

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://stuservis.ru/vkr/246331>

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 – пожимание 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, Полатида, 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, Полатида, 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 принимают правил и распоряжений руководства;
- девинатные 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%20жест

– 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-apropriacii/>. – 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://stuservis.ru/vkr/246331>