

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»

факультет психологии  
кафедра социальной психологии

Допущена к защите  
Протокол № 16 от «20» мая 2008 г  
Зав. кафедрой социальной психологии  
кандидат психологических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Динькевич Л.В.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**СВЯЗЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА И  
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА КОМПАНИИ**

**Выполнила:** студентка 55  
группы дневной формы  
получения образования  
Рябкова В.В.

**Научный руководитель:**  
кандидат психологических наук,  
доцент Гринюк Ж.В.

МИНСК 2008

## Содержание

<b>Введение</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1. Теоретический анализ проблем социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата</b>	<b>7</b>
1.1 Понятие социальной ответственности бизнеса	7
1.2 Подходы к определению социально-психологического климата	26
<b>Глава 2. Эмпирическое изучение связи социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата в компании. Результаты эмпирического исследования</b>	<b>35</b>
2.1 Описание методического инструментария	35
2.1.1 Полуструктурированный опросник социальной ответственности бизнеса	35
2.1.2 Методики «Диагностика психологического климата в малой производственной группе (С. В. Шпалинский, Э. Г. Шелест)» и «Диагностика делового, творческого и нравственного климата в коллективе».	37
2.2 Описание выборки испытуемых, процедуры и условий исследования	39
2.3 Результаты эмпирического исследования	40
<b>Заключение</b>	<b>53</b>
<b>Список использованной литературы</b>	<b>56</b>
<b>Приложение 1 Методический инструментарий</b>	<b>61</b>
<b>Приложение 2 Таблицы корреляции и различий</b>	<b>66</b>
<b>Приложение 3 Графическое представление результатов исследования</b>	<b>72</b>

## Введение

### Актуальность

Проблема социальной ответственности бизнеса в Беларуси берёт своё начало с 2002 года, когда в рамках деятельности Столичного Союза предпринимателей принимается корпоративный кодекс бизнеса, привлекая внимание представителей сферы бизнеса, психологов и социологов. 15 июня 2004-го года в Беларуси стартовала Инициатива «За социальную ответственность бизнеса». Это совместный проект лидеров белорусского бизнеса, который направлен на изменение роли национального бизнеса в социуме. Сегодня к Инициативе уже присоединились около пятидесяти предприятий и организаций, среди которых лидеры рынка, исследовательские и консалтинговые центры, общественные организации, СМИ.

С ходом современного научно-технического и социального прогресса, с его противоречащими, социальными и социально-психологическими тенденциями и последствиями неразрывно связаны многие острые проблемы социально-психологического климата коллектива. Однако, климат – это не только проблема сегодняшних социально-психологических сложностей социального и научно-технического прогресса, но одновременно и проблема решения давнейших перспективных задач, связанных с моделированием новых, более совершенных, чем прежде, человеческих отношений и человеческих общностей. Формирование благоприятного социально-психологического климата компании является одним из важнейших условий борьбы за рост производительности труда, качество выпускаемой продукции, и роста компании в целом.

Рассматривая конфликт интересов в корпоративной социальной ответственности, важно исследовать понимание сотрудников акций своей

компании как социальной ответственности бизнеса перед обществом. Данное восприятие продемонстрирует существует ли вероятность сотрудничества и поддержки внутреннего и внешнего кругов социальной ответственности бизнеса. Именно это, позволит изучить социально-психологический климат компании, что в свою очередь, поможет разработать рекомендации для его оптимизации.

### **Научная новизна**

Проблема социальной ответственности бизнеса широко обсуждается в странах СНГ, а в Беларуси требует своего места в научной сфере. В то же время, благоприятный социально-психологический климат в компаниях всегда нуждается в новой информации относительно факторов, оказывающих на него влияние. Таким образом, данная работа позволит обогатить опыт исследований в рамках социальной, организационной и экономической психологии.

### **Практическая значимость**

Результаты данного исследования позволят рассмотреть социальную ответственность бизнеса и социально-психологический климат компании, как взаимосвязанные элементы, что поможет выработать альтернативные варианты оптимизации данных структур, в качестве рекомендаций для компаний, повышающих социальную активность и улучшающих социально-психологический климат. Также данное исследование можно будет использовать в дальнейшем изучении корпоративной социальной ответственности.

**Цель исследования:** Изучить связь социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата компании.

### **Задачи исследования:**

1. Осуществить теоретический анализ проблемы социальной ответственности бизнеса
2. Изучить проблему социально-психологического климата компании
3. Провести эмпирическое изучение связи социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата компании
4. Исследовать восприятие акций компаний сотрудниками и директоратом
5. Исследовать понимание социальной ответственности бизнеса, информированность о корпоративной социальной ответственности и отношение к ней.

### **Переменные исследования и их индикаторы:**

#### **а) зависимые переменные**

- восприятие социальной ответственности компании
- социально-психологический климат компании

#### **б) независимая переменная**

- социальная ответственность компании

**Объект исследования:** Социально-ответственная организация

**Предмет исследования:** Социальная ответственность бизнеса и социально-психологический климат компании

### **Гипотезы исследования:**

1. Существует связь социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата компании
2. Существует различие в восприятии акций компании сотрудниками и директоратом

### **Методы исследования:**

- анализ документов
- интервью
- тестирование
- контент-анализ

### **Диагностические методики:**

1. Полуструктурированный опросник социальной ответственности бизнеса
2. Опросники «Диагностика психологического климата в малой производственной группе (В. В. Шпалковский, Э. Г. Шелест) и «Диагностика делового, творческого и ответственного климата в коллективе».

### **Метод математической и статистической обработки:**

1. Метод статистической обработки
2. Метод качественной интерпретации