

УДК 159.9(075.8)

МЕСТО И РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СИСТЕМЕ СУБЪЕКТИВНЫХ КРИТЕРИЕВ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Чечурова Ю.Ю.

Тверской государственной университет, Тверь

Подробная информация об авторах размещена на сайте

«Учёные России» - <http://www.famous-scientists.ru>

Предметом исследования является место и роль социальной ответственности в системе субъективных критериев организационной эффективности в представлениях групп заинтересованных лиц. Социальная ответственность выступает в качестве одного из критериев и описывается в терминах социальной активности организации, участие ее в жизни общества, помощи различным слоям. Выявленное неодинаковое представление о социальной ответственности как одном из критериев организационной эффективности определяется видами деловой активности, временным интервалом, уровнем анализа (индивидуальное удовлетворение, прибыльность организации, отраслевые показатели и др.).

Развитие психологической науки позволяет решать важные практические задачи, в том числе и в области организационной теории. На сегодняшний день в связи с развитием и доминированием бизнеса в России становится актуальным вопрос о социальной ответственности организаций перед своими членами и обществом в целом. В современной науке до сих пор остается проблематичным определение места и роли социальной ответственности в деятельности организаций. Поиск оснований, форм и смысла значения социальной ответственности остается открытым вопросом, что и определяет актуальность данной темы.

Исходя из концепции организации как открытой системы, любая организация рассматривается как часть единого общества, призванная способствовать его развитию и процветанию. Проблема достижения поставленных целей всегда оставалась важной, однако в новых рыночных условиях данная проблема осложнилась растущими требованиями со стороны общества. Это связано с тем, что со стороны окружающей среды диктуются новые правила, где наравне с экономическими показателями главенствующее место занимают и социальные. Неполное осознание роли ка-

ждого члена организационного процесса в общей системе взаимодействия, наличием различных функций, целей и интересов вызывает конфликтные ситуации в сложном характере взаимоотношений групповых субъектов. Таким образом, возникает новый аспект рассмотрения организационной эффективности: не только как целесообразности как таковой и получение прибыли, но и как добровольный отклик на нужды общества, удовлетворение его запросов.

Осмысление проблемы ответственности в рамках организационной эффективности имеет важное теоретическое значение. В отличие от частных наук и в силу особенности своего предмета психология способна обеспечить комплексный подход к исследованию данного общественного явления и тем самым адекватно представить социальную ответственность как весьма сложное интегральное понятие, связанное со всеми аспектами общественной жизни. С практической точки зрения, развитие данной темы поможет психологически грамотно подойти к вопросам эффективной деятельности руководителей в управлении процессами развития и взаимодействия с обществом в условиях постоянно изменяющейся среды.

С точки зрения теоретической проработанности, проблема организационной эффективности рассматривается в социальных, экономических, маркетинговых исследованиях, большинство из которых касаются роли управленческой деятельности, целеполагания и целедостижения, экономических показателей. По мнению большинства исследователей (Г. Минцберг, М.Х. Мескон, Дж.К. Лафта, Д. Шерингтон и др.) [1, 3, 4, 5, 8, 9, 10] экономическая эффективность и социальные достижения взаимосвязаны и взаимообусловлены. Это детерминировано в первую очередь появлением различных групп заинтересованных лиц, напрямую связанных с деятельностью организации, а также зависящих от нее. В работах Э.М. Короткова, Б.З. Мильнера, П. Друкера, Г. Минцберга и др. рассматриваются вопросы взаимосвязи критериев организационной эффективности и социальной ответственности [2, 6, 7, 9, 11].

Однако, несмотря на уже имеющиеся теоретические наработки, недостаточно исследованы представления о месте и роли социальной ответственности в системе критериев организационной эффективности, мало работ по вопросам соотношения и взаимодействия различных типов социальной ответственности, проявления её в межгрупповых отношениях.

Таким образом, практическая актуальность проблемы, её недостаточная теоретическая разработанность в отечественной психологической литературе определили цель исследования, как выявление места и роли социальной ответственности в системе критериев организационной эффективности.

В исследовании приняли участие коммерческие компании г. Твери, сходные между собой по длительности существования, количеству и уровню образования сотрудников, занимающиеся деятельностью по внедрению программного обеспечения, общим числом 362 респондента, в том числе 38 руководителя, 224 наемных работника и 100 клиентов организаций.

В целях выявления субъективных критериев организационной эффективности была разработана серия фокус-

групповых интервью. Представления о социальной ответственности у групп заинтересованных лиц раскрывались с помощью авторского варианта метода «завершение предложения». Более глубокий анализ критериев организационной эффективности проводился с помощью метода биполярного шкалирования, для чего по итогам контент-анализа фокус-групп, а также на основе анализа литературы формировался список критериев эффективных и неэффективных организаций, который в результате включил сорок шесть утверждений.

Полученные в ходе исследования данные подвергались корреляционному анализу, факторному анализу с использованием техники «главных компонент» с последующим их «варимакс-вращением», однофакторному дисперсионному анализу ANOVA.

В результате факторного анализа было выделено одиннадцать факторов, характеризующих различные группы критериев организационной эффективности: «реклама и PR», «социотехническая система», «социально-психологические показатели деятельности персонала», «эффективный менеджмент», «лидирующие позиции на рынке», «профессионализм», «качественный маркетинг», «ориентация на клиента», «экономический рост», «социальная ответственность», «наличие перспектив развития».

В целом, организационную эффективность респонденты в первую очередь связывают с групповой деятельностью и эффективным менеджментом. Следующими по значимости выступают показатели, оценивающие деятельность организации на рынке и особенности контакта с клиентом. Фактор «социальная ответственность» занял десятое место, при этом сам критерий социальной ответственности имеет обратные корреляционные взаимосвязи с экономическими и внешними переменными эффективности.

С помощью непараметрического критерия Манн-Уитни были выявлены различия практически по всем факторам, что показывает разное соотношение представленных критериев у групп заинтересованных лиц в общей системе субъектив-

ных критериев организационной эффективности. Так, в группе руководителей на первое место вышли критерии, связанные с задачами менеджмента, далее по важности расположились факторы, характеризующие групповую деятельность персонала, затем были отмечены параметры, относящиеся к положительному образу организации, «экономический рост», «профессионализм» и «ориентация на будущее». Фактор «социальной ответственности» занял пятое место. При этом ответственность имеет обратную связь с инновационными технологиями и экономическим ростом, что подтверждает мнение руководителей о том, что социальная ответственность угрожает организационной эффективности. Последние факторы включили: «условия адаптации», «экономические показатели» и «возможность достижения поставленных целей».

Для группы сотрудников выделенный первый фактор характеризует социально-психологические показатели деятельности, и только второе место занял фактор «эффективный менеджмент». Фактор, включивший в себя критерий «социальная ответственность», занял 10 место, и показал обратные взаимосвязи с уровнем прибыли, развитием персонала и адаптацией к изменяющимся условиям.

Для группы клиентов первый фактор – «социально-психологические показатели деятельности персонала». Второй фактор – «положительный образ организации». Далее следует «эффективный менеджмент». «Социальная ответственность» вошла в последний фактор вместе с критериями «прибыльность» и «достижение поставленных целей». Это объясняет мнение клиентов о том, что ответственное отношение ведет к достижению поставленных целей и в результате – к получению прибыли.

В целом необходимо отметить, что выделение группами заинтересованных лиц критериев организационной эффективности зависит от нескольких параметров:

- с чьей позиции оценивается эффективность (потребителей, руководители, сотрудники и т.д.);

- на каком из видов деловой активности сфокусирована оценка (производство, получение прибыли, разработка новой продукции, качество обслуживания и т.д.);

- уровень анализа, используемый для оценки эффективности (индивидуальное удовлетворение, прибыльность организации, отраслевые показатели);

- временной интервал (эффективность долгосрочная или временная выгода);

- на что в большей степени обращают внимание при описании эффективной организации (оценки работников, финансовые результаты, удовлетворенность потребителей);

- что является мерилем эффективности, с чем она сравнивается

(эффективность в сравнении с идеальным стандартом, в сравнении с достижениями в прошлом, в сравнении с заданными целями и т.д.).

Дальнейшее исследование было направлено на выявление представлений о социальной ответственности. Выделено пять категорий, описывающих различные представления о социальной ответственности. Так, ответственность понимается как вынужденный выбор, как PR, как негативное явление, внешняя и внутренняя ответственность. Внутри каждой категории выделено несколько подкатегорий, характеризующих более конкретные представления о социальной ответственности.

Выявленное качественное содержание понятия «социальная ответственность» рассматривается в терминах «нейтральная», «негативная» и «положительная». В основном нейтральное и негативное отношение исходит от представителей самой организации, в то время как положительные отзывы – от клиентов. Первое представление исходит из объяснений того, что это лишняя затратная статья, которая не только никому не нужна, но и может способствовать снижению прибыльности, производительности, результативности, и лучше те средства, которые могут быть затрачены на социальную политику, потратить на развитие персонала организации, инновационные технологии, производство.

В свою очередь, положительное описание включает в себя две позиции: собственно социальную ответственность и социальную ответственность как дающую положительные выходы.

Собственно социальная ответственность реализуется посредством добросовестной работы персонала, уплаты налогов, качественной и правдивой информации, рекламы, PR, исходящих от организации, честного ведения бизнеса, защиты различных слоев населения и др.

Социальная ответственность, как дающая положительные выходы, выражается в улучшении социально-психологического климата, повышении уровня показателей эффективности деятельности персонала, формировании положительного образа организации, достижении поставленных целей.

С точки зрения определения «портрета» организационной социальной

ответственности следует отметить, что среди наиболее значимых результатов доминируют внутренние компоненты. Так, наиболее часто упоминаются программы для сотрудников, их социальная защищенность, поддержка религиозных организаций и общин, помощь инвалидам, престарелым людям и т.д. В меньшей степени респондентов интересовали местная власть и потенциальные клиенты, занявшие равные позиции. Реже всех встречались упоминания об ответственном отношении «к населению в целом» и охране окружающей среды; науке и т.д.

Большая часть опрошенных респондентов сошлась на том, что:

- проявление социальной ответственности все-таки выгодно для ведения бизнеса;
- наиболее крупные, процветающие компании обычно являются и наиболее социально ответственными;
- они не стали бы пользоваться услугами социально безответственных компаний.

Для реализации задачи определения места и роли социальной ответственности в системе субъективных критериев организационной эффективности в представлениях различных групп заинтересован-

ных лиц был проведен дисперсионный анализ. Так, при отдельном рассмотрении особенностей внутри каждой группы было обнаружено, что в группе руководителей представление о социальной ответственности влияет на критерий «условия адаптации организации на рынке» ($F = 3,205$, при $p = 0,025$). Остальные критерии оказались независимыми от социально ответственного подхода, т.е. руководителями не осознаются существенные материальные выгоды от социально ответственной деятельности.

В группе сотрудников обнаружено влияние социальной ответственности на социально-психологические показатели своей деятельности ($F = 3,895$, при $p = 0,004$) и показатели оборота капитала ($F = 2,707$, при $p = 0,030$). Это является вполне закономерным, и указывает на желание данной группы получать необходимую поддержку от своей организации, чувствовать социальную защищенность, иметь возможность развития.

Клиенты в отличие от двух предыдущих групп четко связали представления о социальной ответственности с условиями стабильности на рынке ($F = 3,068$, при $p = 0,017$). Данное осмысление такой взаимосвязи опирается на показатели высокого качества выпускаемой продукции, благоприятный внешний имидж организации, прозрачную информацию, помощь в борьбе с бедностью и т.д.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В целом, система субъективных критериев организационной представляет собой сложную, многоуровневую, детерминированную групповыми интересами структуру и имеет несколько планов. Во-первых, каждый критерий рассматривается с точки зрения индивидуального, группового и организационного уровней. Во-вторых, критерии организационной эффективности детерминированы позицией участников организационного процесса, видами оцениваемого процесса, уровнями анализа, временным интервалом, сравнением с оптимальными показателями и др. Третий план рассматривается с точки зрения внутреннего и внешнего уровней. К внутреннему уровню относятся показатели

социально-психологической деятельности персонала, мотивации, профессионализма, социотехнической системы и т.д. Внешне-организационный уровень включает представления об особенностях привлечения клиентов, увеличения продаж, формирования поддержки деятельности предприятия со стороны общественности и государственных органов, предоставления информации окружающему социуму, удовлетворения естественной потребности людей в обладании знанием об окружающем мире, увеличения числа потребителей и клиентов, улучшения взаимодействия с гражданами, государственными и общественными организациями и т.д.

Место социальной ответственности в системе критериев занимает различные позиции, при этом главенствующая роль данному феномену не отводится, что обусловлено многоуровневостью системы и различными позициями субъектов организационной деятельности. Выявлено противоречивое отношение к роли социальной ответственности в деятельности организации. С одной стороны социальная ответственность может угрожать экономическому развитию, способствовать потере прибыли и достижению стратегических организационных целей, с другой – без ведения политики социальной ответственности невозможна полноценная адаптация организации на внешнем рынке.

Руководителями социальная ответственность понимается чаще как вынужденный выбор, в режиме необходимости принимается только внутренняя социальная ответственность и следование закону, хотя и не является первоочередной. Также декларируется внешняя ответственность поддержки и развития общества. Сотрудники считают, что политика социальной ответственности влияет на социально-психологические показатели деятельности, ощущение социальной защищенности, на возможность развития и показатели оборота капитала организации. Клиентами эффективная деятельность связывается со следованием закону и с доступом к достоверной информации на внешнеорганизационном уровне. Уделяется большое внимание уровню мотивации сотрудников, приверженности персонала организации,

социально-психологическому климату и социальной защищенности персонала. Говоря о приверженности персонала, клиенты его связывают с социальной защищенностью, эффективными коммуникациями, эмоциональным контролем и согласованностью мнений, т.к. это способствует повышению мотивации сотрудников и улучшению социально-психологического климата, что в свою очередь содействует более слаженной и эффективной работе организации в целом.

Таким образом, установлено, что социальная ответственность является сложным интегральным понятием, которое имеет тесную взаимосвязь с критериями организационной эффективности. Дальнейшее изучение данного феномена позволит теоретические основы вывести на практический уровень, что со временем приведет к представлению о социальной ответственности как необходимом действии, ведущем к повышению организационной эффективности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гибсон Дж.Л., Иванцевич Д.М., Доннелли Д.Х. Организации: поведение, структура, процессы. М.: ИНФРА-М, 2000. – 356с.
2. Коротков Э.М. Концепция менеджмента. М., 1998. – 282с.
3. Кунц Г., О'Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. Т.2. М., 1981. – 320с.
4. Лафта Д.К. Эффективность менеджмента организации. М.: Рус. дел. лит., 1999. – 320с.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1993. – 800с.
6. Мильнер Б.З. Теория организаций. М.: ИНФРА-М, 2003. – 558с.
7. Мильнер Б.З. Управление знаниями: Эволюция и революция в организации. М.: Инфра-М, 2003. – 577с.
8. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации // Управление персоналом. 2002. №1. С. 36 – 37.

9. Минцберг Г. Структура в кулаке: Создание эффективной организации. СПб., 2003. – 512с.

10. Cherrington D. Organizational behavior. Massachusetts: Allyn and Bacon, 1994. – 775p.

11. Drucker P.F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. - N.Y.: Harper & Row, 1974. - 840 p.

**PLACE AND ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN SYSTEM OF SUBJECTIVE
CRITERIA OF ORGANIZATIONAL EFFICIENCY**

Chechurova Yu.Yu.

Tver state university, Tver

Object of research is the place and a role of social responsibility in system of subjective criteria of organizational efficiency in representations of groups of interested persons. Social responsibility represents as one of criteria and its participation in a life of a society, the help to various layers is described in terms of social activity of the organization. The revealed unequal representation about social responsibility as one of criteria of organizational efficiency is defined by kinds of business activity, a time interval, analysis level (individual satisfaction, profitability of the organization, branch indicators, etc).