

УДК 159.9:35:364.13

ЛЮТА Л.П.*Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ*

МОНІТОРИНГ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В БІЗНЕС ОРГАНІЗАЦІЯХ

Стаття присвячена аналізу задоволеності потреб у працівників бізнес сектору. В якості інструментарію була використана методика діагностики рівня задоволеності актуальних потреб А.В. Капцова. Вибірку склали: торгово-посередницькі, інноваційно-впроваджувальні, банківські організації.

Продемонстровано, що рівень задоволеності вищих потреб, можна вважати показником ефективності соціальної політики організації. Виявлено зв'язок між розподілом засобів для задоволення потреб та збалансованістю соціального пакету. Зафіксовано, що задоволеність вищих потреб є свідченням реалізації політики соціально-відповідального бізнесу. Запропоновано систему заходів щодо задоволення виявлених потреб, враховуючи специфіку різних видів бізнес організації.

Ключові слова: класифікація потреб, рівень задоволення потреб, соціально-відповідальний бізнес, соціальна політика підприємства.

Постановка проблеми. Зміни в соціальній ситуації, які спричиняють появу нового способу життя, обов'язково змінюють характер соціальних потреб. Сьогодні українське суспільство перебуває в такій ситуації змін. Впровадження моніторингу у соціальній сфері має допомогти налагодити взаємодію в рамках нового способу життя. Найбільший досвід аналізу актуальних потреб є сьогодні в сфері бізнесу, оскільки кожен власник зацікавлений у високій продуктивності праці персоналу. Наявний досвід моніторингу доцільно використати для впровадження в державному та громадському секторі, з метою підвищення ефективності взаємодії фахівців соціальної сфери та нових груп клієнтів.

Мета нашого дослідження – з'ясувати ступінь задоволеності потреб у працівників бізнес сектору, як вияв ефективності соціальної політики підприємства.

Аналіз досліджень та публікацій з даної теми. Проблеми соціального захисту на підприємствах досліджувалися у працях А. Г. Антипова, Н. П. Борецької, А. О. Водяника, М. О. Лисюка та ін. Аналізом специфіки мотивації та стимулювання персоналу в організаціях займався А.С.Шапіро. На його думку, соціальна політика організації, як складова частина менеджменту являє собою заходи, пов'язані з наданням своїм працівникам додаткових пільг, послуг і

вишлат соціального характеру. В якості мотиваційного ресурсу управління соціальна політика має забезпечувати працівнику можливість задоволення його потреб, інтересів і ціннісних орієнтацій [5, с. 80]. Зв'язок соціальної політики та соціального забезпечення за умов ринкової економіки був у колі наукових інтересів Теренса М.Ганслі [2].

Потреба постає як особливий стан психіки, що сприймається або усвідомлюється як напруга чи незадоволення. Він є відображенням невідповідності між внутрішнім станом і зовнішніми умовами діяльності [1]. Потреба має бути усвідомлена. У свідомості відображається її предметний зміст. Тільки після розуміння людиною того, в чому сенс нової потреби, вона може спрямувати свою активність на пошук способу або предмета її задоволення. Лише актуальні потреби мають спонукальну силу, а їх предметний зміст відображається у сформованій системі цінностей.

Найбільш ґрунтовний аналіз потреб представлено в працях А. Маслоу. Він презентує їх у вигляді ієрархії, розпочинаючи з найнижчого рівня: фізіологічні потреби (голод, спрага, секс); екзистенційні потреби у (безпеці, комфорті, якості життя); соціальні потреби (прагнення у любові, прийнятті); потреба у повазі (самоповазі, високій оцінці власних досягнень); духовні потреби (пізнання, самоактуалізація, самовираження, самоідентифікація) [3].

Загалом соціальні потреби постають як поєднання біологічної та соціальної складової. Біологічне проявляється у вроджених прагненнях. Соціальне формується в процесі соціалізації, входження особистості у суспільство та сферу міжособистісних відносин. Використовуючи ієрархію А.Маслоу, можна зауважити, що зміст фізіологічних і екзистенційних потреб є вродженим. Наповнення конкретним змістом соціальних потреб залежить від соціального середовища, якості життя, місця в соціумі. Це не означає, що чим вища посада та вища якість життя, тим вищий рівень потреб. Суб'єктивно потреби можуть бути представлені у вигляді емоційно забарвлених бажань, потягів, прагнень.

Розрізняють соціальні потреби залежно від спрямування: для себе (самоствердження, спілкування, володіння власністю); для інших (альтруїзм, служіння для інших, захист слабкого, беспорядного, безкорисливе спілкування); разом з іншими (потреба в безпеці, свободі, приборканні агресії, об'єднання для вирішення актуальних завдань, зміна політичних режимів) [1].

Задовольняючи потреби, ми можемо безпосередньо чинити вплив на мотиваційну сферу. Виробнича ефективність за рахунок цього підвищується, оскільки людина відчуває найбільш повну реалізацію своїх можливостей та формує лояльність до роботодавця. Ефективно реалізована соціальна політика в бізнесі, це не лише соціально корисно, але й економічно доцільно.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характеристика вибірки. Підприємства приватної форми власності, з національною або змішаною належністю капіталу. За галузево-функціональним видом діяльності: торгово-посередницькі, інноваційно-впроваджувальні, банківські організації. За розміром, середньообліковою чисельністю працівників і сумою валового доходу від реалізації продукції - це великі підприємства. Загальна кількість досліджених підприємств 34: торгово-посередницькі – 15, інноваційно-впроваджувальні – 10, банківські – 9.

В якості інструментарію, ми використали методику діагностики рівня задоволеності актуальних потреб А.В. Капцова. Вона направлена на дослідження особистісних потреб працівників та виявлення групових тенденцій у задоволеності потреб. Ця методика адаптована до вивчення найбільш актуальних потреб особистості, пов'язаних з діяльністю та дає можливість сформулювати перелік видів діяльності, які незадоволені. Респондентам пропонували 15 тверджень, які вони оцінювали попарно, порівнюючи між собою. Порівнювалась ступінь переваги першого твердження з другим, потім з третім і т.д. Потім ту саму процедуру проводили з другим твердженням і усіма наступними, поки таблиця не була заповнена.

Методика передбачає діагностику трьох зон: 1 – зони повної задоволеності потреби; 2 – зони часткової незадоволеності потреби; 3 – зони повної незадоволеності потреби. За допомогою математичних методів обробки результатів діагностики отримані значення задоволеності потреб, ми перевели в стандартну шкалу. Цифрові значення. Якщо сума балів знаходиться в діапазоні 1-5, то потреба знаходиться в зоні задоволеності, 6-8 - зона часткової незадоволеності, 9-14 - зона незадоволеності. Інтегральні показники по рівню потреб наведено в таблиці 1.

На основі отриманих даних, ми можемо зробити висновки про рівень задоволеності групових потреб. Жоден інтегральний показник не знаходиться в діапазоні 1-5, що свідчить про відсутність повної задоволеності потреб. Всі інтегровані показники знаходяться в діапазоні 7,45 – 8,90 в межах часткової задоволеності з наближення до незадоволеності.

У торгово-посередницьких організаціях рівень задоволеності групи психофізіологічних та соціальних потреб знаходиться приблизно на однаковому рівні з коефіцієнтами 7,45 та 7,51. Це діапазон часткової задоволеності потреб. Показник задоволеності вищих потреб знаходиться на рівні 8,67, тобто впритул наближений до незадоволених потреб. Однак, якщо розглядати не інтегральні показники, а ступінь задоволеності конкретних потреб, то ситуація складається дещо інша. З психофізіологічних повністю задоволеною (4,22) є гедоністична потреба, яка виражається у потребі безпеки та задоволенні. Абсолютно протилежна картина спостерігається у незадоволенні потреби у домі-

нуванні (12,50). Такий результат може свідчити, або про відсутність потреби у домінуванні взагалі, або про відсутність можливості її реалізації у торговій сфері.

Таблиця 1.

Інтегральні показники рівня задоволеності актуальних потреб в різних видах організацій

Рівень	Назва потреби	Рівень задоволеності потреби		
		Торгово-посередницька	Інноваційно-впроваджувальна	Банківська
Психологічно-логічні потреби	1. Гедоністична потреба (безпека та задоволення)	4,22	4,34	6,21
	2. Потреба в емоційному спілкуванні	7,12	7,34	10,46
	3. Потреба в свободі	6,87	6,45	11,34
	4. Потреба у відновленні енергії	6,54	11,34	7,76
	5. Потреба в домінуванні	12,50	8,88	5,98
	Інтегральний показник	7,45	7,67	8,35
Соціальні потреби	6. Потреба в досягненні	6,11	7,72	6,46
	7. Потреба в спілкуванні (в емоційному насиченні)	7,74	7,61	9,71
	8. Потреба в пізнанні	4,43	6,65	10,12
	9. Потреба в підготовленості	11,12	8,00	8,45
	10. Потреба в статусі	8,18	8,22	6,83
	Інтегральний показник	7,51	7,64	8,31
Вищі потреби	11. Потреба бути особистістю	6,45	7,54	9,10
	12. Морально-естетичні потреби	9,60	9,11	8,76
	13. Потреба в сенсі життя	8,83	8,18	7,71
	14. Потреба в самовираженні	9,06	11,13	10,01
	15. Потреба в управлінні	9,43	8,18	9,03
	Інтегральний показник	8,67	7,1	8,9

Щодо соціального зрізу, незадоволеність потреби у підготовленості знаходиться на рівні (11,12), що демонструє невпевненість працівників в постійно мінливих умовах сучасної економічної ситуації. Разом з тим, цікавим є той факт, що повністю задоволеною (4,43) є потреба у пізнанні. Певною мірою, це свідчить про наявність протиріччя. Працівники однозначно достатньо обізнані, але потребують більшої підготовленості. Щодо вищих потреб, такої великої різниці у показниках немає. В більшій мірі працівники торгово-посередницьких організацій задоволені в потребі бути особистістю (6,45). Найбільші прагнення у задоволенні морально-естетичних потреб (9,60) та потреби в управлінні (9,43). Сучасна організація праці в торгівельних організа-

ціях, не дає можливості вираженню морально-естетичних прагнень, як у виробничому так і в повсякденному житті. Ступінь впливу на прийняття управлінських рішень, завжди буде залишатися сферою, яка не залежить від думки пересічних працівників.

В інноваційно-впроваджувальних організаціях коефіцієнти задоволеності потреб є найбільш рівномірно розподіленими та збалансованими. Інтегральні показники задоволеності соціальних і психофізіологічних потреб знаходяться на рівні 7,67 та 7,64. Загальне задоволення вищих потреб знаходиться на рівні 7,1. Серед психофізіологічних потреб є задоволеною потреба у безпеці та задоволенні (4,34). Організація праці та наявність ненормованого робочого дня виражається у потребі відновлення енергії (11,34). Робота в інноваційно-впроваджувальних організаціях у більшій мірі спонукає до задоволення потреби у самовираженні (11,13). Всі інші показники знаходять чітко в рамках часткової задоволеності.

В банківських установах ситуація суттєво відрізняється. Інтегральні показники задоволеності психофізіологічних та соціальних потреб знаходяться на рівні 8,35 та 8,31. Показник задоволеності вищих потреб, знаходиться на критично-перехідному рівні та складає 8,9. Серед психофізіологічних потреб максимально незадоволеними є потреба у свободі (11,34) та потреба у емоційному спілкуванні (10,46). Разом з тим досить високий рівень задоволення потреби у домінуванні (5,98). Це може свідчити про те, що професійна діяльність у такого типу організаціях є досить жорстко регламентована і не дозволяє прояву емоцій та почуттів. Однак, можливість спілкування з клієнтами щодо фінансових питань дає змогу задовольнити потребу у емоційному спілкуванні. Потреба у пізнанні, що належить до соціальних, у порівнянні з іншими організаціями абсолютно незадоволена (10,12). Робота з цій сфері не дає можливості отримання нових знань. Однак, банківські працівники в більшій мірі, мають можливість задовольнити потребу у досягненні (6,46) та потребу у статусі (6,83). Незалежно від фінансової винагороди працівники банків відчують, що мають високий статус у суспільстві та великі можливості соціальних досягнень.

Отже, порівнюючи організації різних галузево-функціональних видів за рівнями задоволеності потреб, можемо зробити наступний висновок. Торгово-посередницькі та інноваційно-впроваджені організації загалом мають вищий рівень задоволення потреб. Працівники інноваційних організацій мають більше задоволених вищих потреб та мають кращі умови для професійного зростання. Банківська сфера загалом мало сприятлива для розвитку, але надає можливість реалізації досягнень та підвищення соціального статусу.

Рівень задоволеності вищих потреб, можна вважати показником ефективності соціальної політики організації. Рівномірний розподіл засобів для задоволення потреб різних рівнів вказує на збалансо-

ваність соціального пакету. Часткова задоволеність вищих потреб є свідченням реалізації політики соціально-відповідального бізнесу.

Методика А.В. Капцова дозволяє також розрахувати інтегральні показники за видами діяльності. Ми маємо можливість оцінити коефіцієнти за п'ятьма видами діяльності: праця (сума потреб № 1, 6, 11 поділена 3); спілкування (сума потреб № 2, 7, 12, поділена на 3); пізнання (сума потреб № 3, 8, 13, поділена на 3); рекреація (сума потреб № 4, 9, 14, поділена на 3); управління (сума потреб № 5, 10, 15, поділена на 3). Детальна інформація представлена в таблиці 2. Величина показника пропорційна рівню незадоволеності певним видом діяльності.

Таблиця 2. Інтегральні показники рівня задоволеності потреб за видами діяльності

Вид діяльності	Зона задоволеності потреби		
	Торгово-посередницька	Інноваційно-впроваджувальна	Банківська
Праця	5,59	6,53	7,25
Спілкування	8,15	8,02	9,64
Пізнання	6,71	4,36	9,72
Рекреація	8,9	10,15	8,74
Управління	10,03	8,42	7,28

Аналіз коефіцієнтів за видами діяльності показує, що деякі види діяльності знаходяться в діапазоні незадоволених потреб, деякі – в зоні задоволених. Більшість показників свідчать про часткову задоволеність потреб.

Потреба в трудовій діяльності. Найбільш задоволеною її можна вважати в торгово-посередницьких організаціях (5,59). Найбільш незадоволені своєю трудовою діяльністю працівники банківських організацій (7,25). Інноваційно-впроваджувальні організації мають показник 6,53. Загалом ця сфера досить гарно організована в усіх видах підприємств.

Однак, показник задоволеності у спілкуванні дещо менший. В торгово-посередницьких та інноваційно-впроваджувальних організаціях, він становить 8,15 та 8,02 відповідно. В банківській сфері ця потреба потрапляє у ранг незадоволених взагалі (9,64). Це може свідчити про те, що працівники зосереджені тільки на виконанні функціональних обов'язків, які в першу чергу, полягають у спілкуванні з клієнтами на виключно професійну тематику. Сфера особистого спілкування не має можливості реалізації, тому і залишається

незадоволеною. В інших видах організацій показник вище тому, що спілкування передбачає елементи особистого в рамках професійного. Керівникам банківського сектору, можна було б порадити спрямувати соціальну політику підприємства на спілкування в середині колективу, що в кінцевому варіанті вплине на загальну задоволеність від роботи.

Досить різні результати були отримані, щодо потреби у пізнанні. В інноваційно-впроваджувальній галузі, яка за своєю суттю є пізнавальною, цей показник становить 4,36. Це свідчить про високу задоволеність потреби у даному виді організацій. В торгово-посередницьких організаціях цей показник є частково задоволеним 6,71. В банківських установах потреба у пізнанні є незадоволеною взагалі, оскільки професійна діяльність не вимагає створення нового. Інтегральний показник зафіксовано на рівні 9,72.

Потреба в рекреації має досить рівномірне розподілення у різних видах організацій. Однак, найбільше стомлення було виявлено в інноваційно-впроваджувальних організаціях, показник 10,15. Можливим варіантом пояснення є наявність емоційного виснаження в процесі напруженої інтелектуальної діяльності. Певний рівень незадоволеності потреби у рекреації є в торгових організаціях (8,9) та банківських установах (8,74).

Працівники торгово-посередницьких організацій мають найбільш незадоволену потребу в управлінні (10,03). В інноваційних (8,42) та банківських установах (7,28) потреба в управлінні частково реалізована.

Висновки. Аналіз задоволеності потреб в різних видах організацій дає змогу оцінити ефективність соціальної політики. Задоволені потреби є свідченням доцільності тих опцій, які включають соціальні пакети. Суттєво на задоволення потреб працівників впливають спосіб організації праці, соціально-психологічний клімат у колективі, система санкцій та заохочень. Щодо інтегральних показників рівня задоволеності, були виявлені такі задоволені потреби: гедоністична (торгово-посередницькі та інноваційно-впроваджувальні організації), домінування (банківські установи), пізнання (в торгово-посередницькі). Це свідчить про те, що у більшості організацій спосіб організації праці дає можливість повністю задовольняти базові психологічні потреби. Задоволеність соціальної потреби у пізнанні в торгово-посередницьких організаціях може бути ознакою того, що працівники відчувають, що потрібно для реалізації професійних функцій. Банківська система сьогодні створює умови для повної задоволеності потреби у домінуванні. На нашу думку, це викликано виключно нестабільною соціально-економічною ситуацією в країні та можливістю тиску на клієнтів.

Переважає більшість виявлених потреб знаходиться в діапазоні часткової незадоволеності. Однак, самим цікавим у проведенні на-

шого дослідження є дані щодо зони незадоволеності. Такий аналіз дозволить скорегувати існуючу або сформувати нову систему соціальної політики в середині організації. Виявлені результати свідчать про те, що банківська система суттєво відрізняється за своєю суттю та розумінням соціальної відповідальності. Найбільшої уваги у цьому секторі вимагають такі незадоволені потреби: свобода, самовираження, пізнання, емоційне спілкування та емоційне насичення. У якості рекомендацій можна запропонувати керівництву створити умови для спілкування працівників. Наприклад, організація благодійних акцій, збір коштів, підтримка дитячих будинків тощо, допоможе згуртувати колектив та розкрити особисті якості кожного. Головне, щоб зміст та характер акцій персонал обирав самостійно, що задовольнить потребу у свободі та самовираженні.

Працівники торгово-посередницьких організацій у більшій мірі відчують потребу у домінуванні та підготовленості. Це може бути свідченням того, що перед ними ставляться завдання для яких недостатньо існуючих навичок, що разом з тим викликає почуття приреченості та пригніченості. У якості побажань можна запропонувати організувати систему корпоративного навчання, яка підвищиться рівень компетенції та дозволить підвищити самооцінку.

В інноваційно-впроваджувальних організаціях працівники найбільше прагнуть відновити енергію, самовиражатися та морально-естетично розвиватися. Створення власного театру, проведення художніх майстер класів, могло б дати можливість відпочити та наснажитися. Змінюючи звичну сферу діяльності, ми відчуваємо потужний внутрішній резерв та можливість самовиражатися.

Впровадження конкретних рекомендації можливо лише після детального аналізу готовності працівників до їх втілення. Формування соціальних пакетів має бути зорієнтоване на виявлені проблеми, оскільки вони є показовими для сфери бізнесу. Постійний моніторинг потреб дає можливість налагодити ефективну взаємодію керівництва та працівників та дозволить не витратити зайві кошти. Формування соціального пакету підприємства має орієнтуватися тільки на актуальні соціальні потреби, які були виявлені в процесі моніторингу.

Перспективними напрямками подальших досліджень, можна вказати, пошук механізмів поширення системи моніторингу не лише на інші сфери бізнесу та громадські організації, але й на суспільство загалом. Швидка реакція на зміну соціальної ситуації дозволить динамічно розвиватися сфері соціальних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бережной Н.М. Человек и его потребности. – М.: Форум, 2000. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://lib.vvsu.ru/books/servis/>
2. Ганслі Теренс М. Соціальна політика та соціальне забезпечення за ринкової економіки / М. Теренс Ганслі. – К.: Основи, 1996. – 238 с.

3. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. / Пер с англ., СПб., Питер 2003 р., 352 с.
4. Спікер П. Соціальна політика: теми та підходи / П. Спікер. –К. : Фенікс, 2000. – 400 с.
5. Шапиро А.С. Мотивация и стимулирование персонала/ С.А. Шапиро - М.: Гросс Медиа, 2005. - 224 с.

REFERENCES

1. Bereznoj N.M. Chelovek i ego potrebnosti. – М.: Forum, 2000. – Jelektronnyj resurs. – Rezhim dostupa: <http://lib.vvsu.ru/books/servis/>
2. Gansli Terens M. Social'na politika ta social'ne zabezpechennja za rinkovoї ekonomiki / M. Terens Gansli. – К.: Osnovi, 1996. – 238 с.
3. Maslou A. Motivacija i lichnost'. 3-e izd./Per s angl., SPb., Piter 2003 p., 352 s.
4. Spiker P. Social'na politika: temi ta pidhodi / P. Spiker. –К.: Feniks, 2000. – 400 s.
5. Shapiro A.S. Motivacija i stimulirovanie personala/ S.A. Shapiro - М.: Gross Media, 2005. - 224 s.

УДК 159.9:35:364.13

ЛЮТА Л. П.

КНУ имени Тараса Шевченка, г. Киев

МОНИТОРИНГ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ КАК СПОСОБ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИЯХ

Статья посвящена анализу удовлетворенности потребностей у работников бизнес сектора. В качестве инструментария была использована методика диагностики уровня удовлетворенности актуальных потребностей А.В. Капцовой. Выборку составили: торгово-посреднические, инновационно-внедренческие, банковские организации.

Продемонстрировано, что уровень удовлетворенности высших потребностей, можно считать показателем эффективности социальной политики организации. Выявлена связь между распределением средств для удовлетворения потребностей и сбалансированностью социального пакета. Зафиксировано, что удовлетворенность высших потребностей является свидетельством реализации политики социально-ответственного бизнеса. Предложена система мер по удовлетворению выявленных потребностей, учитывая специфику различных видов бизнес организаций.

Ключевые слова: классификация потребностей, уровень удовлетворения потребностей, социально-ответственный бизнес, социальная политика предприятия..

UDC 159.9:35:364.13

L. P. LYUTA

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

МОНІТОРИНГ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В БІЗНЕС ОРГАНІЗАЦІЯХ

The article is devoted to the relationship and interaction in the system “Man - the urban environment.” In the example of the students in the classroom for environmental psychology shows how you can create awareness of man’s place and role in the protection, support and development of the urban environment, and - to create the elements of the urban environment that will make it so that it becomes a condition of ecological culture residents. With the use of specially designed tables to fill in, we form an understanding that urban resident has not only not detrimental to their own living environment, but also - to protect and develop it. There is need for the formation of ecological culture of the inhabitants of the city.

Ecological culture is defined as a system of individual moral and ethical norms, attitudes, knowledge, attitudes, goals and values. They relate to the relationship in the system “man - environment” and realized through environmental awareness and environmental activities through which is shown in the support, development environment and its elements to create. The definition of “ecological culture” is given in terms of the principle of the unity of consciousness and activity, which emphasizes that the human mind is formed and manifested in the activities. Thus, environmental consciousness is formed and manifested in human activity aimed at the environment. This activity can be both constructive and destructive. In turn, environmental consciousness has an impact on environmental activities. Environmental awareness and ecological activities realized in ecological culture.

Keywords: *ecological behavior; environmental awareness; environmental activities; habitat; ecological culture.*