, в данной культуре не используется, а заменяется легким поклоном со сложенными на груди руками. Это исключительно японский знак приветствия и уважения к деловому партнеру.

Существует еще одно отличие корпоративной этики от делового этикета. Этикет – это внешнее, поверхностное поведенческое проявление определенного стереотипа воспитания, традиций, нравственных ценностей человека. Корпоративная этика – это глубинное понимание важности позитивного поведения и конструктивного мышления в отношении построения модели общения с другими людьми в рамках профессиональной деятельности [Пучкина, 2021, с. 35].

Таким образом, согласно определению исследователей, корпоративная этика – это понятие, совмещающее в себе ценности, убеждения и нормы поведения сотрудников одной конкретной компании [Егоршин, Распопов, Шашкова, 2016, с. 122].

В каждой компании существует определенный стандарт, кодекс, который необходим для того, чтобы сотрудники имели представление о традициях, принятых именно в этой организации. Иначе говоря, это некий свод правил, определяющий поведение в разных этических ситуациях, в отношениях между сотрудниками и руководителями. Данный документ можно назвать корпоративным кодексом.

Корпоративный кодекс разделен на две части [Кайтамазов, Полатиди, 2015]:

- идеологическую, которая включает в себя общую цель или миссию организации, ее ценности;
- нормативную, содержащую перечень правил и поведенческие стандарты, которых сотрудники должны придерживаться, находясь на рабочем месте или общаясь со своими коллегами и руководителями в онлайн или ином формате.

На рисунке 1.1 представлены основные функции корпоративного кодекса, которые реализуются в практике деятельности организаций [Евченко, 2019].

Рисунок 1.1. – Основные функции корпоративного кодекса

Из сказанного выше можно сделать вывод о том, что наличие корпоративной этики, которая заключена в корпоративный кодекс, не только осуществляет поддержку руководства компании в сфере управления сотрудниками, но и улучшает ее имидж, дает возможность клиентам организации воспринимать ее как надежную, структурированную, предоставляющую гарантированные услуги.

Элементы корпоративной культуры организации, которые в общем трактовке представлены в научной литературе, показаны на рисунке 1.2 [Герш, 2015, с. 55].

Рисунок 1.2. – Общие элементы корпоративной культуры организации

Корпоративная этика компании, в частной трактовке, в большинстве случаев включает в себя следующие компоненты [Кулагина, 2021]:

- правила общения равных по статусу сотрудников между собой;
- правила общения сотрудников, находящихся на различных ступенях иерархической лестницы;
- стандарты поведения;
- правила приличия;
- элементарные понятия о вежливости;
- хорошие манеры, используемые в процессе общения.

Еще одним важнейшим компонентом корпоративной этики, который рассматривается отдельно от внутренних принципов и стандартов организации, являются правила поведения сотрудников компании с клиентами, которые обычно обозначаются в отдельном документе и должны быть нацелены на создание исключительно позитивного имиджа организации и благоприятной атмосферы для всех клиентов [Пучкина, 2021, с. 36].

В научной литературе выделяют различные способы формирования корпоративной этики компании, которые представлены на рисунке 1.3 [Егоршин, Распопов, Шашкова, 2016, с. 87].

Рисунок 1.3. – Способы формирования корпоративной культуры компании

В интеллектуальную концепцию организации входят ценности, цели и подходы к работе, которые сформулированы таким образом, чтобы сотрудники и клиенты могли ее понимать.

Руководители должны демонстрировать собственное положительное и уважительное отношение к ценностям и правилам поведения в организации, чтобы подавать пример сотрудникам более низкого ранга и предлагать им возможные пути следования этим нормам [Евченко, 2019].

Для совершенствования корпоративной культуры необходимо использовать поощрения командной, творческой и креативной работы, развивать взаимовыручку и стимулировать отказ от конкуренции внутри коллектива, формировать дружественный и положительный настрой.

Как отмечают исследователи, поведение сотрудников в каждой компании определяется не только перечнем или сводом внутрикорпоративных правил, которые приняты в данной конкретной организации, но и некоторыми другими аспектами, в частности [Кайтамазов, Полатиди, 2015]:

- комплексом собственных психофизических особенностей каждого работника;
- распределением трудовых ролей;
- основными требованиями к профессиональной деятельности сотрудника, ее оценка и контроль;

- способами и особенностями управленческих решений,
- спецификой и темпом адаптации новых сотрудников, способом их найма;
- порядком и правилами увольнения, которые приняты в данной организации.

Для организации и развития корпоративной этики важно понимать, что каждый сотрудник, который работает в компании, может следовать различным типам поведения, которые обусловлены ситуацией, в которой находится сотрудник в данный момент. Рассматриваемые при изучении корпоративной этики типы поведения представлены на рисунке 1.4 [Герш, 2015, с. 56].

Рисунок 1.4. – Типы поведения сотрудников, рассматриваемые в контексте корпоративной этики

Рассмотрим представленные типы поведения более подробно.

В рамках личностно ориентированного поведения все, что делает человек в процессе своей трудовой деятельности, основано на его личных чертах характера, эмоционального интеллекта, темперамента. Кроме того, в основе данного типа поведения лежат ценности работника, мотивация, цели, идеи, интересы и т.д. По степени мотивации каждый сотрудник относится к одному из видов [Кулагина, 2021]:

- сотрудники, отклоняющиеся от работы;
- работники, которые не приемлют правил и распоряжений руководства;
- девиантные сотрудники;
- формально-лояльные работники;
- инициативные сотрудники.

1. Авакумова, С.С., Логинова, Е.К., Барановский, И.С. Методы обучения работников международных компаний принципам корпоративной этики как инструмент решения межкультурных конфликтов в организации [Текст] / С.С. Авакумова, Е.К. Логинова, И.С. Барановский // Материалы международной научно-практической конференции «Современная организация: проблемы и перспективы развития». – Астрахань: Астраханский государственный университет, 2020. – С. 99-114.
2. Беленькая, М. В Израиле наступил день Акса / М. Беленькая // Коммерсант. – 2021. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4802748>. – 16.04.2022.
3. Бессонова, М.А. Особенности адаптации многонационального персонала в компании [Текст] / М.А. Бессонова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 11. – Режим доступа: <https://ekonomika.snauka.ru/2016/11/12929>. – 28.03.2022.
4. Бунина, В.Г. Кросс-культурный менеджмент и межкультурная коммуникация: учебное пособие [Текст] / В.Г. Бунина. – М.:ГУУ, 2011. – 128 с.
5. Васфилов, Д. Компания Inditex – гигант индустрии быстрой моды / Д. Васфилов // The Best Guide. – 2012. – Режим доступа: <http://best-guide.ru/?p=559>. – 17.04.2022.
6. Володарская, Е.Н., Головина, А.С., Щенникова, С.В. Принципы корпоративного обучения сотрудников международных компаний: кросс-культурное исследование [Текст] Е.Н. Володарская, А.С. Головина, С.В. Щенникова // Материалы международной научно-практической конференции «Корпоративная культура в XXI веке». – Хабаровск: Хабаровский государственный университет, 2021. – С. 15-30.
7. Герман, Н.Ф. Предотвращение конфликтов и достижение взаимопонимания в деловой межкультурной коммуникации [Текст] / Н.Ф. Герман // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – № 1(33). – С. 55-60.
8. Герш, М.В. Корпоративная этика [Текст] / М.В. Герш // Отдел кадров коммерческой организации. – 2015. – № 8. – С. 54-67.
9. Дятлова, Е.В. Деловая культура китайских предпринимателей в России глазами русских современников (рубежи XIX-XX и XX-XXI веков) [Текст] / Е.В. Дятлова // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – № 4. – С. 72-77.
10. Евченко, О.С. Корпоративный кодекс как инструмент нравственно-этического регулирования [Текст] / О.С. Евченко // Киберленинка. Научный портал. – 2019. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnyy-kodeks-kak-instrument-nravstvenno-eticheskogo-regulirovaniya/viewer>. – 31.03.2022.
11. Егоршин, А.П., Распопов, В.П., Шашкова, Н.В. Этика деловых отношений: учебное пособие [Текст] / А.П. Егоршин, В.П. Распопов, Н.В. Шашкова. – М.: НИМБ, 2016. – 399 с.
12. Иванов, Г. Новая интифада. Почему в Иерусалиме схлестнулись израильтяне и палестинцы / Г. Иванов // Аргументы и факты. – 2021. – Режим доступа:

https://aif.ru/politics/world/novaya_intifada_pochemu_v_ierusalime_shlestnulis_evrei_i_palestincy#:~:text=Самые%20жесткие,16.04.2022.

13. Кабулова, А.Я. Анализ деятельности компании Inditex в 2019 году / А.Я. Кабулова, Т.Д. Абрамова, А.В. Нижник // Молодой ученый. – 2020. – № 22 (312). – С. 350–353.
14. Кайтамазов, В.А., Полатида, К.О. Корпоративный этический кодекс [Текст] / В.А. Кайтамазов, К.О. Полатида // Материалы VI международной научной конференции «Экономика, управление, финансы». – Пермь: Пермский государственный университет, 2015. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/133/7366/>. – 30.03.2022.
15. Конюхова, А.В., Пилецкий, С.М. Национальные особенности корпоративной культуры в разрезе социально-экономических изменений в современном обществе [Текст] / А.В. Конюхова, С.М. Пилецкий // Вестник Кубанского федерального университета. – 2021. – № 9. – С. 66–78.
16. Кулагина, Е. Кодекс корпоративной этики: правила составления документа [Текст] / Е. Кулагина // Директор по персоналу. Практический журнал по управлению человеческими ресурсами. – 2021. – Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/66656-kodeks-korporativnoy-etiki-19-m3>. – 30.03.2022.
17. Лапицкий, М.И. Труд и бизнес в зеркале религий [Текст] / М.И. Лапицкий. – М.: Издательский дом «Новый Век», 1998. – 144 с.
18. Лисова, А.В., Сыроварова, И.М. Диалог культур и межкультурные конфликты в современных организациях с иностранным участием [Текст] / А.В. Лисова, И.М. Сыроварова // Сборник статей Саратовского государственного университета. Вып. 3. Межкультурная коммуникация. – Саратов: Издательство Саратовского государственного университета, 2022. – С. 80–88.
19. Михельсон, С.В. Межкультурный диалог – ключ к будущему деловой культуры» [Текст] / С.В. Михельсон // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2015. – № 1. – С. 142–148.
20. Михельсон, С.В. Влияние культурных и национальных факторов на деловую культуру и коммуникацию [Текст] / С.В. Михельсон // Молодой ученый. – 2016. – № 15 (119). – С. 570–573.
21. Новикова, С.И., Храмцова, Г.Н., Широкова, А.А. Принципы формирования представлений работников о нормах корпоративной этики в рамках межкультурного сотрудничества [Текст] / С.И. Новикова, Г.Н. Храмцова, А.А. Широкова // Вестник Дальневосточного федерального университета. – 2022. – № 1. – С. 30–42.
22. Осман, Н. Главный дизайнер Zara под огнем из-за антипалестинских высказываний / Н. Осман // МЕЕ. – 2021. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.4df85141-625bfeeb-1737b581-74722d776562/https/www.middleeasteye.net/news/palestine-zara-head-designer-under-fire-remarks. – 16.04.2022.
23. Пучкина, А.М. Корпоративная этика в современной организации [Текст] / А.М. Пучкина // Актуальные исследования. – 2021. – №4 (31). – С. 35–48.
24. Савченко, О. Мексика обвинила бренд Zara в культурной апроприации / О. Савченко // Heroine. – 2021. – Режим доступа: <https://heroine.ru/meksika-obvinila-brend-zara-v-kulturnoj-apropriaczii/>. – 16.04.2022.
25. Тарасова, П.А. Национальные факторы как составляющая организационной культуры международной компании [Текст] / П.А. Тарасова // Вестник науки и образования. – 2014. – № 8. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-factory-kak-sostavlyayuschaya-organizatsionnoy-kultury-mezhdunarodnoy-kompanii/viewer>. – 29.03.2022.
26. Чеснокова, М.С. Кросс-культурный менеджмент: особенности деловых культур и проблемы коммуникаций [Текст] / М.С. Чеснокова // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2012. – № 3. С. 123–133.
27. Эюбова, А. Марке Zara объявили бойкот в сети после оскорбления ее сотрудницей целого народа / А. Эюбова // Lentka. – 2021. – Режим доступа: <http://lentka.com/a/996360/>. – 16.04.2022.
28. Якобсон, И.М. Межкультурные конфликты в организации: история и современность [Текст] / И.М. Якобсон. – Саранск: Перспектива, 2021. – 244 с.
29. Bertman, V., Collins, M. National factors of conflict in modern organizations: ethnic factors of destabilization of business relations [Text] / V. Bertman, M. Collins // Scientific research in the field of commercial activity. Digest of articles. – London, 2021. – P. 103–121.
30. Hostfede G. Organisatiecultuur [Tekst] / G. Hostfede. – Amsterdam, 1980. – 520 p.
31. Johnson, A. Cross-cultural conflicts in modern organizations: determinants and solutions [Text] / A. Johnson // Marketing and organizational research. – 2022. – No. 1. – P. 40–50.
32. Lewis, R.D. Business cultures in international business. From collision to mutual understanding [Text] / R.D. Lewis. – NY, 1999. – 440 p.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

[BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8](https://studservis.ru/gotovye-)