

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

Введение	3
Глава 1. Теоретический анализ проблем социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата	7
1.1 Понятие социальной ответственности бизнеса	7
1.2 Подходы к определению социально-психологического климата	26
Глава 2. Эмпирическое изучение связи социальной ответственности бизнеса и социально-психологического климата в компании. Результаты эмпирического исследования	35
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
Заключение	53
Список использованной литературы	56
Приложение 1 Методический инструментарий	61
Приложение 2 Таблицы корреляции и различий	66
Приложение 3 Графическое представление результатов исследования	72

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