

УДК 316

Формальные и неформальные механизмы общественного контроля деятельности коммерческой организации**Бокарева В.Б.**

Кандидат социологических наук

Сакович С.М.

Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Московского городского педагогического университета Института психологии, социологии и социальных отношений

В статье обоснована необходимость повышения эффективности деятельности коммерческих предприятий посредством методов социального контроля. Приведены результаты опроса представителей бизнеса, на основании которых определены актуальные направления формального и неформального контроля деятельности современных коммерческих организаций. Предложены меры по их реализации.

Ключевые слова: коммерческая организация, социальный контроль, формальный социальный контроль, неформальный социальный контроль.

Современная коммерческая организация нуждается в комплексном всестороннем подходе к повышению эффективности деятельности, минуя узкоэкономическую составляющую. Важной подсистемой социального управления предприятия является социальный контроль.

На любую коммерческую организацию оказывают влияние различные объединения, движения, партии и другие институты гражданского общества, т.е. те организации, члены которых прямо или косвенно зависят от ее деятельности [1, с. 110]. С позиции структурно-функционального подхода, социальный контроль деятельности коммерческой организации подразделяется на формальный и неформальный.

Формальный социальный контроль деятельности коммерческой организации осуществляется органами государственной власти, руководством организации и выполняет основную роль поддержания определенного социального порядка на предприятии. Выделены три типа такого контроля: административный, политический и судебный. В связи с чем, основными методами его реализации являются:

принуждение, пропаганда, влияние авторитета, групповое давление, наказание [2, с. 103].

В нашей стране основными органами, осуществляющими формальный социальный контроль, являются: Прокуратура РФ, Счетная палата РФ, Федеральная служба безопасности, организации финансового контроля и т.д. Помимо государственных, возрастающую роль в регулировании деятельности предприятий играют общественные организации (экологические, в сфере защиты прав потребителей, контроля над трудовыми отношениями и т.д.) депутаты различных уровней [3].

Неформальный социальный контроль деятельности коммерческой организации осуществляется общественными объединениями, членами организации, так же включает внутренний самоконтроль членов организации. Он проявляется в неофициальной поддержке, одобрении, осуждении, определенной регламентации деятельности со стороны социальных групп, а также самоконтроле. Как правило, ценности и нормы поведения, на которых основывается такая оценка, закреплены в традициях, обычаях.

Согласно результатам проведенного исследования (экспертный опрос, N = 12), 50 % экспертов высказались за необходимость совершенствования механизмов социального контроля деятельности коммерческих организаций.

Разумеется, недостаточно поставить цель управления и достичь ее, важно применить методы социального контроля над ее реализацией, замерить результативность, при необходимости внести корректировки на любом этапе деятельности [4, с. 115]. Как показало исследование, 92 % экспертов оценивают степень вовлеченности руководителей коммерческих предприятий в деятельность отраслевых ассоциаций и организаций как низкую. В связи с чем, важно привлекать представителей бизнеса для участия в этом направлении. Параллельно с этим следует повышать престиж и идеологизировать деятельность таких общественных объединений.

Социальный контроль обеспечивает защиту действующего в социуме набора ориентиров, норм, поддерживает социальный порядок [5, с. 93-94]. Тем самым он стандартизирует формы общественного поведения, не вызывающие недовольство большинства [6, с. 19-22]. С позиции структурно-функционального подхода, социальный контроль подразделяется на: внутренний (усвоение и приобщение к социальным ценностям, нормам); непосредственный (воздействие принуждением); косвенный (идентификация с референтной группой); равный доступ к ресурсам (разрешенный законодательно). С позиции психологии, социальный контроль над деятельностью коммерческого предприятия имеет формы внешнего, внутреннего, взаимоконтроля и самоконтроля. Он является одним из механизмов системы социального управления организацией.

Таким образом, социальный контроль деятельности коммерческих организаций – это целенаправленное воздействие субъекта управления на этот объект, формирующее у него желаемые ценности и модели поведения [7, с. 100]. Как показывает социальная практика, он реализуется следующими основными путями: определение границ и условий в поведении; подбор и использование оптимальных

методов и инструментов его реализации; выявление и пресечение девиаций от установленных норм. Поскольку механизмы социального контроля регламентированы и алгоритмизированы, он представляет собой социальную технологию.

Актуально использовать результаты проведенного опроса. База исследования: малые коммерческие предприятия Нижегородской области. Применена методика кластерной выборки. Выделено 20 кластеров предприятий: промышленное производство, научно-технологический, розничная торговля, общественное питание и другие. Генеральная совокупность 24521 чел. (владельцы и руководители этих предприятий). Выборка составила 509 чел., ошибка выборки – 4,3 %. Экспертный опрос был проведен среди руководителей информационно-аналитических центров, местных органов власти, представителей бизнес-ассоциаций в Нижнем Новгороде и Нижегородской области (12 человек, 2015 г.).

Как показали результаты исследования (см. табл. 1), 94 % руководителей коммерческих предприятий считают реализуемые меры формального социального контроля поддержки коммерческих организаций неэффективными. Наряду с этим, 91 % респондентов придерживаются аналогичного мнения о мерах неформального социального контроля. Социальный контроль повысит качество политической деятельности коммерческих организаций; усилит гражданскую активность коммерсантов и различных социальных групп; улучшит качество товаров и услуг, реализуемых коммерческими орга-

Таблица 1

Результаты опроса представителей бизнеса

1	Как Вы охарактеризуете действующие механизмы формального контроля деятельности коммерческих организаций (выберите 1 из 2-х вариантов ответов)?	Эффективные	30	6 %
		Неэффективные	479	94 %
2	Как Вы охарактеризуете действующие механизмы неформального контроля деятельности коммерческих организаций (выберите 1 из 2-х вариантов ответов)?	Эффективные	45	9 %
		Неэффективные	464	91 %
3	Какие механизмы формального социального контроля деятельности коммерческих организаций необходимо развивать в первую очередь	Определение карательных мер за недобросовестное выполнение должностных обязанностей со стороны сотрудников государственных органов	453	89 %
		Четкая регламентация деятельности	443	87 %
		Увеличение уровня авторитетности института социального контроля	377	74 %
4	Какие механизмы неформального социального контроля деятельности коммерческих организаций необходимо развивать в первую очередь	Повышение качественного уровня взаимодействия и сплоченности коммерческих организаций	417	82 %
		Закрепление в общественном сознании положительных социальных стереотипов поведения руководителя организации	351	69 %
		Создание матрицы оценочных критериев деятельности коммерсантов	315	62 %

низациями; создаст условия поддержки и развития их деятельности.

В направлении повышения рационализации существующих механизмов формального контроля, согласно мнению большинства опрошенных представителей бизнеса (89 %), в первую очередь необходимо конкретизировать и систематизировать меры общественного наказания за недобросовестное выполнение своих должностных обязанностей представителями органов власти. Для этого предлагается реализовать следующее: ужесточить санкции; разработать механизмы взыскания штрафов в пользу коммерсантов; упростить механизм назначения негативных санкций.

На втором месте по актуальности (87 % участников опроса поддержали эту меру) четкая регламентация деятельности формального социального контроля. Для решения этой задачи важно создать внутри муниципальных образований уполномоченные общественные объединения, выполняющие функции социального контроля предприятий малого, среднего и крупного бизнеса. Для обеспечения их деятельности необходимо разработать соответствующие механизмы на базе муниципальных образований.

Для реализации третьего актуального направления (было поддержано 74 % опрошенных) значимо повышение авторитета института социального контроля в обществе и непосредственно в бизнес-среде. В этой связи необходимо идеологизировать и доказать социальным группам значимость применения технологий формального социального контроля посредством привлечения СМИ, политических партий и некоммерческих ассоциаций; разработать модель-ориентир для самих организаций и других участников этой деятельности; закрепить все положения и механизмы в нормативных документах и инструкциях.

Что касается наиболее значимых механизмов усиления неформального социального контроля над деятельностью коммерческих организаций, необходимо первоочередно укрепить социальную сплоченность и солидарность бизнес-сообществ, так считает 82 % опрошенных представителей бизнеса. В связи с чем необходимо на регулярной основе организовывать встречи по обмену опытом успешного ведения бизнеса между начинающими и развитыми предприятиями. Здесь важна роль технологий коллегиального планирования развития бизнес-среды регионов с привлечением сотрудников муниципальной и региональной власти, независимой общественности и СМИ.

Вместе с тем, 69 % респондентов высказались за значимость реализации меры по упрочению в сознании общественности четких положительных социальных стереотипов поведения коммерсанта. Поставленная задача достигается посредством реализации проекта культивирования положительного

образа представителя бизнеса в образовательной среде, в СМИ. Трансляция положительных ролевых моделей должна осуществляться несколькими путями и через разные каналы коммуникации: печатные издания, Интернет-порталы; интерактивные проекты, посвященные историям успешного и социально ответственного бизнеса с привлечением специализированных ассоциаций.

Третьей по значимости мерой усиления неформального социального контроля деятельности коммерческих организаций, по мнению 62 % респондентов, является создание матрицы оценочных критериев успешности и социальной ориентированности деятельности коммерческого предприятия, регулярное применение ее в практике, открытость в оглашении результатов. Актуально использовать механизмы: совместная (коммерсанты, представители государственных органов, представители некоммерческих ассоциаций) выработка критериев этой шкалы оценок; последующее ее тестирование и корректировка с проведением общественных обсуждений; интеграция данной оценочной матрицы с показателями экономического, социального, культурного и политического уровня развития регионов.

Таким образом, реализация формальных и неформальных механизмов общественного контроля деятельности коммерческих организаций позволяет решить значимые для общества задачи: рационализировать механизмы взаимодействия между коммерческими организациями, общественными ассоциациями и органами власти; улучшить социальную поддержку эффективного бизнеса; повысить уровень социальной стабильности в обществе; повысить степень социальной активности бизнеса. Все эти меры позволят российскому бизнесу стать в большей степени социально ориентированным без потери коммерческой эффективности и повысить уровень общественного доверия к его деятельности.

Литература:

1. Гостев А.Н. Общественный контроль производственных компаний // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Регионоведение: философия. История, социология, политология, культурология». – 2015. – Вып. 3. – С. 108-116.
2. Бокарева В.Б. Социальная технологизация развития малого бизнеса посредством социального контроля // Философия социальных коммуникаций. – 2012. – № 1 (18). – С. 98-108.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2014 г. № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации». – URL: <http://www.rg.ru/2014/07/23/zakon-dok.html>
4. Бокарева В.Б., Сакович С.М. Социальные технологии в подготовке кадров для коммерческой сферы в высших учебных образовательных организациях // Философия социальных коммуникаций. – 2015. – № 4 (33). – С. 114-119.
5. Сакович С.М., Демидова С.С. Мотивация руководящего состава производственных компаний на оптимизацию общественного управления // Вестник Адыгейского государственного университета (серия «Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология»). – 2015. – № 4. – С. 90-97.
6. Гостев А.Н., Алтухова О.А. Общественный контроль деятельности мировых судей: образовательный аспект // Социология образования. – 2015. – № 9. – С. 17-27.
7. Бокарева В.Б. Рекомендации по рационализации методов управления малым бизнесом // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 12 (Т. 1). – С. 97-99.

Formal and Informal Mechanisms of Social Control for the Commercial Organization*V.B. Bokareva**S.M. Sakovich**Moscow City Pedagogical University*

The paper dwells upon the necessity to increase the efficiency of commercial enterprises activities by methods of social control. The authors present the results of the survey conducted among the representatives of business, on the basis of which current trends in formal and informal monitoring activities of modern business organizations are identified and measures for their implementation are proposed.

Key words: business organization, social control, formal social control, informal social control.

