

Hovoříme-li o sociologii práce či o průmyslové sociologii v SSSR (někdy se obou termínů používá jako synonym), je — právě tak jako v ostatních oborových sociologických disciplínách — nutné rozlišovat „akademickou sociologii“ a „podnikovou sociologii“.

Vědecko-organizační funkcí akademických (vysokoškolských) útvarů je organizovat jednotnou Věsvazovou sociologickou službu, centralizovaně poskytovat sociologům na jednotlivých pracovištích standardní metodiky a pomůcky, unifikovat dokumenty sloužící ke shromažďování primární informace a k jejímu zpracování na počítačích, vytvářet fond pracovních podkladů pro provádění sociologických výzkumů a budovat jednotnou banku dat. Akademická střediska vypracovávají společně s ministerstvy, Státním výborem pro vědu a techniku, Státním výborem práce SSSR a dalšími institucemi administrativně právní podklady: směrnice týkající se sociologické služby v podniku (sdružení), projekt jednotné Věsvazové sociologické služby a rovněž určují formální povinnosti objednavatelů (podniků, resortů) sociologické informace i práva a normy činnosti jejich dodavatelů, vypracovávají postupy patentování metodických instrumentů atd.

Organizace nových a reorganizace starých sociologických služeb v podnicích a odvětvích musí být plánovitým, přesně organizovaným, a nikoli živelným (jak tomu v praxi nejčastěji bývá) procesem, řízeným specialisty akademických středisek a zainteresovaných ministerstev. Zvláštní komise se přitom musí předběžně seznámit se situací, atestovat sociologickou službu a na základě vědeckého zdůvodnění rozhodnout o formách, úkolech a metodách její činnosti. Skutečná situace má ovšem velmi daleko k popsanému normativnímu ideálu, k metodologickým požadavkům a kánonům přísné vědy. Všechny články a oddělení jak akademické, tak podnikové sociologie musí nicméně usilovat o jejich realizaci.

Podniková sociologie, tj. všichni specialisté sociologové, kteří se zabývají vědeckovýzkumnou a prakticko aplikační činností bezprostředně v podnicích nebo odvětvích, představuje takovou úroveň sociologické vědy, jež má nejbližší k potřebám a požadavkům praxe. Podniková sociologie bývá také nazývána průmyslovou, hospodářskou nebo praktickou sociologií. Do dnešního dne bylo podle údajů odborníků Institutu sociální informace Akademie věd SSSR vytvořeno přes 500 oddělení sociologických služeb v podnicích a pracuje v nich přes 10 tisíc sociologů. O úrovni nasycenosti odvětví a podniků sociologickými kádry však lépe vypovídají nikoli absolutní, ale relativní údaje. Takové služby dnes „existují u necelých 10 % průmyslových podniků a sdružení a pouze u 15—20 % ministerstev a resortů, v několika oblastech a městech, v plánovacích orgánech některých krajů a republik“ [Gerčikov-Ryvkina 1983 : 93]. To však zjevně nestačí. „Například i v takovém průmyslovém odvětví, jakým je výroba zařízení pro oblast spojů, kde existuje nejrozvinutější síť sociologických oddělení v čele s tak uznávanými vůdčími středisky průmyslové sociologie, jakými jsou služby při Permském telefonním a Lvovském televizním závodě,

pracují sociologové jen ve třetině podniků. A téměř v 80 % podniku přitom tyto služby zajišťují 1—2 lidé“ [Podmarkov—Zajcev—Novikov 1977 : 167—168].

Jestliže se podíváme na sociologickou službu průmyslového odvětví, a nikoli jednotlivého podniku, vidíme, že má v současnosti tříúrovňovou strukturu: 1) horní úroveň představují odvětvová sociologická oddělení začleněná do odvětvových vědeckovýzkumných ústavů nebo středisek vědecké organizace práce a řízení; 2) střední úroveň tvoří pododvětvové sociologické služby začleněné do hlavní správy nebo resortních útvarů; 3) spodní a nejpočetnější úroveň představují sociologické služby podniků a sdružení, které jsou častěji podřízeny oddělení práce a mezd, oddělení vědecké organizace nebo kádrovému oddělení a méně často řediteli podniku nebo jeho náměstkovi (třebaže právě tato varianta je podle hodnocení odborníků i praktiků nejoptimálnější a nejúspěšnější). V souladu s touto služebně funkční subordinací se liší i početnost sociologických oddělení uvedených tří úrovní. Podle propočtů novosibírských vědců mají odvětvová sociologická oddělení od 8—10 do 25—30 pracovníků, pododvětvová oddělení nemají více než 10—15 odborníků a sociologické služby podniků představují v základě malé jednotky (o počtu 1—2 pracovníků), třebaže v poslední době se v podnicích stále častěji objevují sociologické útvary, laboratoře a oddělení o počtu 5 i více pracovníků [Gerčikov 1984 : 227—229]. Existují však i služby o gigantických rozměrech, například v Dněpropetrovském strojírenském závodě či v KamAZu (až 40 odborníků).

Je zřejmé, že vědecko-praktický přínos malých laboratoří je nepatrný. Pro střední podnik je optimální služba, kterou tvoří 6—7 specialistů základních sociálních profilů: sociolog, ekonom a psycholog. Této variantě se blíží služba ve sdružení „Vorošilovgradtěplovoz“. Existují však i jiná hlediska a metody propočtu. Je rozšířen názor, podle něhož na jeden tisíc pracujících je nutný jeden sociolog. Avšak i tyto počty jsou považovány za příliš nízké. Například V. I. Gerčikov se domnívá, že má-li sociologická služba plnit velmi četné a dosti různorodé funkce, úkoly a výzkumy, musí být přibližně stejně kádrově zajištěna jako oddělení práce a mezd či oddělení technicko-ekonomického plánování. Přitom se často uplatňují praktické důvody a mnohaleté zkušenosti z práce ve sféře podnikové sociologie. Praxe však ukázala, že ke stabilizaci pracovního kolektivu v Permském telefonním závodě (5 tisíc pracovníků a fluktuace 15 %) bylo třeba 10—14 pracovníků. K tomu, aby v Dněpropetrovském závodě úspěšně pracovala služba „Vaše nálada“, je dodatečně třeba 3—5 lidí. Je třeba brát v úvahu i pracovní náklady na provedení výzkumu, který vyžaduje 4—12 pracovních měsíců. Kromě toho je třeba vidět, že empirické průzkumy se v intenzivně pracujících službách uskutečňují 5—10krát za rok [Gerčikov 1984 : 229].

První sociologické služby v podnicích vznikly před více než 20 roky. Dnes již můžeme hovořit o nástupu druhé generace podnikových sociologů. K první, pionýrské generaci patří takové známé služby sociálního rozvoje, jako „Elektron“ (Lvov), „Rudý proletář“ (Moskva), „LOMO“ a „Světлана“ (Leningrad), Permský telefonní závod. Desítky odborníků, kteří se na počátku začali nazývat sociology, byly nyní vystřídány tisíci. Po celé zemi jsou známé služby Tiraspolského výrobního sdružení 40. výročí VLKSM, Dněpropetrovského strojírenského závodu V. I. Lenina, Kirovského závodu (Leningrad), automobilových sdružení AZLK, VAZ, KamAZ, podniku Uralelektrotražmaš (Sverdlovsk) aj. V roce 1974 zavedl Státní výbor práce SSSR oficiálně funkci sociologa do typových struktur podniků. Všesvazové ustanovení o sociologické službě však dosud neexistuje (i když v odpovídajících instancích je připraven a posouzen jeho projekt). Právě tak neexistuje ani kolektivní, oficiálně uzákoněný orgán

podnikových sociologů, který by koordinoval a řídil činnost služeb z jednoho centra. Místo toho se přípravou podnikových sociologů a konzultativní a organizační činností zabývají územně roztroušená, nečetná a vzájemně málo propojená akademická a vysokoškolská pracoviště. Taková situace se musí přirozeně negativně odrážet v efektivnosti podnikové sociologie.

V současnosti dosáhla podniková sociologie význačných úspěchů. Značně se rozšířil lvovský systém „Pulsar“, rižský systém výběru mistrů „Seržant“, dněpropetrovský systém „Pozornost“, permský systém stabilizace pracovního kolektivu, moskevský systém programově cílového řízení sociálního rozvoje kolektivu atd. Například v moskevském „Rudém proletáři“ se základem programově cílového řízení stal přesně koordinovaný čtyřsložkový systém shromažďování informace: zobecňování pokrokových domácích zkušeností, zahraničních údajů, analýza technických novinek atd. Sociologická klasifikace obsahuje 238 programově cílových úkolů (například adaptace mladých dělníků), byla zavedena průběžná pasportizace a vytvořena solidní banka metodik; každých pět let se provádí vyčerpávající sociologický průzkum, pro nějž byl organizován štáb tazatelů z řad inženýrsko-technických pracovníků podniku, uvolněných k těmto cílům na 3 měsíce. Sociometrická metodika sloužící k měření sociálně psychologického statusu pracovníka a stupně semknutosti a konfliktu v základním kolektivu, která zde byla vypracována, se rozšířila a získala uznání v desítkách jiných podniků.

Nemenší popularitu získal i permský systém stabilizace pracovního kolektivu. Za úspěšný je třeba považovat systém sociálního řízení kolektivu zavedený v Tiraspolském výrobním sdružení, který vychází z principu, že sociální funkce není záležitostí pouze jednoho oddělení, ale musí být rovnoměrně rozdělena mezi všechna správní oddělení (kádrové oddělení, oddělení práce a mezd, oddělení vědecké organizace práce, oddělení hlavního technologa atd.). Postup přenášení sociálních cílů na funkční oddělení je právně zakotven v Ustanoveních o jejich činnosti a je považován za součást plnění základních povinností [Čičilimov 1982 : 128]. V Tiraspolském výrobním sdružení byly vypracovány a zavedeny tři cílové programy na lhůtu 15 let: adaptace pracovníků, rekreace a výchovná práce. Velmi známé jsou i úspěchy sociologické služby Permského telefonního závodu.

Bez ohledu na význačné úspěchy jednotlivých sociologických služeb je celkový praktický přínos většiny sociologických oddělení, která jsou zpravidla málo početná a špatně doplňovaná, dosti malý. Důvodem je slabé vzájemné propojení akademické sociologie a podnikové aplikované vědy, nedostatky v organizaci vědecké práce, nevymezenost funkcí a úkolů sociologické služby, rozpornost metodických doporučení, která jí jsou poskytována, nedostatek sociologického vzdělání u hospodářských vedoucích pracovníků i u převážné většiny sociologů v praxi atd. Proto je v současné době možno konstatovat určitou disproporci ve vývoji podnikové sociologie: její kvantitativní růst probíhá na účet zhoršování některých kvalitativních ukazatelů, zvláště organizace vědecké práce, kooperace a koordinace činnosti. Nedostatky, které byly charakteristické pro podnikovou sociologii v extenzivní etapě jejího vývoje (v šedesátých a sedmdesátých letech) a nebyly včas odstraněny, se reprodukují i nyní, v osmdesátých letech. Jestliže chybí koordinace, výměna zkušeností, analýza chyb a šíření progresivních metod práce, pak nové sociologické služby, které se teprve utvářejí, nevyhnutelně reprodukují staré nedostatky a vady, chyby předcházející vývojové etapy.

Pro současný stav podnikové sociologie je tedy charakteristický principiální rozpor: zatímco společenská výroba se ve svém celku již dala cestou inten-

zívniho rozvoje a rezervy růstu produktivity práce se hledají ve zdokonalování její organizace, žije aplikovaná sociologie, jejímž úkolem je řešit sociální problémy společenské výroby, stále ještě v minulosti, houževnatě se drží extenzivní cesty. Nedostatečná hloubka výzkumných témat, dublování výzkumné problematiky, snaha vyřešit najednou mnoho úkolů, aniž by alespoň jeden z nich byl důkladně propracován, to vše nakonec znamená, že ve vývoji podnikové sociologie dominuje princip naturálního hospodářství, kdy vše, co je nezbytné pro vědeckou produkci — tj. vypracování instrumentáře, výzkumného programu, teoretické koncepce, shromáždění a zpracování dat, interpretace, praktická doporučení a mnoho jiného — se musí dělat vlastními silami, a přitom velmi primitivním způsobem. V takových podmínkách je často i dobrá metodika omezena jen na vnitropodnikové použití, rychle zastarává a malý rozsah jejího využití má tak nepatrný efekt, že neospravedlňuje ani vynaložené prostředky, čas a úsilí lidí. Podle přibližných odhadů specialistů se v zemi každoročně provádí více než 200 konkrétních sociologických výzkumů, které stojí stát deseti tisíce rublů. Jejich výsledky se však někdy ani nedostanou ke spotřebiteli.

O otázkách zvyšování praktické efektivnosti sociologických služeb, o přechodu k převážně intenzivnímu způsobu organizace vědy, o němž se stále častěji píše v literatuře, se diskutovalo na *Všesvazové vědecko-praktické konferenci o sociálním plánování* (Moskva 1983). Podstatu konkrétních návrhů a požadavků, které na této konferenci vyslovili podnikoví sociologové, lze charakterizovat takto: 1) je nutné zobecňovat a šířit cenné zkušenosti předních sociologických laboratoří země; 2) je nutné organizovat oponentury vědeckých programů, metodik a projektů sociologických služeb kompetentními vědci a odborníky; 3) je nutné připravit učebnice pro podnikové sociology, vypracované ve spolupráci s nimi; 4) je nutné vytvořit kolektivní orgán — Radu sociologických služeb — pro celou zemi, jejímž úkolem by bylo koordinovat sociologickou práci, poskytovat konzultace, šířit progresivní zkušenosti atd. Projevila se rovněž tendence k přeměně sociologických služeb v komplexní služby sociálního rozvoje, do nichž by se kromě sociologů stále častěji zapojovali také ekonomové, psychologové, právníci, inženýři a další specialisté. Domníváme se, že nový název *služba sociálního rozvoje podniku* lépe odpovídá potřebám praxe a současným tendencím rozvoje společenské výroby.

Systém dělby práce a vědeckých funkcí mezi akademickou a podnikovou sociologií, který existoval po dlouhá léta, dnes již ztrácí své oprávnění. V prvních etapách svého formování neměla ještě podniková sociologie vlastní modely a principy výzkumné činnosti a „první sociologické služby pracovaly pod metodickým vedením akademických nebo vysokoškolských sociologů, osvojovaly si tam přijaté modely a normy výzkumné práce a pokoušely se budovat svou činnost podle těchto vzorů“ [Gerčikov 1984 : 217]. Přejímaly někdy dosti složité výzkumné programy, teoretická schémata i metodický instrumentář, jejichž použití často přesahovalo možnosti málo početné a nepřipravené služby.

Diferenciace obou těchto úrovní je dána různými cíli: úkolem akademické sociologie je odkrývat základní zákonitosti, reprezentativní pro zemi jako celek nebo pro velké geografické regiony, kdežto logika aplikovaného výzkumu směřuje ke zkoumání jednotlivého průmyslového objektu. Specifičnost aplikovaného výzkumu, již se podnikoví sociologové musí především zabývat, je dána především tím, že struktura socialistické společenské výroby je dosti nestejnorodá v tom smyslu, že podniky se vzájemně podstatně liší nejen odvětvovou příslušností (typem výroby), početností a složením pracovníků podle profesí, ale také řadou jiných parametrů, mezi něž patří zejména pracovní podmínky, charakter a obsah práce. Proto se obecné zákonitosti vědeckotech-

nického pokroku, vlastní celé společnosti, projevují v každém konkrétním podniku různým způsobem. Sociolog v podniku má také co činit s typickými situacemi, do nichž jsou však vnášeny podstatné korekce, v nichž se projevuje specifičnost, neopakovatelnost jednotlivého případu. Jeho úkolem není ani tak popsat obecné pravidlo, jako spíše stanovit výjimky z tohoto pravidla. Nalezení přesné proporce mezi obecným (typickým) a zvláštním (netypickým) pomáhá správně určit taktiku výzkumu, modifikovat standardní (a často příliš komplikované) metodiky vzhledem k vlastním cílům a úkolům. Zprostředkující funkce převodu obecných zákonitostí do jazyka praktické situace je právě tím, co určuje místo a úlohu podnikového sociologa v systému vědecké dělby práce.

Progresivní pohyb ve vědecké činnosti podnikových sociologů, jenž lze v poslední době pozorovat, tedy spočívá v tom, že otrocky nepřijímají normy a metody, které jim byly „vnucovány“ akademickou sociologií, ale vypracovávají své vlastní, lépe odpovídající jejich potřebám. Staré paradigma, podle něhož „hlavní věcí je výzkum, zatímco praktické uplatnění je druhořadou aplikací“, ztrácí své pozice. Je stále zřejmější, že vědecká činnost na tomto důležitém úseku výrazně mění svou orientaci ve prospěch prakticky uplatňovaných či, jinými slovy, socioinženýrských projektů. Hodnota práce podnikových sociologů je v současnosti — a bude i perspektivně — určována závažností konečných výsledků, tj. sociálních přeměn uskutečněných v pracovním kolektivu, a nikoli počtem provedených výzkumů, napsaných zpráv a hlášení řídicím orgánům. V souladu s tím se mění i úkoly a charakter vědecko-praktické činnosti: za prvé (a v tom plně souhlasíme s názorem V. I. Gerčikova), podnikový výzkum nesmí být popisný, ale musí mít socioinženýrský, konstruktivně aplikací, k praktickému uplatnění směřující charakter; za druhé, a to je třeba rovněž zvlášť zdůraznit, musí být interdisciplinární, musí se provádět ve spojení a za bezprostřední účasti ekonomů, psychologů, inženýrů a dalších specialistů. Z toho vyplývají i nové nároky na metodologii aplikovaného výzkumu. Na jedné straně se ve větší míře než dříve uplatňují nikoli subjektivní, ale objektivní metody shromažďování dat zachycujících fakty, zejména například analýza statistické informace vnitropodnikové dokumentace. Na druhé straně se upouští od anketního dotazování a přechází se na metody interview a expertního dotazování. Pokud se používá i anket, nezaměřují se na studium subjektivně psychologických orientací, struktury osobnosti atd., ale na studium veřejného mínění kolektivu a zjišťování praktických doporučení, návrhů a přání pracovníků. Na základě jejich zobecnění a rovněž za účasti expertů se vypracovávají projekty řešení různých problémů. Často se stává, že konkrétní sociální problém, například snížení fluktuace kádrů, je dosti jednoduchý a v jiných podnicích je řada pozitivních zkušeností s jeho řešením. Proto není třeba provádět rafinované empirické výzkumy založené na složitém vědeckém programu. Podnikový sociolog nyní vystupuje v úloze socioinženýra a používá těch metod a způsobů řešení, které jsou adekvátní konkrétní situaci a nejsou diktovány vědeckými kánony. Tyto kánony nadto často nelze přizpůsobit podnikové situaci. Ve vědecké (přesněji řečeno akademické) literatuře je mimo jiné velmi nedostatečně propracována logika a metodologie aplikovaného výzkumu, nejsou prostudovány jeho možnosti, podmínky použití netradiční techniky, metodika převodu empirické informace v systém řídicích rozhodnutí a praktických doporučení. Se vši určitostí lze říci, že zavádění vědeckých poznatků do praxe nevyžaduje menší, ale někdy i větší úsilí a talent než tradiční činnost spojená s odkrýváním nových poznatků.

V literatuře se úkoly a funkce podnikové sociologie vymezují různě, neboť názory na tuto otázku se také různí [Ekonomika i organizacija 1981, 1982, 1983,

1984]. Proto nepřekvapuje, že v ustanoveních o sociologické službě, vydávaných různými ministerstvy, a v metodologických doporučeních k jejímu zřizování často vzniká zmatek: sociologům jsou připisovány ty funkce a úkoly, které plní jiná funkční oddělení, specifika tohoto druhu vědecké práce není brána vedením v úvahu, její úloha není adekvátně chápána.

Na základě zobecnění literatury a empirických údajů můžeme uvést tři nejčastější vymezení úkolů a funkcí sociologické služby:

- 1) Vymezení „monofunkční“, které přisuzuje podnikovým sociologům jednu hlavní funkci (úkol) — *studium základních sociálních problémů a procesů v podniku* — přičemž všechny ostatní funkce plní jen podřízenou úlohu. Podle názoru A. Velička a V. Podmarkova se tato funkce rozpadá na řadu úkolů: správné rozmístění a výběr kádrů, zabezpečení koordinovanosti podnikových služeb, informování kolektivu o plnění plánu, zvyšování kvalifikace pracovníků, udržování stavu správního aparátu v optimálních hranicích nemůže být prvkem činnosti sociologů, ale patří do kompetence vedení podniku. Dalším nedostatkem je orientace na detailní, druhořadé úkoly a zanedbání vymezení hlavních kritérií činnosti.
- 2) Vymezení pěti základních funkcí sociologické služby (V. I. Gerčikov): a) *sociálně plánovací funkce*, b) *sociálně problémová funkce*, c) *zabezpečování „styčných bodů“ technického, ekonomického a organizačně výrobního pod-systému podniku se sociálním podsystémem* (lidským faktorem), d) *sociálně osvětová* (učební) *funkce*, e) *občanská funkce* [Podmarkov—Zajcev—Novikov 1977 : 167—168]. Tento přístup je celkově přesvědčivější než první přístup, ale i on má své vady. Jednou z nich je nejasné zdůvodnění klasifikace funkcí vzhledem k jejich rozsahu a významu. Nedostatečně je rozpracována a zdůvodněna zejména poslední, občanská funkce, jejíž náplní má být realizace demokratického stylu řízení prostřednictvím sociologických výzkumů a dotazování. Zdokonalování stylu řízení může být jako podúkol začleněno do jiných funkcí, například do první funkce, a pokud jde o provádění výzkumů, je prerogativou druhé funkce. Problém určení funkcí je však v tomto přístupu postaven správně. Je třeba ovšem upozornit i na jinou zvláštnost — na spojení funkcí s praktickými možnostmi služby. Ukazuje se, že poměr uvedených funkcí závisí na statusu a počtu pracovníků sociologické služby, na její subordinaci a rovněž na kvalifikaci sociologů samých i na pozici vedoucích pracovníků [Gerčikov 1984 : 217]. Právě v závislosti na těchto faktorech si konkrétní služba vybírá ty funkce, které je schopna nejúspěšněji plnit, přičemž na čas upouští od řešení jiných úkolů.
- 3) Uprostřed (bereme-li v úvahu jen jedno kritérium, tj. počet funkcí) mezi oběma uvedenými přístupy stojí podle našeho názoru třetí vymezení, vypracované A. I. Prigožinem, který vyčleňuje tři funkce: *výzkumnou, konzultativní a vzdělávací*. Výzkumná funkce se přitom neomezuje jen na vědeckoteoretické poznání a provádění empirických výzkumů podle vzoru akademické sociologie. Sociolog se musí orientovat především na socioinženýrský přístup, tj. jak na získávání teoretických výsledků, tak na jejich praktické využívání při řešení vnitropodnikových úkolů [Podmarkov—Zajcev—Novikov 1977 : 167—168]. Celkově lze tento přístup nazvat syntetickým přístupem, spojujícím oba předešlé. A třebaže se v něm nepřihlíží k některým současným tendencím, které se objevily v polovině osmdesátých let, je dostatečně plodným základem pro další rozvíjení a všestranné propracování dané otázky.

Naším cílem ovšem nebylo osvětlit a široce analyzovat všechny důležitější směry a vývojové tendence podnikové sociologie či vyčerpávajícím způsobem

rozebrat úkoly a funkce sociologické služby v podnicích SSSR. Dosud zde neexistuje jednotná přístupů a reálná praxe se stále rozšiřuje a obohacuje vědce novými problémy a otázkami.

Závěrem je nutno upozornit na jeden významný moment. Přechod od extenzivního k převážně intenzivnímu způsobu utváření a formování podnikové sociologie probíhá ve složité situaci. Jejím podstatným rysem je to, že nejsou důsledně vyřešeny úkoly a odstraněny mezery historicky a logicky předcházející etapy, a již se tu v plné síle objevují nové, složitější otázky podmíněné další vývojovou etapou. Jak si počínat v této složité a rozporné situaci? Rozhodující slovo tu musí říci v první řadě akademická sociologie, u níž úroveň metodologických prací zjevně zaostává za potřebami praxe a úkoly socialistické výroby. Jinými slovy, sociologická teorie musí být nejen zobecněním praxe (jako tomu bylo dosud), ale musí zajišťovat kvalitativní narůstání vědeckého poznání, předstihovat zkušenost a praxi. Právě v tom spočívá její základní poslání. Jen v takovém případě se může povznést na úroveň současných požadavků a podstatně zvýšit svou autoritu, efektivnost a kvalitu svých vědeckých doporučení.

Přeložil Ota Vochoč

Literatura

- Čičilimov, V. V.: *Zavodskoj sociolog v sistěme upravlenija kollektivom*. Sociologičeskije issledovanija 1982, No 4.
- Gerčikov, V. I. — Ryvkina, R. B.: *Sociologičeskij „treugolnik“*. EKO 1983, No 3.
- Gerčikov, V. I.: *Socialnoje planirovanije i sociologičeskaja služba v promyšlennosti*. Novosibirsk, Nauka 1984.
- Podmarkov, V. G. — Zajcev, A. K. — Novikov, V. V.: *Problemy zavodskoj sociologii*. Sociologičeskije issledovanija 1977, No 3.
- Prigožin, A. I.: *Sociologija organizacij*. Moskva, Nauka 1980.
- Veličko, A. — Podmarkov, V.: *Sociolog na predprijatii*. Moskovskij rabočij 1976.
- Viz například výběr materiálů o podnikové sociologii v časopisech *Ekonomika i organizacija promyšlennogo proizvodstva* (1981 No 11, No 12; 1982 No 5, No 7, No 8), *Sociologičeskije issledovanija* (1982 No 2, No 4; 1983 No 2, No 3; 1984 No 1, No 3).