

## ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

*Предпринимательство играет важную роль в обеспечении социальной устойчивости современного российского общества. Статья посвящена выявлению особенностей социальной ответственности предпринимателей; рассматриваются различные теоретические аспекты по данной проблематике. Дается теоретический анализ факторов социальной ответственности в предпринимательстве, и на примере результатов психодиагностики выявляются проявления социальной ответственности.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность, морально-этическая ответственность, предпринимательство, симптомокомплекс ответственности.

### **Введение**

В последние годы стало все более важным осознание того, что предпринимательство может способствовать развитию не только экономики, но и общества в целом [7]. Это привлекло внимание ученых к проблеме социальной ответственности бизнеса и предпринимательства, которую они определяют как обязанность представителей бизнеса быть ответственными по отношению к обществу, соблюдая стандарты, правила и нормы, влияющие на благополучие людей и социума в целом. Можно сказать, что это своего рода вклад бизнеса в развитие общества в различных областях, таких как социальная, экономическая и экологическая. В предпринимательской деятельности нет четких правил нравственного поведения в сложных ситуациях, и предприниматель должен быть готов к принятию креативных решений в каждом конкретном случае.

Сегодня сложность ситуации заключается в том, что нет общего понимания социальной ответственности, ее происхождения и влияющих на нее факторов, так как это требует сбора, упорядочивания и анализа данных из различных исследований, фокусирую-

щихся на социологических, экономических и политических аспектах проблемы.

Недостаточная изученность данного противоречия послужила важным аспектом в необходимости дальнейшего разрешения этого вопроса.

Цель настоящей работы — выявить особенности социальной ответственности предпринимателей.

Задача, поставленная целью исследования, — подтвердить или опровергнуть гипотезу о существовании особенностей социальной ответственности предпринимателей.

Гипотеза исследования:

1) социальная ответственность предпринимателей имеет определенную специфику, отражающую их более высокую ответственность по сравнению с лицами, работающими в других профессиональных сферах;

2) социальная ответственность предпринимателей проявляется в выраженной интернальности в области достижений, в альтруистических эмоциях как проявлении морально-этической ответственности, в таких вариантах ответственности, как самоутверждение и принципиальность.

Объект исследования — социальная ответственность. Предмет исследования — особенности проявления социальной ответственности предпринимателей как социально-профессиональной группы.

Для реализации цели исследования были применены следующие методы:

— опросник «Диагностика уровня морально-этической ответственности личности» (ДУМЭОЛП) И. Г. Тимощука [6];

— опросник «Диагностики личностного симптомокомплекса ответственности» (ОДЛСО) И. А. Кочаряна [4],

— опросник «Уровень субъективного контроля» (УСК) Дж. Роттера (адаптация Е. Ф. Бажина, С. А. Голынкиной и А. М. Эткинда) [3];

— математический метод (U-критерия Манна — Уитни).

### ***Результаты исследования***

Изучение научной литературы по данной проблематике позволило уточнить определение понятия «ответственность», под которым понимаем различные аспекты, такие как личностные черты, чувства, свойства, способности и готовность к ответу. Анализ основных ценностей ответственности указывает на положительную связь с различными социальными характеристиками личности, такими как независимость, искренность, этичность, целеустремленность,

ответственность, соблюдение общественных стандартов и многое другое. Ответственность играет важную роль в формировании стиля жизни и помогает личности эффективно преодолевать сложности и противоречия.

В то же время «социальная ответственность» — понятие абстрактное [8]. Рассмотрим несколько подходов в понимании социальной ответственности:

1) подход, при котором она рассматривается как интегральное качество личности, имеющее сложную структуру;

2) подход, где на первый план выходит личностный смысл ответственности;

3) подход, предполагающий комплексное исследование социально-психологической природы социальной ответственности.

К. А. Абульханова-Славская описывает ответственность как способность человека гармонично сочетать в себе требования окружающего мира с собственными желаниями [1].

И. В. Тетеревкова в ходе своего исследования под ответственностью понимала свойство личности, проявляющееся в способности принимать решения в ситуациях, требующих ответственного выбора, и обусловленное нравственной зрелостью, автономностью и компетентностью. Сущность ответственного подхода к деятельности заключается в способности личности принимать и осуществлять решения, руководствуясь нравственными принципами [5].

Особое внимание в исследованиях уделяется изучению роли социальной ответственности как способа управления общественными взаимоотношениями, где социальная ответственность воспринимается как способность личности принимать социальные нормы и ценности, одобренные обществом.

Социальная ответственность — это осознанное отношение человека к обязательствам перед обществом, признание важности социальных ценностей и понимание влияния своих действий на социум.

А. Я. Анцупов и А. И. Шипилов отмечают, что социальная ответственность представляет собой взаимодействие между индивидуумом и обществом, основанное на осознанном соблюдении и выполнении своих обязанностей, которые вытекают из законов, регулирующих и культурных ценностей [2].

Таким образом, социальная ответственность является одним из проявлений интернального свойства личности. Социальная ответственность понимается как проявление ответственности человека в социальных сферах: сфере профессиональной деятельности,

сфере нравственности. Некоторые профессиональные сферы, в том числе предпринимательство, особенно чувствительны к социальной ответственности представителей профессиональной группы в связи с большими возможностями влияния на социальные аспекты общественной жизни.

Социальная ответственность рассматриваемой профессиональной группы является ключевым триггером для социальной активности организации (т.е. корпоративной социальной ответственности).

Среди требований к социальной ответственности предпринимателей находится необходимость добровольного взятия на себя обязательств заботы о выполнении моральных норм и требований в профессиональной среде, готовности к заботе о долгосрочном развитии и благе всего общества.

Понятие «корпоративная социальная ответственность» в общем понимании представляет собой концепцию, в которой организации на добровольной основе включают в свою коммерческую деятельность решение вышеизложенных обязательств [8].

Для подтверждения гипотезы, выдвинутой авторами настоящего исследования, была проведена психодиагностика. Респондентами выступили 148 человек. Возраст всех обследованных варьируется от 25 до 50 лет. Образование — высшее или незаконченное высшее. Выборка состояла из двух групп — экспериментальной («Предприниматели») и контрольной.

В экспериментальную группу вошло 80 человек, занимающихся тем или иным бизнесом (индивидуальные предприниматели). Из них 59 человек — женщины и 21 — мужчины.

В контрольную группу были включены 68 человек — это работники государственных учреждений или коммерческих организаций, не имеющих прямого отношения к управлению бизнесом. Из них 45 человек — женщины и 23 — мужчины.

Анализ результатов ДУМЭОЛП по опроснику И. Г. Тимощука выявил высокий (от 15 до 25) и средний (от 5 до 15) уровни морально-этической ответственности у всех опрошенных. Низкого уровня баллов (от 0 до 5) не выявлено. У 4% респондентов из экспериментальной группы уровень морально-этической ответственности составляет от 9 до 19 баллов. Примерно такой же показатель (от 10 до 20 баллов) — у 14% респондентов из контрольной группы. Средние значения по группам отличаются не очень выражено (общая оценка экспериментальной группы — 13,6 баллов, контрольной — 14,9

баллов). Таким образом, можно сделать вывод о том, что уровень морально-этической ответственности людей, занимающихся бизнесом, несколько ниже в сравнении с людьми, работающими в других сферах.

Определение уровня морально-этической ответственности предполагает определение выраженности пяти разных шкал.

1. Интуиция в морально-этической сфере (нравственная интуиция).

2. Альтруистические эмоции.

3. Экзистенциальный аспект ответственности.

4. Социальная желательность.

Здесь среднегрупповые оценки в целом выше у экспериментальной группы (в среднем на 0,1–0,4 балла). Считаем, что, скорее всего, такой результат получен под влиянием высоких баллов по 4-ой шкале (социальной желательности).

По сравнению с контрольной группой, представители экспериментальной группы чаще демонстрируют готовность несколько приукрасить себя и мотивы своих поступков (25,9% ответивших из этой группы по шкале социальной желательности дали оценки, лежащие в границах недоверия — от 3 до 5 баллов, в контрольной группе таких оценок нет).

5. Рефлексия на морально-этические ситуации.

Здесь предприниматели из экспериментальной группы показали существенно более низкие баллы по сравнению с контрольной группой (1,9 балла против 3 баллов в контрольной группе).

Расчет значимости различий по показателям, полученным в ходе психодиагностики респондентов с использованием опросника ДУМЭОЛП, был проведен с помощью U-критерия Манна — Уитни. Данный критерий предполагает, что значимыми являются различия при  $p \leq 0,001$  по шкале рефлексии морально-этических ситуаций (у предпринимателей она представлена значимо меньше) и по шкале социальной желательности (у предпринимателей она значимо выше, при  $p \leq 0,05$ ). В результате расчетов отмечена значимость различий по показателям методики ДУМЭОЛП между группой предпринимателей и представителями других профессиональных групп.

Таким образом, можно говорить о том, что у предпринимателей социальная ответственность проявляется в первую очередь в альтруистических эмоциях, развитой интуиции в морально-этической сфере и вместе с тем в готовности приукрашивать собственные мотивы и поступки, представляя их в более социально-желательном

свете. В значимо меньшей степени, чем в контрольной группе, у предпринимателей развита рефлексия морально-этических ситуаций.

Анализ результатов диагностики респондентов экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОДЛСО И. А. Кочаряна выявил показатели по пяти шкалам (типам): «принципиальность», «самоутверждение», «нормативность», «этичность» и «самопожертвование», которые распределились следующим образом.

1. В экспериментальной группе («Предприниматели») все варианты личностной ответственности выражены в большей степени, чем в контрольной группе.

2. Наибольшие различия отмечаются по типу «принципиальность» (с высоким уровнем принципиальности среди предпринимателей 33,3% человек, среди других профессиональных групп — меньше почти в 2 раза (17,6%). Люди с выраженным принципиальным типом считают, что большинство важных событий в их жизни было результатом их собственных действий, что они могут ими управлять и, следовательно, чувствуют свою собственную ответственность за эти события и за то, как складывается их жизнь в целом. Такой тип личности живет идеей, объясняя это заботой о детях, родителях, человечестве и т.д. Таким образом, можно говорить, что социальная ответственность у предпринимателей выражена несколько выше, чем у представителей других профессиональных групп.

3. Самым выраженным типом ответственности личности в обеих группах является «самопожертвование» — стремление выполнять множество обязанностей, сочетающееся с чувством «использованности». Больше половины всех обследованных (как в экспериментальной группе, так и в контрольной) имеет в качестве ведущей «самопожертвующую» ответственность (56,25 и 59,1% соответственно). То есть ответственность, проявляющаяся в исполнительности. Среди предпринимателей на 13% больше тех, у кого самопожертвующий тип ответственности имеет высокую степень выраженности.

4. Меньше всего выражены «самоутверждение» (ответственность из-за чувства вины) и «нормативность». «Нормативная ответственность — это соблюдение некоторых правил поведения, которые зачастую совпадают с социальными нормами, что может трактоваться как социально ответственное поведение» [9]. Среди всех обследованных предпринимателей доля с высоким уровнем норма-

тивной ответственности составляет 22%, в контрольной группе таких людей нет совсем.

5. Преобладание ведущего «этического» типа ответственности отмечается в контрольной группе (36% респондентов), среди предпринимателей она в 2 раза меньше (18,75%).

Расчет значимости различий между экспериментальной и контрольной группами по показателям опросника ОДЛСО проведен с помощью U-критерия Манна – Уитни. В результате была выявлена значимость различий по шкалам (типам) «принципиальности», «нормативности» и «самопожертвования».

Таким образом, характерными особенностями социальной ответственности предпринимателей является ее проявление в форме принципиальности, нормативности и самопожертвования.

Результаты диагностики по опроснику УСК Дж. Роттера показали, что среди предпринимателей значительно больше человек с уровнями интернальности: средним (52%) и выше среднего (14%). Среди обследованных представителей других профессиональных групп (контрольная группа) доля таких респондентов составляет 38% и 10% соответственно. Остальные 52% представителей контрольной группы являются скорее экстерналами, так как их уровень общей интернальности отнесен к уровню ниже среднего (33%), низкому (5%) и очень низкому (14%).

Наибольшие отличия между экспериментальной и контрольной группами по следующим шкалам:

– общей интернальности (13,1% – в экспериментальной группе и 8,6% – в контрольной группе);

– интернальности в области достижений (5,7% и 3,7% соответственно);

– в области семейных отношений (0,8% и 2,5% соответственно).

Значимых различий при расчете показателей интернальности в разных сферах (по опроснику УСК Дж. Роттера) между группами предпринимателей и людей, занимающихся другой профессиональной деятельностью, с помощью U-критерия Манна – Уитни не обнаружено.

Таким образом, интернальность предпринимателей выше в целом и в области достижений, однако выявленные различия не достигают уровня значимых и, скорее всего, обусловлены какими-то другими факторами. Вероятно, при увеличении выборки можно получить значимые различия.

### Выводы

Подводя итог эмпирическому исследованию, делаем вывод о частичном подтверждении гипотезы.

1. Характерными особенностями социальной ответственности предпринимателей является значимо менее выраженная у них рефлексия на морально-этические ситуации (моральная рефлексия или рефлексия, актуализирующаяся в ситуациях, связанных с морально-этическими коллизиями и конфликтами) по сравнению с представителями других профессиональных групп.

2. Предприниматели значимо чаще ориентированы на социальную желательность демонстрируемого поведения, на готовность приукрашивать собственные мотивы и поступки, представляя их в более желательном свете с позиции социальности.

3. Специфическими особенностями социальной ответственности предпринимателей является ее проявление в форме принципиальности, нормативности и самопожертвования.

4. Показатели интернальности предпринимателей значимо не превышают аналогичные показатели представителей других социально-профессиональных групп, среди представителей которых большинство экстерналов, а уровень интернальности – ниже среднего и низкий.

### Литература

1. Абульханова-Славская К. А. Жизненные перспективы личности. Психология личности и образ жизни. М.: Наука, 1987. С. 138-144.

2. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Словарь конфликтолога. СПб.: Питер, 2006. 528 с.

3. Бажин Д. Ф., Голынкина Е. А., Эткинд А. М. Метод исследования уровня субъективного контроля // Психологический журнал. 1984. Т. 5. № 3. С. 152-163.

4. Кочарян И. А. Опросник диагностики личностного симптомокомплекса ответственности (ОДЛСО) и оценка его психометрических характеристик // Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина. Серия Психология. 2008. № 807. С. 179-186.

5. Тетеревкова И. В. Психолого-акмеологические условия развития ответственного отношения предпринимателей к своей деятельности: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. психол. наук / И. В. Тетеревкова. Тамбов, 2005. 23 с.

6. Тимощук И. Г. Диагностический инструментарий исследования некоторых аспектов ответственности у студентов-психологов // Практическая психология и социальная работа. 2004. № 8. С. 37-40.

7. Колмыкова М. А., Четверикова Н. А. Управленческие отношения в Индустрии 4.0 // Вестник Самарского муниципального института управления. 2023. № 4. С. 65-74.

9. Мишурова О. И. Методологические подходы к изучению социальной ответственности / Результаты маркетинговых и социологических исследований // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 8 (69). С. 77-87.

8. Диагностика симптомокомплекса ответственности. URL: <https://psyttests.org/result?v=odlS9s3NEW&ysclid=m2xa1lblmj436000036>.

*Статья поступила в редакцию 10.09.24 г.  
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета  
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*