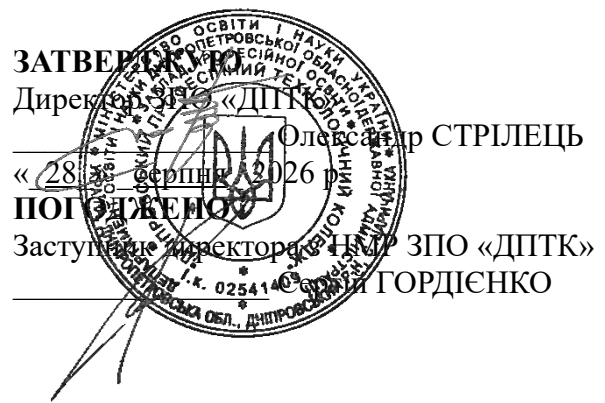




АКАДЕМІЧНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІОЛОГІЯ» Спеціальність: J8 Автомобільний транспорт

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНА СТРУКТУРА СУСПІЛЬСТВА

ЛЕКЦІЯ 1. СОЦІОЛОГІЯ ЯК НАУКА ПРО СУСПІЛЬСТВО: ОБ'ЄКТ, ПРЕДМЕТ, СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ В УМОВАХ ДЕМОКРАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Вступ. Інженерія та суспільство: точки перетину

Для фахівців у галузі автомобільного транспорту розуміння технічних процесів, механіки та логістики є фундаментальним, однак жодна транспортна чи інфраструктурна система не існує у вакуумі. Вона створюється людьми і для людей. Здобуваючи фахову передвищу освіту в стінах ЗПО «Дніпровський професійний технологічний коледж», майбутній інженер або керівник автотранспортного підприємства має усвідомлювати, що будь-яка організація — це насамперед складний соціальний механізм. Сучасний етап розвитку вимагає від фахівця не лише технічної грамотності, але й глибокого розуміння закономірностей функціонування суспільства, вміння аналізувати соціальні відносини та керувати трудовими колективами. Саме це завдання виконує соціологія — наука, що озброює нас інструментарієм для розуміння соціальної реальності.

Розділ 1. Передумови виникнення соціології в контексті індустріальної революції та урбанізації

Соціологія як самостійна академічна дисципліна має відносно коротку історію, але довге минуле. Офіційно назву «соціологія» запровадив у 1838 році французький філософ Огюст Конт, утворивши поняттєве зрощення з латинського «*socius*» (громада, суспільство) і грецького «*logos*» (мудрість, знання).

Виникнення цієї науки не було випадковим явищем кабінетних філософів; воно стало інтелектуальною відповіддю на колосальний суспільний злам, спричинений революціями XVIII століття, зокрема Великою французькою революцією та Індустріальною революцією. Перехід від традиційного аграрного суспільства до модерного, індустріалізованого супроводжувався масовою урбанізацією та докорінними змінами у способах виробництва.

Цей процес нерозривно пов'язаний із розвитком транспортної інфраструктури. Саме транспортні артерії стали запорукою переміщення великих мас людей (робочої сили) до міст, забезпечивши небачену раніше просторову (горизонтальну) мобільність. Водночас індустріалізація породжувала нові соціальні проблеми: жорстку експлуатацію, розпад традиційних спільнот, відчуження працівників та зростання соціальної напруги. Суспільство потребувало раціонального керівництва, підстави якого повинна була забезпечити нова наука, що спирається на емпіричні факти та закони — соціологія.

Розділ 2. Об'єкт і предмет соціологічного пізнання: системний підхід

Для чіткого наукового позиціонування соціології необхідно розмежувати її об'єкт та предмет.

Об'єктом соціологічного пізнання виступає суспільство як цілісна соціальна реальність. Проте сучасна соціологія відходить від повсякденного отождествлення суспільства виключно з населенням конкретної держави (наприклад, українським суспільством) або простою популяцією індивідів. Суспільство розуміється як особливий рід реальності, поле соціальних відносин у безперервному процесі становлення, де індивіди поєднані різноманітними зв'язками, структурними залежностями та спільною культурою.

Предметом соціології, на відміну від об'єкта, є специфічний кут зору, під яким досліджується ця реальність. Предметом є соціальні дії, соціальні відносини, соціальні інститути та об'єктивні закономірності їхнього функціонування й розвитку. Якщо, наприклад, психологію цікавить внутрішній світ людини, то соціологія вивчає, як соціальні позиції (наприклад, статус інженера-технолога чи керівника автотранспортного підприємства) та культурні правила формують поведінку людей в організаціях.

Розділ 3. Соціологія як мультипарадигмальна наука

Оскільки соціальна реальність багатовимірною, вона не може бути вичерпно описана однією універсальною теорією. Тому соціологія є мультипарадигмальною наукою, що спирається на кілька базових макро- та мікросоціологічних підходів.

– **Структурно-функціональний аналіз (Е. Дюркгайм, Т. Парсонс):** Розглядає суспільство як складну систему, подібну до живого організму, де кожен елемент (інститут) виконує певну функцію для підтримання стабільності та рівноваги. У цьому контексті транспортна галузь виконує життєво важливу функцію адаптації, координації та логістичного забезпечення всіх підсистем соціуму.

– **Теорія соціального конфлікту (К. Маркс, Р. Дарендорф):** Акцентує увагу на тому, що суспільство пронизане нерівністю, конкуренцією та боротьбою за обмежені ресурси (владу, багатство, престиж). Розвиток суспільства розглядається через призму вирішення конфліктів, що є вкрай актуальним для розуміння соціально-трудових відносин на підприємствах та механізмів стратифікації.

– **Символічний інтеракціонізм (Дж. Г. Мід, Ч. Кулі):** Фокусується на мікрорівні — на повсякденних взаємодіях (інтеракціях) індивідів. Цей підхід аналізує, як люди надають значення своїм діям та символам у процесі комунікації, як формується їхнє соціальне «Я» (ідентичність), що є ключем до побудови ефективної комунікації в трудовому колективі та розуміння корпоративної етики.

Розділ 4. Трирівнева структура соціологічного знання

Сучасна соціологія характеризується чіткою ієрархічною структурою, яка дозволяє переходити від найвищих теоретичних абстракцій до розв'язання конкретних виробничих завдань.

1. **Фундаментальна соціологія (Загальна соціологічна теорія):** Вивчає найбільш загальні закони розвитку суспільства, формує концептуальний апарат науки (наприклад, поняття глобалізації, соціальної структури, культури).

2. **Галузеві соціологічні теорії (Теорії середнього рівня):** Концепція, яку запропонував видатний американський соціолог Роберт Мертон. Це теорії, які досліджують закономірності розвитку окремих сфер суспільного життя. Для спеціальності «Автомобільний транспорт» визначальними є:

– *Соціологія організацій* (аналіз підприємств як соціальних систем);

- *Соціологія праці та управління* (дослідження мотивації, соціально-трудових відносин, лідерства);
- *Соціологія мобільності та транспорту* (вивчення впливу інфраструктури на демографію, міграцію та стратифікацію).

3. **Прикладна (емпірична) соціологія:** Базується на розробці програм досліджень та зборі конкретних фактів за допомогою спеціалізованих методів (анкетування, інтерв'ю, контент-аналіз, фокус-групи). Це той практичний інструментарій, який необхідний сучасному інженеру для вивчення якості транспортних послуг, оцінки потреб пасажирів чи аналізу задоволеності персоналу автосервісу.

Розділ 5. Функції соціології в умовах демократичних трансформацій та транзитивного суспільства

Українське суспільство перебуває у стані глибоких інституційних та культурних змін, які соціологи називають транзитивними (перехідними). Формування вільного демократичного суспільства, утвердження верховенства права та подолання посткомуністичної культурної травми вимагають науково обґрунтованого підходу. У цьому макроконтексті соціологічне знання виконує такі функції:

– **Пізнавальна (гностична):** Об'єктивний аналіз соціальної реальності, верифікація фактів, викриття міфів та подолання етноцентризму чи шовіністичних упереджень.

– **Прогностична:** Здатність на основі наукових моделей передбачати майбутні тенденції розвитку. Наприклад, прогнозування нестачі кваліфікованих кадрів на підприємствах автомобільного транспорту через посилення трудової еміграції або демографічні кризи.

– **Практично-перетворювальна:** Надання науково обґрунтованих рекомендацій для управлінських рішень як на рівні держави, так і на рівні корпоративного менеджменту логістичних компаній.

– **Світоглядно-освітня:** Формування громадянської зрілості, соціальної відповідальності та цінностей толерантності, необхідних для створення інклюзивного середовища в суспільстві.

Розділ 6. Соціологічна уява та соціальна відповідальність інженера

Успішне засвоєння соціологічної теорії веде до формування особливої розумової навички, яку американський соціолог Чарльз Райт Міллз окреслив як «соціологічну уяву». Соціологічна уява — це здатність індивіда розуміти нерозривний зв'язок між власною біографією та широкими історичними тенденціями, вміння бачити у повсякденних, локальних явищах прояв глобальних соціальних закономірностей.

Для фахівця автомобільного транспорту володіння соціологічною уявою означає усвідомлення того, що:

1. Технічні проблеми, аварійність чи девіантна поведінка водіїв часто мають глибоке соціальне коріння (аномія, низька культура праці, відсутність дієвого соціального контролю).
2. Транспортні комунікації безпосередньо впливають на горизонтальну та вертикальну соціальну мобільність суспільства.
3. Професійна діяльність інженера відбувається в мультикультурних та інклюзивних колективах, де застосування *trauma-informed* підходу та етики спілкування

є необхідною умовою психологічної стійкості (резильєнтності) та соціальної безпеки працівників.

Висновки

Соціологія не є абстрактною теоретичною дисципліною; вона виступає фундаментальною базою для розуміння соціальних систем та відносин. Для майбутнього фахівця-бакалавра автомобільного транспорту опанування об'єкта, предмета та мультипарадигмальної структури соціології є обов'язковим кроком до формування соціальної відповідальності. Інженер, який володіє соціологічною уявою, здатен не лише проєктувати та обслуговувати складну техніку, але й успішно управляти трудовими колективами, вирішувати конфлікти та виступати активним суб'єктом сталого розвитку демократичного суспільства.

ЛЕКЦІЯ 2. СОЦІАЛЬНА СТРУКТУРА СУСПІЛЬСТВА, СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ, НЕРІВНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА МОБІЛЬНІСТЬ

Вступ. Соціальний вимір транспортної інфраструктури

Для майбутніх інженерів, логістів та керівників зі спеціальності J8 «Автомобільний транспорт» вивчення соціальної структури має фундаментальне значення. Транспортна інфраструктура — це не лише мережа доріг та транспортних засобів; це фізичний каркас, який уможливорює та стимулює рух людей у соціальному просторі. Без розвиненого автомобільного транспорту неможлива ані просторова, ані соціальна мобільність населення, яка є базовою умовою функціонування сучасного демократичного суспільства. Розуміння того, як суспільство поділене на класи та верстви, які чинники визначають престиж професії та як працюють «соціальні ліфти», дозволяє інженерам-транспортникам не лише усвідомити власне місце в суспільній ієрархії, але й ефективно керувати кадровим потенціалом в умовах сучасних економічних та міграційних викликів.

Розділ 1. Поняття соціальної структури та її базові елементи

У повсякденному мисленні суспільство часто уявляється як проста сукупність людей. Однак соціологічний підхід вимагає абстрагування від індивідів та перенесення фокусу на мережу зв'язків між ними. Сучасне абстрактне поняття соціальної структури бере свій початок від ідей класика німецької соціології Георга Зіммеля, який запропонував трактувати соціологію як своєрідну «соціальну геометрію».

Соціальна структура — це чиста конфігурація, форма різноскерованих соціальних відносин, яка існує незалежно від того, між якими конкретно людьми ці відносини виникають. Як архітектор проєктує каркас будівлі, так соціолог бачить у суспільстві стійкі схеми відносин: ієрархію, співпрацю, домінування або підлеглість.

Базовими елементами соціальної структури є:

1. **Соціальні позиції (статуси):** Чітко окреслені та названі в культурі типові місця в суспільстві, які можуть займати різні особи (наприклад, статуси директора автопарку, механіка, водія, інженера).
2. **Соціальні ролі:** Набір нормативно окреслених прав і обов'язків, приписаних до певної позиції, незалежно від індивідуальних рис виконавця.
3. **Соціальні групи:** Сукупності людей, між якими існує об'єктивний, суб'єктивний та біхевіоральний (поведінковий) зв'язок, і які взаємодіють між собою частіше та інтенсивніше, ніж з особами ззовні.

Складна мережа взаємопов'язаних соціальних статусів та груп формує каркас суспільства, забезпечуючи його стійкість у часі, навіть коли конкретні індивіди змінюють один одного.

Розділ 2. Соціальна нерівність та теорії соціальної стратифікації

Фундаментальним фактом будь-якого суспільства є те, що люди не є рівними. Однак соціологію цікавить не індивідуальна чи біологічна нерівність (хтось вищий, хтось сильніший), а саме соціальна нерівність. Соціальна нерівність стосується нерівного доступу або неоднакових шансів доступу до суспільно цінуваних благ, що впливає із належності індивіда до певних груп або займання ним певних соціальних позицій.

У кожному суспільстві існують блага, яких усі прагнуть, але запаси яких обмежені. Соціологія виокремлює чотири головні критерії (виміри) стратифікації:

1. **Багатство (дохід):** Доступ до матеріальних благ, який необхідний не лише для виживання, але й для задоволення культурних та споживчих потреб.
2. **Влада:** Здатність нав'язувати свою волю та приймати зобов'язувальні рішення щодо інших. Влада є обмеженим благом, оскільки вона існує лише тоді, коли одні наказують, а інші підпорядковуються.
3. **Престиж:** Суспільна повага, визнання та слава. Престиж професії (наприклад, інженера чи керівника) є важливим фактором стратифікації. Якби всі професії були однаково шанованими, поняття престижу втратило б сенс.
4. **Освіта:** Доступ до знань і компетенцій, що в сучасному суспільстві є головним інструментальним благом, необхідним для здобуття багатства, влади та престижу.

Соціальна стратифікація (розшарування) — це ієрархія соціальних верств із більшими чи меншими шансами доступу до цих цінуваних благ. Суспільство нагадує багаторівневу драбину, де кожна група займає певну сходинку.

Розділ 3. Соціальні класи, верстви та формування середнього класу

Для концептуалізації соціальної нерівності соціологи використовують різні моделі. Класичною є полярна (дихотомічна) модель соціальних класів, запропонована Карлом Марксом. Згідно з цією теорією, центральною сферою є економіка та відносини власності. Суспільство поділяється на два класи: власників засобів виробництва (капітал, підприємства) та найманих працівників, позбавлених власності, які змушені продавати свою робочу силу.

Проте сучасне суспільство є набагато складнішим. Макс Вебер розширив розуміння стратифікації, ввівши поняття «стану» або соціальної верстви. Соціальні верстви — це категорії людей, які займають подібні місця в ієрархіях стратифікації і, як наслідок, об'єднані схожим рівнем і стилем життя, типовою ідеологією та звичаями.

В умовах ринкової економіки та демократичної правової держави критично важливим є формування **середнього класу**. Середній клас об'єднує широку групу людей, які працюють у професіях, що вимагають високої кваліфікації та освіти (інженери, технологи, керівники середньої ланки, логісти, приватні підприємці). Вони мають гідний матеріальний рівень, хоч і не належать до еліти. Середній клас виступає фундаментом і гарантом соціальної стабільності та економічного зростання. Розвиток підприємств автомобільного транспорту безпосередньо сприяє розширенню середнього класу, оскільки ця галузь потребує висококваліфікованих технічних фахівців з відповідним рівнем оплати праці.

Розділ 4. Соціальна мобільність та її канали

Структура суспільства не є статичною; люди постійно переміщуються між соціальними позиціями. Таке переміщення називається соціальною мобільністю. Соціологія розрізняє кілька її видів:

–**Вертикальна мобільність:** Переміщення індивіда або групи між щаблями стратифікаційних ієрархій. Вона може бути висхідною (просування по службі,

соціальне зростання) або низхідною (соціальна чи професійна деградація, втрата посади).

–**Горизонтальна (просторова) мобільність:** Переміщення в географічному або соціальному просторі без зміни стратифікаційного статусу (наприклад, перехід водія з одного автопарку до іншого на аналогічну посаду, міграція, щоденне добирання до праці).

–**Внутрішньопоколіннєва мобільність:** Зміна статусу індивіда протягом його власного життя (кар'єрне зростання).

–**Міжпоколіннєва мобільність:** Зростання або деградація індивіда порівняно з соціальним статусом його батьків (наприклад, батько працював слюсарем, а син став головним інженером автотранспортного підприємства).

Суспільства, які забезпечують широкі можливості для вертикальної мобільності, називаються *відкритими*. Шляхи, якими індивіди підіймаються соціальною драбиною, називаються **каналами соціальної мобільності** (або «соціальними ліфтами»). У сучасному суспільстві головним і найбільш легітимним каналом мобільності є якісна фахова та вища освіта, що дозволяє реалізувати принципи меритократичної справедливості — винагородження особи відповідно до її реальних знань та заслуг.

Розділ 5. Роль транспортної інфраструктури у забезпеченні мобільності

Автомобільна галузь та транспортна інфраструктура відіграють унікальну роль у процесах стратифікації. Без фізичної можливості переміщення горизонтальна мобільність (туризм, міграція, маятникова трудова міграція) стає неможливою.

Розвиток транспортних мереж руйнує закриті, ізольовані локальні спільноти, інтегруючи їх у глобальну економіку. Добирання до місця роботи з передмість до мегаполісів, логістика товарів, відкриття нових маршрутів — усе це стимулює економічну активність. Відповідно, просторова мобільність, яку забезпечують фахівці автомобільного транспорту, є передумовою для мобільності вертикальної: можливість доїхати до престижного навчального закладу чи робочого місця в іншому місті безпосередньо впливає на життєві шанси індивіда.

Розділ 6. Соціальна структура українського суспільства в умовах повоєнних трансформацій

Аналіз соціальної структури сучасного українського суспільства вимагає врахування екстремальних умов глобальних викликів та наслідків збройних конфліктів. Повоєнні трансформації супроводжуються глибокими змінами в стратифікації:

1. **Масові міграційні процеси:** Спричиняють відтік кваліфікованих кадрів (зокрема з технічних та інженерних спеціальностей), що деформує ринок праці та створює кадровий дефіцит на автотранспортних підприємствах.
2. **Поглиблення нерівності та кризова депривація:** Зниження рівня життя певних груп населення на тлі економічної кризи призводить до структурної напруги.
3. **Необхідність відбудови середнього класу:** Гарантом відновлення країни виступатиме саме висококваліфікований інженерно-технічний персонал, здатний відбудовувати інфраструктуру та логістику. Для подолання нерівності держава повинна створювати інституційні механізми: гранти на освіту, програми реінтеграції ветеранів, підтримку малого бізнесу в сфері автосервісу.

Висновки

Соціальна нерівність є об'єктивним фактом існування будь-якого суспільства. Проте у вільному демократичному суспільстві ця нерівність має ґрунтуватися не на вроджених привілеях чи дискримінації, а на меритократичних принципах — освіті, професіоналізмі та

суспільній корисності праці. Для фахівця зі спеціальності «Автомобільний транспорт» розуміння механізмів соціальної стратифікації та мобільності є критично необхідним. Усвідомлюючи свою роль як представника середнього класу та інженера, який керує процесами мобільності (як фізичної, так і соціальної), він здатен розбудовувати ефективні, справедливі трудові колективи та робити особистий внесок у повоєнне відновлення стабільного громадянського суспільства України.

ЛЕКЦІЯ 3. ОСОБИСТІСТЬ І СУСПІЛЬСТВО: СОЦІОКУЛЬТУРНА СОЦІАЛІЗАЦІЯ, СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС, РОЛЬ І ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА

Вступ. Людський фактор у сфері автомобільного транспорту

Для фахівців спеціальності «Автомобільний транспорт» розуміння техніко-експлуатаційних характеристик машин є критично важливим, проте будь-яка транспортна система приводиться в дію людиною. Надійність техніки нівелюється, якщо ігнорується «людський фактор». Здобуваючи фахову передвищу освіту, майбутній інженер-механік, логіст чи керівник автотранспортного підприємства повинен усвідомлювати, що працівник — це насамперед особистість із власною системою цінностей, мотивацій та соціальних очікувань. Розуміння того, як людина інтегрується в суспільство (соціалізується), як вона виконує свої професійні ролі та чому іноді порушує правила (девіантна поведінка), є фундаментальною умовою для забезпечення безпеки дорожнього руху, створення здорового психологічного клімату в колективі та ефективного управління підприємством.

Розділ 1. Соціологічний підхід до особистості та процес соціалізації

У соціології особистість розглядається не як суто біологічна чи психологічна даність, а як продукт соціальної взаємодії та інтеріоризації (засвоєння) культурних норм. Людина народжується лише як біологічний індивід, а особистістю стає виключно в процесі соціалізації.

Соціалізація — це складний, багатоетапний процес, завдяки якому індивід пристосовується до способу життя своєї групи та ширшого суспільства, вивчаючи правила, норми, цінності та ідеї, що містяться в культурі. Через соціалізацію суспільство немовби «ліпить» людину, передаючи їй соціальний досвід та культурну спадщину поколінь.

Процес соціалізації поділяється на кілька етапів та здійснюється за допомогою певних агентів та інститутів:

1. **Первинна соціалізація:** Відбувається в ранньому віці в межах первинних груп (насамперед у сім'ї, серед родичів та найближчих однолітків). Тут закладаються фундаментальні моральні норми, базові комунікативні навички та мова.
2. **Вторинна соціалізація:** Процес інтерналізації нових культурних взірців, з якими людина стикається протягом усього життя у вторинних групах (школа, університет, професійне середовище, засоби масової інформації).
3. **Випереджувальна (антиципаційна) соціалізація:** Наслідування норм і цінностей тієї групи, до якої індивід ще не належить, але прагне належати (позитивної референтної групи).

Для здобувачів освіти за спеціальністю «Автомобільний транспорт» критичне значення має **соціокультурна та первинна професійна соціалізація**. Вона передбачає засвоєння не лише технічних знань, але й корпоративної культури, етики професійного спілкування та усвідомлення соціальної відповідальності інженера. Майбутній фахівець вчиться працювати в команді, переймає професійний етос та норми безпеки, що формують його як компетентного суб'єкта трудових відносин.

Розділ 2. Соціальний статус та соціальна роль особистості

Інтегруючись у суспільство, кожна людина займає в ньому певне місце. Це місце визначається через поняття соціального статусу. **Соціальний статус (соціальна позиція)** — це чітко окреслене в культурі типове місце в суспільстві, яке може займати людина, і яке визначає її приналежність до певної соціальної групи чи страти.

Соціологія розрізняє два основні види статусів:

– **Приписаний (вроджений) статус:** Нав'язується особі незалежно від її волі чи зусиль (вік, стать, раса, національність).

– **Набутий (досягнений) статус:** Створюється за власним рішенням індивіда в результаті його цілеспрямованих дій, старань та кваліфікації (наприклад, статуси студента, інженера-механіка, керівника автотранспортного підприємства).

З кожним статусом нерозривно пов'язана **соціальна роль** — набір прав і обов'язків, нормативних очікувань суспільства щодо того, як має поводитися людина, що займає певну соціальну позицію. Роль — це динамічний, поведінковий аспект статусу. Наприклад, від фахівця з автотранспорту суспільство очікує компетентності, відповідальності за технічний стан транспортних засобів, дотримання етичних стандартів та забезпечення безпеки пасажирів.

Рольові конфлікти

Сучасна людина одночасно має конгломерат статусів (наприклад: працівник, батько, керівник, студент), що неминуче призводить до напружень.

– *Міжрольовий конфлікт* виникає, коли вимоги однієї ролі суперечать вимогам іншої (наприклад, необхідність працювати понаднормово в автопарку конфліктує із сімейними обов'язками).

– *Внутрішньорольовий конфлікт* виникає, коли до однієї ролі висуваються суперечливі очікування з боку різних партнерів (наприклад, керівництво вимагає від механіка максимальної швидкості ремонту, а клієнти та стандарти безпеки — максимальної ретельності та якості).

Способи вирішення таких конфліктів у професійному середовищі включають чітку регламентацію посадових інструкцій, встановлення пріоритетів (де безпека завжди має переважати над швидкістю) та використання механізмів *рольової дистанції* — здатності відділяти власне «Я» від автоматичного виконання нав'язаної ролі.

Розділ 3. Соціальний контроль та його механізми

Жодне суспільство не може існувати без дотримання порядку та узгодженості дій його членів. Для забезпечення виконання соціальних ролей та дотримання норм культури застосовується **соціальний контроль** — система соціальних санкцій (позитивних та негативних), а також діяльність агентів та інститутів, які ці санкції застосовують.

Соціальний контроль здійснюється у двох формах:

1. **Внутрішній контроль (самоконтроль):** Найбільш бажаний результат успішної соціалізації. Культурні норми настільки глибоко інтерналізовані (вбудовані в особистість як її «Супер-его»), що порушення правил викликає в індивіда почуття провини або сорому. Водій, який не перевищує швидкість на порожній дорозі через внутрішнє переконання у необхідності дотримуватися правил, керується самоконтролем.

2. **Зовнішній контроль:** Застосування суспільством санкцій до індивіда.

- *Неформальні санкції*: Спонтанні реакції найближчого оточення (похвала, повага, осуд, глузування, ізоляція від колективу).
- *Формальні санкції*: Застосовуються спеціалізованими інституціями за чіткою процедурою (премія, підвищення по службі, догана, штраф, звільнення, кримінальна відповідальність).

На підприємствах автомобільного транспорту формальний контроль (перевірка технічного стану, медичний огляд водіїв, моніторинг GPS-трекерів) є основою інфраструктурної безпеки.

Розділ 4. Девіантна поведінка: причини, форми та наслідки

Девіація (відхилення поведінки) — це поведінка індивіда, що не узгоджується із суспільними правилами (нормами та цінностями), які є обов'язковими в конкретній ситуації.

У транспортній галузі девіантна поведінка (порушення правил дорожнього руху, ігнорування протоколів техніки безпеки, корупція при проходженні техогляду, керування транспортним засобом у стані сп'яніння) має критичні наслідки для соціуму, призводячи до аварійності, травматизму та економічних збитків.

Чому люди вдаються до девіації? Американський соціолог Роберт Мертон пояснює це через теорію аномії — стану нормативного хаосу. Згідно з Мертоном, девіація виникає як наслідок розбіжності між нав'язаними суспільством цілями (наприклад, матеріальний успіх) та легальними засобами їх досягнення. Він виділив типологію індивідуальних адаптацій (форм девіації):

– **Інновація**: Прийняття суспільних цілей, але використання нелегальних, обхідних шляхів для їх досягнення (наприклад, крадіжка пального, фальсифікація шляхових листів).

– **Ритуалізм**: Бюрократичне дотримання норм із повною втратою розуміння кінцевої мети (механік сліпо слідує інструкції, ігноруючи очевидний прихований дефект).

– **Ретритизм (відступництво)**: Відмова і від цілей, і від норм (маргіналізація, алкоголізм на робочому місці).

– **Бунт**: Відкидання існуючих цілей і норм та активна спроба замінити їх новими (що може бути як деструктивним явищем, так і конструктивним поштовхом до модернізації застарілої системи).

Наслідки девіантної поведінки часто поглиблюються через механізм **стигматизації (клеймування)**, коли суспільство настільки різко відкидає порушника, що блокує йому шляхи для виправлення, штовхаючи на шлях вторинної (повторної) девіації та рецидиву.

Типологія девіантності Роберта Мертона

Тип адаптації	Культурні цілі (Прийняття/Відмова)	Інституціоналізовані засоби (Прийняття/Відмова)	Приклад у транспортній галузі
Конформізм	✓	✓	Машиніст поїзда, який працює згідно з усіма протоколами безпеки та розкладом, щоб транспортувати пасажирів вчасно та безпечно.
Інновація	✓	✗	Водій автобуса, який їздить необережно або пропускає перевірку транспортного засобу, щоб досягти суворих цілей ефективності або бонусів.
Ритуалізм	✗	✓	Бюрократичний чиновник з транзиту, який забезпечує виконання застарілих правил розкладу, ігноруючи оперативну ефективність для забезпечення дотримання процедури.
Ретретизм	✗	✗	Незадоволений транспортний механік, який по суті звільняється ментально, виконуючи технічне обслуговування обслуговування погано або зовсім не виконуючи його, стаючи вкрай ненадійним.
Бунт	✗ і створення нових	✗ і створення нових	Транспортні працівники, що страйкують, намагаючись замінити існуючу систему, мотивовану прибутком, на кооператив, що належить працівникам і орієнтований на громаду.

Розділ 5. Адаптація особистості до нових викликів. Trauma-Informed підхід

Сучасне українське суспільство зазнає колосального стресу через вплив воєнних дій, економічної нестабільності та міграції. У цих кризових умовах традиційні механізми соціалізації дають збій, а рівень девіацій та соціальних конфліктів може зростати. Відтак, перед фахівцями стоїть завдання забезпечення соціальної стійкості (резильєнтності) суспільства та дослідження факторів адаптації особистості до нових викликів.

Для майбутніх керівників автотранспортних підприємств критично важливим стає створення інклюзивного середовища та впровадження **trauma-informed підходу (підходу, обізнаного з травмою)**. Цей підхід передбачає:

- Розуміння впливу травми:** Усвідомлення того, що бойовий чи стресовий досвід (особливо у ветеранів та осіб, які постраждали від війни) впливає на поведінку, реакції та процеси комунікації працівника.
- Створення безпечного середовища:** Формування трудового колективу на засадах емпатії, взаємоповаги та відсутності тригерів, що провокують конфлікти.
- Підтримка реінтеграції:** Допомога у відновленні професійних статусів, адаптації до мирного життя та нових технологічних процесів на підприємстві без стигматизації.

Ефективна професійна адаптація фахівця також включає формування стійкої правосвідомості — внутрішнього переконання у необхідності діяти відповідно до законодавства та етичних норм.

Висновки

Особистість інженера чи працівника транспортної галузі є результатом безперервного процесу соціокультурної соціалізації. Розуміння механізмів формування соціальних статусів та ролей дозволяє ефективно будувати організаційну структуру підприємства, а знання причин девіантної поведінки є запорукою розробки дієвих систем соціального контролю та безпеки дорожнього руху. В умовах сучасних демократичних трансформацій та повоєнного відновлення соціальна відповідальність фахівця вимірюється не лише його технічною експертизою, але й здатністю створювати інклюзивні, безпечні трудові колективи, керуючись етичними стандартами та trauma-informed підходом.

МОДУЛЬ 2. СОЦІОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ, ПРАЦІ ТА ТРУДОВИХ ВІДНОСИН У ТРАНСПОРТНІЙ ГАЛУЗІ

ЛЕКЦІЯ 4. СОЦІОЛОГІЯ ТРУДОВИХ КОЛЕКТИВІВ: ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА, АВТОРИТЕТ І СТИЛІ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Вступ. Трудовий колектив як рушійна сила транспортної інфраструктури

Функціонування транспортної галузі неможливо уявити виключно як сукупність механічних процесів, рухомого складу та логістичних маршрутів. Будь-яке автотранспортне підприємство (АТП), станція технічного обслуговування (СТО) чи логістичний хаб — це насамперед об'єднання людей, які спільно реалізують комплексні завдання. Для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю J8 «Автомобільний транспорт» вивчення соціології трудових колективів має першорядне практичне значення. Розуміння того, як формується організаційна культура, на чому ґрунтується авторитет керівника та які стилі управління є найбільш ефективними, дозволяє майбутнім інженерам і менеджерам забезпечувати високу продуктивність праці, дотримання прав працівників та високий рівень безпеки на транспорті.

Розділ 1. Соціологія організацій та трудовий колектив як соціальна система

Соціологія організацій виступає як спеціальна (галузева) соціологічна дисципліна, що вивчає закономірності побудови, функціонування та розвитку соціальних організацій. З погляду соціології, **соціальна організація** — це зінтегрований набір соціальних позицій (статусів) і соціальних відносин, які спільно реалізують якісь важливі соціальні функції та творять своєрідну систему, що відрізняється від інших подібних систем.

Трудовий колектив є класичним прикладом формальної соціальної організації. У ньому індивіди діють не як приватні особи, а як виконавці певних соціальних ролей (водій, механік, диспетчер, директор), чії відносини чітко регламентовані інструкціями та правилами. Проте поряд із формальною структурою (посадовими інструкціями, штатним розписом) у колективі завжди виникає *неформальна організація* — мережа особистих симпатій, товариських зв'язків та дружби, яка може як сприяти досягненню цілей підприємства, так і перешкоджати їм (наприклад, через кругову поруку чи ухиляння від обов'язків).

Групова динаміка в трудовому колективі проходить кілька етапів розвитку:

- **Формування:** Стадія знайомства, розподілу ролей та притирання працівників.
- **Конфліктна стадія (штурмінг):** Етап, на якому виникають перші розбіжності інтересів та конкуренція за вплив або кращі умови праці.
- **Нормування:** Вироблення спільних правил гри, стабілізація міжособистісних відносин.
- **Ефективне функціонування:** Найвища стадія, коли колектив працює як єдиний механізм, демонструючи високий рівень згуртованості та продуктивності.

Розділ 2. Організаційна культура на підприємствах автомобільного транспорту

Кожне підприємство формує власне унікальне середовище, яке визначає, «як тут прийнято працювати». **Організаційна культура** на підприємствах автомобільного транспорту — це система спільних норм, цінностей, професійних традицій та корпоративної етики, які поділяють усі працівники.

Складові організаційної культури включають:

1. **Професійні цінності:** У транспортній галузі фундаментальною цінністю є безпека. Якщо в культурі підприємства безпека дорожнього руху та дотримання

технічних регламентів ставляться вище за швидкість виконання рейсу чи миттєвий прибуток, це свідчить про високий рівень корпоративної зрілості.

2. **Норми та правила поведінки:** Формальні (правила охорони праці, носіння спецодягу) та неформальні (взаємодопомога на дорозі, наставництво досвідчених майстрів над новачками на СТО).

3. **Корпоративна етика:** Принципи взаємодії з клієнтами, пасажирями та колегами. Для фахівця з автотранспорту обов'язковим є дотримання етичних стандартів та професійної комунікації.

4. **Символіка та ритуали:** Фірмовий стиль, логотипи компанії, ритуали посвяти молодих водіїв, спільні святкування Дня автомобіліста. За визначенням соціологів, такі ритуали зміцнюють механічну та органічну солідарність колективу.

Сильна організаційна культура виконує інтегруючу функцію, зменшує плинність кадрів і слугує потужним інструментом неформального соціального контролю, запобігаючи девіантній поведінці працівників (наприклад, крадіжкам паливно-мастильних матеріалів чи халатності під час ремонту).

Розділ 3. Феномен лідерства та формальне керівництво

Успішне функціонування будь-якого транспортного підприємства безпосередньо залежить від управління. У соціології важливо розрізнати два поняття: формальне керівництво та феномен лідерства.

–**Керівник** отримує свої владні прерогативи формально, згідно зі штатним розписом та наказом про призначення. Його влада є легальною (законною).

–**Лідер** — це особа, яка отримує владні повноваження спонтанно, завдяки визнанню її виняткових особистих якостей, професійної компетентності чи харизми з боку самого колективу.

Макс Вебер виокремив три форми легітимації влади, які застосовні й до управління трудовими колективами:

1. **Легальна влада:** Ґрунтується на приписах закону та посадових інструкціях (наприклад, директор автопарку чи головний інженер).

2. **Традиційна влада:** Опірається на звичаї (наприклад, авторитет найстаршого, найдосвідченішого майстра в цеху, до якого всі звертаються за порадою).

3. **Харизматична влада:** Виправдана винятковими особистими якостями (талант, рішучість, ораторські здібності), які підлеглі вважають надзвичайними.

Ідеальною для транспортного підприємства є ситуація, коли формальний керівник одночасно є неформальним лідером, тобто поєднує легальну владу з особистим авторитетом (компетентністю та повагою колективу). Якщо ж авторитет керівника є низьким, він змушений покладатися виключно на примус і жорсткі санкції, що неминуче знижує психологічний клімат і продуктивність.

Розділ 4. Типологія стилів управління та їх вплив на ефективність

Стиль управління — це стійка система методів, прийомів та форм впливу керівника на трудовий колектив для досягнення цілей організації. Соціологія виділяє три класичні стилі лідерства:

1. **Авторитарний (автократичний) стиль:**

–*Сутність*: Лідер здійснює владу самостійно та монопольно, рішення ухвалюються одноосібно без консультацій з колективом, завдання розподіляються жорстко, контроль тотальний.

–*Вплив*: Забезпечує високу дисципліну та швидкість ухвалення рішень в екстремальних умовах.

–*Застосування в автотранспорті*: Виправданий в антикризовому менеджменті, у роботі диспетчерських служб під час надзвичайних ситуацій на дорогах або при ліквідації аварій, де необхідна військова точність і беззаперечне підпорядкування. Проте в довгостроковій перспективі знижує ініціативність інженерів.

2. Демократичний стиль:

–*Сутність*: Керівник координує, радить і залучає працівників до процесу ухвалення рішень, виступаючи «першим серед рівних». Оцінка роботи базується на об'єктивних критеріях.

–*Вплив*: Формує високий моральний дух групи, стимулює інновації, підвищує задоволеність працею.

–*Застосування в автотранспорті*: Найбільш ефективний у повсякденній роботі інженерно-технічного відділу, при розробці нових логістичних схем або впровадженні інноваційних технологій ремонту. Демократичний стиль виховує відповідальність працівників за спільний результат.

3. Ліберальний (пермісивний) стиль:

–*Сутність*: Керівник мінімально втручається у процес, служить групі лише як експерт чи консультант, залишаючи членам колективу повну автономію у прийнятті рішень та розподілі завдань.

–*Вплив*: Заохочує максимальну креативність, але несе загрозу втрати керованості (аномії) та зниження дисципліни.

–*Застосування в автотранспорті*: Може бути ефективним лише у вузькоспеціалізованих групах професіоналів найвищого класу (наприклад, у відділі ІТ-розробок для логістичних систем підприємства), але є неприпустимим у сфері безпосередньої експлуатації транспорту, де вимоги безпеки потребують чіткого контролю.

Розділ 5. Професійна комунікація, делегування та психологічний клімат

Важливою складовою управління трудовими колективами є особливості професійної комунікації, делегування повноважень та неухильне дотримання прав працівників.

–**Професійна комунікація**: Керівник автотранспортного підприємства має володіти навичками чіткого, аргументованого та етичного зворотного зв'язку. Використання нормативної лексики, повага до підлеглих і відкритість до діалогу запобігають інформаційному вакууму, який часто стає джерелом чуток та зниження мотивації.

–**Делегування повноважень**: Це не просто перекладання роботи на підлеглих, а передача їм частини завдань разом із відповідними повноваженнями та відповідальністю. Грамотне делегування розвантажує керівника для вирішення стратегічних завдань і стимулює професійне зростання інженерно-технічного персоналу.

–**Психологічний клімат**: Сукупність емоційних та психологічних станів у групі. Позитивний психологічний клімат (атмосфера взаємоповаги, довіри та безпеки) є ключовим фактором забезпечення якості послуг та безпеки на транспорті. Стрес, хронічна втома, відчуття несправедливості (депривація) різко підвищують імовірність помилок механіків під

час ремонту автомобілів або втрати концентрації водіями на рейсі, що прямо загрожує життю людей.

Висновки

Соціологія трудових колективів доводить, що автотранспортне підприємство є складною соціальною екосистемою, де ефективність роботи залежить не лише від якості рухомого складу, а й від глибинних соціальних процесів. Майбутній фахівець зі спеціальності «Автомобільний транспорт» повинен розуміти, що формування сильної організаційної культури, вибір адекватного стилю управління та побудова авторитету на основі професійної компетентності та етики є обов'язковими умовами його управлінського успіху. Здатність створити здоровий психологічний клімат і забезпечити дотримання прав кожного працівника — це безпосередня інвестиція в загальну безпеку дорожнього руху та сталий розвиток транспортної галузі.

ЛЕКЦІЯ 5. СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ ТА КОНФЛІКТИ НА ВИРОБНИЦТВІ: ШЛЯХИ ЇХ ПОПЕРЕДЖЕННЯ Й КОНСТРУКТИВНОГО ВИРІШЕННЯ

Вступ. Соціально-трудоий вимір автотранспортного підприємства

Функціонування будь-якого підприємства автомобільного транспорту спирається не лише на технічну базу, логістичні схеми чи фінансовий капітал, а й на складну систему міжособистісних та міжгрупових взаємодій. Для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю J8 «Автомобільний транспорт» глибоке розуміння цих процесів є критично необхідним. Транспортна галузь є сферою підвищеного ризику та безперервного циклу, де будь-який збій у соціально-трудоих відносинах або відкритий конфлікт може призвести не лише до економічних збитків, але й до катастрофічних наслідків у сфері безпеки руху. Метою цієї лекції є всебічний аналіз сутності соціально-трудоих відносин в умовах ринкової економіки, дослідження природи виробничих конфліктів та опанування сучасних соціологічних методів їх конструктивного вирішення.

Розділ 1. Сутність і структура соціально-трудоих відносин в умовах ринкової економіки

У соціології праці **соціально-трудоі відносини** розглядаються як об'єктивно зумовлена система взаємозв'язків і взаємодій між індивідами та соціальними групами у процесі трудової діяльності, спрямована на регулювання якості робочого життя.

В умовах ринкової економіки ці відносини набувають специфічного характеру, оскільки вони формуються на перетині інтересів власників засобів виробництва (капіталу) та найманих працівників (тих, хто продає свою робочу силу). Структура соціально-трудоих відносин охоплює такі базові елементи:

1. **Суб'єкти відносин:** Наймані працівники (водії, механіки, інженери, логісти), роботодавці (власники автопарків чи СТО, топ-менеджмент) та держава (яка виступає регулятором і гарантом дотримання законодавства).
2. **Об'єкти відносин:** Заробітна плата, умови та безпека праці, режим робочого часу та відпочинку, соціальний пакет, можливості професійного зростання та кар'єрного просування.
3. **Рівні взаємодії:** Від мікрорівня (відносини між майстром та слюсарем у цеху) до макрорівня (галузеві угоди між міністерствами та національними профспілками).

Ринкова економіка диктує конкурентні умови, що неминуче породжує суперечності між прагненням роботодавця до максимізації прибутку (шляхом оптимізації витрат) та прагненням працівника до підвищення оплати праці та покращення її умов. Пошук балансу між цими інтересами є головним завданням соціології праці та менеджменту.

Розділ 2. Соціальне партнерство та роль профспілок

Основним інституційним механізмом узгодження інтересів суб'єктів трудових відносин є **соціальне партнерство**. Це система інститутів і механізмів, спрямованих на забезпечення компромісу на основі рівноправного діалогу. У класичній соціологічній моделі соціальне партнерство базується на принципі трипартизму — тристоронньої співпраці між профспілками, об'єднаннями роботодавців та урядовими структурами.

Особлива роль у захисті економічних, правових і соціальних інтересів працівників автотранспортної галузі належить **професійним спілкам (профспілкам)**. Функції профспілок у транспортній сфері включають:

– **Регулятивну функцію:** Участь в укладанні колективних договорів, які регламентують норми виробітку, розміри тарифних ставок, порядок нарахування премій за безаварійну роботу тощо.

– **Захисну функцію:** Юридична та соціальна підтримка працівників у разі незаконного звільнення, затримок заробітної плати або погіршення умов праці. Наприклад, захист водіїв від надурочних рейсів, які порушують норми відпочинку та створюють загрозу безпеці на дорозі.

– **Контрольну функцію:** Нагляд за дотриманням норм охорони праці на виробництві, станом ремонтних боксів, забезпеченням працівників СТО засобами індивідуального захисту.

Розділ 3. Соціологія конфлікту: причини, стадії та типологія на виробництві

Конфлікт є невід'ємною частиною будь-якої соціальної взаємодії. Видатні соціологи Георг Зіммель та Льюїс Козер довели, що конфлікт не є виключно негативним явищем; він виконує важливі позитивні функції, виступаючи індикатором прихованих проблем і стимулом до оновлення та розвитку соціальної системи. **Трудовий конфлікт** — це зіткнення протилежних цілей, інтересів, позицій чи поглядів суб'єктів соціально-трудова відносин на підприємстві.

Аналіз соціології конфлікту вимагає чіткого розмежування його причин:

1. **Об'єктивні причини:** Пов'язані з недоліками в організації праці та розподілі ресурсів. На автотранспортних підприємствах це можуть бути: застаріла матеріально-технічна база (несправні підйомники на СТО), несправедлива система оплати праці, порушення трудового законодавства, відсутність запчастин для ремонту рухомого складу.

2. **Суб'єктивні причини:** Зумовлені індивідуальними психологічними особливостями працівників та керівників. Сюди належать: психологічна несумісність, відсутність комунікативної культури, авторитарний стиль управління, ігнорування етичних стандартів ділового спілкування, недостатня професійна адаптація молодих фахівців.

Стадії динаміки конфлікту:

– *Латентна (прихована) стадія:* Накопичення незадоволеності, формування опозиційних настроїв без відкритих зіткнень.

– *Інцидент:* Формальний привід, подія, що переводить приховане напруження у відкрите протистояння (наприклад, несправедливе позбавлення премії бригади слюсарів).

–*Ескалація*: Відкрита боротьба, залучення нових учасників, перехід від конструктивних вимог до емоційних звинувачень.

–*Вирішення*: Досягнення угоди, усунення причин конфлікту.

–*Постконфліктна стадія*: Відновлення соціальних зв'язків та психологічного клімату в колективі.

Типологія трудових конфліктів на підприємствах автомобільного транспорту включає: міжособистісні (між двома водіями за вигідний маршрут), міжгрупові (між відділом логістики та ремонтною зоною) та конфлікти між індивідом і групою.

Розділ 4. Стратегії поведінки у конфліктних ситуаціях

Розуміння соціології конфлікту дозволяє фахівцям свідомо обирати стратегію поведінки під час загострення виробничих суперечностей. Згідно з класичними моделями конфліктології, виділяють кілька базових стратегій:

1. **Співробітництво**: Найбільш конструктивна стратегія, що передбачає спільний пошук рішення, яке максимально задовольняє інтереси обох сторін. Ця стратегія вимагає відкритого діалогу, глибокого аналізу об'єктивних причин конфлікту та високого рівня комунікативної культури. Наприклад, спільна розробка керівництвом та профспілкою нового, прозорого алгоритму розподілу преміального фонду.

2. **Компроміс**: Досягнення згоди шляхом взаємних поступок. Сторони частково відмовляються від своїх початкових вимог заради швидкого відновлення робочого процесу. Це ефективний інструмент при обмежених ресурсах, але він може не усувати глибинних причин суперечки.

3. **Уникнення**: Спроба відійти від конфлікту, ігнорування проблеми. У транспортній галузі ця стратегія часто є найбільш небезпечною, оскільки нерозв'язані технічні чи організаційні суперечності накопичуються і можуть призвести до виробничих аварій.

4. **Пристосування**: Одностороння відмова від власних інтересів на користь іншої сторони заради збереження миру в колективі.

5. **Конкуренція (протиборство)**: Нав'язування своєї волі іншій стороні з використанням владних повноважень.

Розділ 5. Медіація та сучасні методи конструктивного вирішення суперечок

В умовах ускладнення соціально-трудових відносин традиційні адміністративні методи (накази, догани) часто виявляються неефективними. Сучасна практика вимагає впровадження інноваційних методів конструктивного вирішення суперечок, серед яких ключове місце займає **медіація**.

Медіація — це процес позасудового вирішення конфлікту за допомогою нейтральної третьої сторони (медіатора), який допомагає сторонам налагодити комунікацію та самостійно знайти взаємоприйнятне рішення. У ролі медіатора на автотранспортному підприємстві може виступати фахівець з управління персоналом (HR-менеджер), незалежний експерт або авторитетний фахівець-ветеран підприємства.

Основні принципи медіації:

- Добровільність участі сторін.
- Нейтральність та неупередженість медіатора.
- Конфіденційність процесу.
- Рівноправність сторін у висловлюванні своїх позицій.

Застосування медіації дозволяє зберегти робочі відносини між працівниками (наприклад, між головним інженером та бригадиром слюсарів), зняти емоційну напругу та запобігти переходу конфлікту в деструктивну правову площину (судові позови, страйки).

Розділ 6. Забезпечення соціального захисту та безпечних умов праці як основа стабільності

Ефективне управління конфліктами неможливе без їх превентивного (попереджувального) усунення. Фундаментом для формування здорового соціально-психологічного клімату та попередження виробничих суперечок є гарантування базових прав працівників.

Забезпечення соціального захисту, безпечних умов праці та неухильне дотримання трудового законодавства є абсолютною основою стабільного функціонування транспортних підприємств. Інженерно-технічний керівник несе пряму юридичну та моральну відповідальність за створення такого середовища. Це передбачає:

1. Технічну модернізацію робочих місць (оснащення оглядових канав витяжною вентиляцією, забезпечення підйомними механізмами, контроль за рівнем шуму та вібрації).
2. Чітке дотримання режиму праці та відпочинку (особливо для водіїв, що здійснюють міжнародні чи міжміські перевезення, де перевтома є критичним фактором аварійності).
3. Створення інклюзивного середовища та впровадження підходів, що враховують психологічний стан працівників (trauma-informed підхід), зокрема ветеранів та осіб, які постраждали від війни. Це вимагає високого рівня етичної культури та емпатії керівного складу.

Висновки

Соціально-трудові відносини на підприємствах автомобільного транспорту є складною соціотехнічною системою. Наявність конфліктів у таких системах є закономірною, проте їхній руйнівний або конструктивний вплив повністю залежить від рівня управлінської культури інженерно-технічного персоналу. Здобувачі освіти повинні усвідомити, що володіння стратегіями співробітництва та компромісу, навичками медіації та неухильне забезпечення безпечних умов праці є не просто теоретичними концепціями, а щоденним інструментарієм ефективного керівника. Саме такий підхід гарантує соціальну стійкість підприємства, підвищення якості послуг та безпеку інфраструктури вільного демократичного суспільства.

ЛЕКЦІЯ 6. ПРОФЕСІЙНА АДАПТАЦІЯ, МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ТА ПРЕСТИЖНІСТЬ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНИХ ПРОФЕСІЙ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Вступ. Людський капітал як основа транспортної індустрії

Сфера автомобільного транспорту сьогодні переживає стрімку технологічну модернізацію. Однак найскладнішим і найціннішим ресурсом будь-якого автотранспортного підприємства залишається людський капітал. Для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю І8 «Автомобільний транспорт» перехід від навчального середовища до реальних виробничих умов є переломним моментом. Розуміння сутності професійної адаптації, вміння виявляти мотиваційні фактори працівників та усвідомлення престижності власної інженерно-технічної професії є визначальними компетенціями сучасного фахівця. Соціологія надає необхідний інструментарій для аналізу цих процесів, дозволяючи оптимізувати трудову діяльність та формувати позитивний імідж галузі в умовах відкритого ринку праці.

Розділ 1. Сутність процесу професійної адаптації молодих фахівців

З позицій соціології, **професійна адаптація** є формою вторинної соціалізації — процесу інтерналізації (внутрішнього засвоєння) індивідом нових культурних взірців, професійних норм, цінностей та правил поведінки, з якими він стикається при входженні у нове виробниче середовище.

Процес професійної адаптації молодих фахівців на підприємствах автомобільного транспорту є багатовимірним і включає три основні аспекти:

1. **Фізіологічний аспект:** Пристосування організму працівника до нових умов праці, режиму робочого часу (наприклад, змінного графіка водіїв або нічних ремонтних робіт на СТО), фізичних навантажень та санітарно-гігієнічного середовища підприємства.

2. **Соціально-психологічний аспект:** Процес входження у трудовий колектив, прийняття його неформальних норм та організаційної культури. Згідно з концепціями Чарльза Кулі та Джорджа Міда, індивід формує свою професійну ідентичність через взаємодію зі «значущими іншими» (досвідченими майстрами, наставниками, керівниками). Успішна соціально-психологічна адаптація означає, що працівник стає повноцінною частиною команди, мінімізуючи міжрольові конфлікти.

3. **Професійно-технічний аспект:** Опанування специфіки роботи з конкретним обладнанням, транспортними засобами та діагностичними комплексами, що використовуються на підприємстві. Це подолання розриву між академічними теоретичними знаннями та практичними індустріальними навичками.

Успішна адаптація знижує плинність кадрів, запобігає професійному вигоранню та є профілактикою девіантної поведінки (наприклад, порушень техніки безпеки чи трудової дисципліни).

Розділ 2. Мотивація трудової діяльності: соціологічний підхід

У соціології праці поведінка працівника аналізується через призму його потреб, цінностей та мотивів. **Мотивація** — це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до цілеспрямованої трудової діяльності. Звертаючись до теорії соціальної дії Макса Вебера, можна стверджувати, що праця може бути інструментально раціональною (коли вона є лише засобом досягнення матеріальної вигоди) або ж містити елементи ціннісно-раціональної дії (коли праця сприймається як покликання або можливість самореалізації).

Теорії мотивації традиційно поділяються на дві великі групи:

–**Змістовні теорії мотивації:** Зосереджуються на виявленні внутрішніх потреб, які змушують людей діяти так, а не інакше (наприклад, ієрархія потреб А. Маслоу або двофакторна теорія Ф. Герцберга). Для працівника автотранспорту базовими є потреби в безпеці та стабільній заробітній платі, але вищими мотиваторами виступають визнання колег та змістовність самої праці (складні інженерні завдання, сучасна техніка).

–**Процесуальні теорії мотивації:** Аналізують те, як людина розподіляє зусилля для досягнення цілей і як обирає конкретний тип поведінки (теорія очікувань В. Врума, теорія справедливості Дж. Адамса). Якщо слюсар чи логіст бачить, що його зусилля не призводять до очікуваної справедливої винагороди (відносна депривація), його мотивація різко знижується, що може призвести до трудових конфліктів.

Розділ 3. Матеріальні та нематеріальні стимули підвищення продуктивності праці

Для ефективного управління інженерно-технічним персоналом, механізаторами та логістами керівництво повинно використовувати збалансовану систему стимулювання. З точки

зору теорії соціального обміну Джорджа Гоманса, трудова взаємодія — це обмін винагородами; працівник схильний працювати краще, якщо отримує за це цінну для нього нагороду.

1. Матеріальні стимули:

- Базова заробітна плата, що відповідає ринковому рівню.
- Преміювання за перевиконання плану, безперебійну роботу логістичного ланцюга або економію паливно-мастильних матеріалів.
- Соціальний пакет: медичне страхування, компенсація витрат на проїзд, надання спецодягу. Це задовольняє інструментальні очікування працівника.

2. Нематеріальні стимули:

- Можливості кар'єрного зростання та підвищення кваліфікації (навчання роботі з гібридними авто або новим діагностичним ПЗ).
- Визнання заслуг (подяки, грамоти, статус «кращого майстра місяця»), що підвищує соціальний престиж і задовольняє автотелічні (безкорисливі) потреби в повазі.
- Гнучкий графік праці (особливо актуально для відділів логістики та диспетчеризації) та покращення ергономіки робочих місць.

Розділ 4. Соціологічний аналіз престижності професій автотранспортної галузі

Престиж — це соціальна повага та визнання, якими суспільство наділяє певну соціальну позицію чи професію. Він є одним із найважливіших вимірів соціальної стратифікації, поряд із багатством та владою.

Соціологічний аналіз престижності професій автотранспортної галузі на сучасному ринку праці виявляє низку тенденцій:

–**Трансформація іміджу:** У минулому деякі професії (наприклад, автомеханік) асоціювалися виключно з важкою фізичною працею. Сьогодні, завдяки впровадженню комп'ютеризованих систем діагностики та управління, ці професії вимагають глибоких інженерних знань та ІТ-навичок, що суттєво підвищує їхній престиж.

–**Соціальна значущість:** В умовах криз та воєнних дій логістика та безперебійна робота транспорту стають питанням національної безпеки. Суспільство усвідомлює критичну важливість водіїв великогазових транспортних засобів, інженерів з обслуговування техніки та логістів.

–**Освітній капітал:** Високий рівень фахової передвищої освіти (зокрема за спеціальністю «Автомобільний транспорт») стає своєрідним «соціальним ліфтом», що забезпечує фахівцю стабільне місце в середньому класі та повагу в суспільстві.

Розділ 5. Етичні стандарти ділового спілкування та мовна культура

Сучасний фахівець автотранспорту — це не лише технічний експерт, а й активний учасник ділових комунікацій. Етика професійної взаємодії є складовою нормативної культури підприємства.

Окремим, фундаментальним аспектом є **обов'язкове використання державної мови у професійній діяльності**. Мова — це не лише інструмент комунікації, але й найважливіша складова ідеальної культури, символ національної ідентичності та маркер поваги до законодавства власної держави. Використання української мови в діловодстві підприємства, під час спілкування з клієнтами СТО, оформлення шляхових листів та проведення технічних інструктажів формує довіру та демонструє високий рівень корпоративної соціальної відповідальності.

Етичні стандарти ділового спілкування інженера-транспортника передбачають:

- Взаємоповагу та толерантність до колег, клієнтів і підлеглих.
- Компетентність та правдивість у наданні інформації щодо технічного стану транспортних засобів.
- Конструктивність у вирішенні конфліктних ситуацій без використання агресії чи дискримінації.
- Дотримання субординації та водночас відмову від зневажливого ставлення до персоналу нижчих ланок.

Формування позитивного іміджу сучасного фахівця з автотранспорту прямо залежить від його культурної та комунікативної компетентності. Фахівець, який поєднує глибокі інженерні знання з етичною поведінкою, стає ключовим активом підприємства.

Висновки

Професійна реалізація інженера автомобільного транспорту неможлива поза соціальним контекстом. Ефективна професійна адаптація, глибоке розуміння механізмів мотивації та усвідомлення престижності своєї праці є визначальними чинниками успішної кар'єри. Водночас дотримання етичних стандартів ділового спілкування та обов'язкове використання державної мови виступають маркерами громадянської зрілості та професійної гідності, що сприяє підвищенню загальної культури в транспортній галузі та формуванню її сучасного, інноваційного обличчя.

МОДУЛЬ 3. СОЦІОЛОГІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ, ПРИКЛАДНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СОЦІАЛЬНА СТІЙКІСТЬ СУСПІЛЬСТВА

ЛЕКЦІЯ 7. СОЦІОЛОГІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ І ГРОМАДСЬКА ДУМКА: ВПЛИВ МЕДІАПРОСТОРУ НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

Вступ. Інформаційний вимір транспортної галузі

У сучасному світі діяльність підприємств автомобільного транспорту розгортається не лише у фізичному просторі логістичних маршрутів, але й у глобальному медіапросторі. Для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю J8 «Автомобільний транспорт» розуміння механізмів масових комунікацій є обов'язковою управлінською компетенцією. Будь-яка подія на дорозі — від масштабної ДТП до запуску нового екологічного автопарку — миттєво стає об'єктом уваги засобів масової інформації та соціальних мереж. Здатність інженера чи керівника аналізувати громадську думку, вибудовувати ефективну зовнішню комунікацію підприємства, протидіяти інформаційним кризам та розуміти вплив медіа на культуру безпеки водіїв є критично важливою для забезпечення стабільної та репутаційно бездоганної роботи транспортної інфраструктури.

Розділ 1. Сутність і структура масової комунікації

Масова комунікація — це інституціоналізований процес виробництва, трансляції та поширення стандартизованої інформації на чисельні, розосереджені та анонімні аудиторії за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, Інтернет).

Соціологія розглядає масову комунікацію не просто як передачу даних, а як потужний механізм соціального управління та конструювання реальності. Згідно з класичною моделлю Гарольда Лассвелла, соціологічний аналіз комунікаційного процесу передбачає відповіді на п'ять запитань:

1. **Хто говорить?** (Комунікатор: наприклад, пресслужба транспортного підприємства або незалежний журналіст).
2. **Що повідомляє?** (Зміст повідомлення (меседж): звіт про успішну модернізацію СТО або розслідування щодо порушення умов праці водіїв).
3. **Яким каналом?** (Медіа: офіційний сайт, соціальні мережі, теленовини).
4. **Кому?** (Аудиторія: клієнти, пасажери, державні регулятори, потенційні інвестори).
5. **З яким ефектом?** (Результат: зміна ставлення до компанії, формування довіри чи, навпаки, бойкот послуг).

Головною особливістю сучасної масової комунікації є її дигіталізація. Традиційна одностороння модель (від мовника до пасивного слухача) змінилася інтерактивною моделлю. Кожен пасажир зі смартфоном, кожен водій-далекобійник із відеореєстратором стає потенційним творцем масової інформації (User Generated Content), що вимагає від керівників транспортних підприємств постійного моніторингу медіасередовища.

Розділ 2. Функції засобів масової комунікації (ЗМК) у суспільстві

Медіа виконують низку фундаментальних функцій, які безпосередньо впливають на всі сфери економіки, включно з транспортною:

– **Інформаційна (наглядова):** Збір і поширення інформації про події в суспільстві (наприклад, інформування про стан доріг, зміни в правилах дорожнього руху, затори чи логістичні кризи).

–**Соціалізаційна (освітня):** Передача культурного спадку та норм поведінки. Трансляція навчальних відео, соціальної реклами про необхідність використання пасків безпеки або недопустимість керування авто в нетверезому стані є прикладом того, як медіа виховують транспортну культуру.

–**Інтегративна:** Об'єднання суспільства навколо спільних цінностей.

–**Мобілізаційна:** Спонування людей до певних дій. Це особливо актуально в умовах воєнного стану, коли ЗМК координують зусилля суспільства (наприклад, заклики до евакуації, організація волонтерських логістичних колон).

–**Рекреаційна:** Розвага та зняття психологічної напруги (тематичні автомобільні шоу, блоги про подорожі).

Розділ 3. Феномен громадської думки та її формування

Громадська думка — це специфічний стан масової свідомості, який виражає ставлення (приховане або явне) різних соціальних спільнот до проблем, подій і фактів дійсності, що зачіпають їхні інтереси.

Вона не виникає стихійно, а формується під впливом масових комунікацій. Для галузі автомобільного транспорту громадська думка є критичним фактором. Наприклад, рішення про будівництво нової автомагістралі через населений пункт, підвищення тарифів на пасажирські перевезення або впровадження нових екологічних стандартів для дизельних двигунів (Євро-6) незмінно зіштовхуються з реакцією громадськості.

Соціологи використовують опитування (анкетування, інтерв'ю), фокус-групи та контент-аналіз соціальних мереж для вимірювання громадської думки. Сучасний керівник автотранспортного підприємства не може ігнорувати ці дані: якщо соціологічне дослідження показує низький рівень довіри до безпеки певного перевізника, жодні технічні інвестиції не принесуть прибутку без паралельної зміни іміджу.

Розділ 4. Теорії медіавпливу: як медіапростір формує цінності

У соціології існує кілька парадигм щодо того, наскільки сильно медіа впливають на свідомість. Найбільш релевантними для розуміння сучасних процесів є дві теорії:

1. **Теорія встановлення порядку денного (Agenda-Setting Theory):** Згідно з цією концепцією, медіа не можуть змусити людей думати *щось конкретне*, але вони надзвичайно успішно вказують людям, *про що саме* думати. Якщо новинні портали щодня повідомляють про аварії за участю великогабаритного транспорту, у суспільстві сформується цінність жорсткішого контролю над далекобійниками, навіть якщо об'єктивна статистика ДТП загалом зменшилася.

2. **Теорія «спіралі мовчання» (Елізабет Ноель-Нойман):** Люди схильні приховувати свої погляди, якщо відчувають, що вони перебувають у меншості, боячись соціальної ізоляції. Відтак, медіа, які активно транслиують певну позицію як «загальноприйнятну» (наприклад, необхідність переходу виключно на електромобілі), змушують опонентів замовкнути, штучно монополізуючи суспільний дискурс.

Через ці механізми медіапростір безпосередньо формує суспільні цінності: екологічну відповідальність (мода на гібриди та зменшення викидів), інклюзивність (доступність транспорту для маломобільних груп) та пріоритет безпеки людського життя.

Розділ 5. Корпоративні комунікації та управління інформаційними кризами на підприємстві

Для фахівців із забезпечення роботи автомобільного транспорту теоретичні знання з соціології масових комунікацій конвертуються у практичні навички PR (Public Relations) та кризового менеджменту.

Інформаційна криза на автотранспортному підприємстві — це ситуація (аварія, страйк персоналу, скандал із якістю обслуговування), що набула розголосу і загрожує репутації та фінансовій стабільності компанії. Алгоритм конструктивного вирішення інформаційної кризи передбачає:

–**Оперативність:** Офіційна позиція підприємства має бути озвучена в перші години після інциденту. Вакуум інформації миттєво заповнюється чутками та фейками.

–**Прозорість та чесність:** Визнання проблеми (якщо провина лежить на підприємстві), озвучення конкретних кроків для ліквідації наслідків та готовність співпрацювати зі слідством і суспільством.

–**Емпатія:** У центрі комунікації завжди мають бути люди (постраждалі, клієнти, працівники), а не втрачене «залізо».

Крім того, сучасні підприємства розробляють політику поведінки працівників у соціальних мережах (Social Media Policy). Інженер, механік чи водій є амбасадором свого бренду. Неетичні висловлювання працівника в Інтернеті або публікація внутрішньої інформації (наприклад, фото несправних деталей у ремонтному боксі з насмішливими коментарями) завдають колосальної шкоди іміджу всієї компанії.

Висновки

Соціологія масових комунікацій доводить, що інформація в сучасному суспільстві є таким же важливим ресурсом, як і паливо, дороги чи транспортні засоби. Медіапростір формує систему цінностей, яка визначає поведінку споживачів, працівників і державних інституцій. Сучасний фахівець зі спеціальності «Автомобільний транспорт» повинен володіти базовими навичками моніторингу громадської думки, розуміти принципи роботи засобів масової комунікації та бути здатним ефективно захищати репутацію свого підприємства. Висока культура корпоративної комунікації та інформаційна відкритість є невіддільними елементами соціальної відповідальності бізнесу в умовах демократичного суспільства.

ЛЕКЦІЯ 8. МЕТОДОЛОГІЯ ПРИКЛАДНИХ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ОПИТУВАННЯ, АНКЕТУВАННЯ ТА АНАЛІЗ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ У СФЕРІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Вступ. Доказовий менеджмент в управлінні транспортною інфраструктурою

Для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю J8 «Автомобільний транспорт» (ЗПО «Дніпровський професійний технологічний коледж») управлінська компетентність передбачає здатність приймати рішення на основі об'єктивних даних, а не інтуїтивних припущень. В умовах висококонкурентного ринку транспортних послуг — чи то пасажирські перевезення, чи вантажна логістика, чи сервісне обслуговування на СТО — успіх підприємства залежить від точного розуміння потреб клієнтів та настроїв власного трудового колективу. Прикладні соціологічні дослідження надають майбутньому інженеру та менеджеру науковий інструментарій для вимірювання рівня задоволеності послугами, виявлення причин плинності кадрів та оцінки громадської думки щодо впровадження нових технологій чи маршрутів. Володіння цим інструментарієм перетворює управління з реактивного (реагування на проблеми) на проактивне (запобігання кризам на основі аналітики).

Розділ 1. Сутність та види соціологічного дослідження

Соціологічне дослідження — це система логічно послідовних методологічних, методичних та організаційно-технічних процедур, метою яких є отримання достовірних даних про досліджуване соціальне явище або процес для їх подальшого використання в управлінській практиці.

Залежно від глибини аналізу та поставлених цілей, прикладні дослідження на підприємствах автомобільного транспорту поділяються на три види:

1. **Розвідувальне (пілотажне) дослідження:** Найбільш спрощений вид, який охоплює невелику сукупність респондентів. Використовується для попереднього вивчення проблеми, тестування анкети або перевірки інструментарію. (Наприклад, опитування кількох механіків щодо зручності нового діагностичного ПЗ перед його повномасштабним впровадженням).
2. **Описове дослідження:** Спрямоване на отримання емпіричної інформації, що дає цілісне уявлення про явище. (Наприклад, складання соціально-демографічного портрета пасажирів певного міжміського маршруту).
3. **Аналітичне дослідження:** Найглибший вид дослідження, метою якого є не лише опис явища, але й виявлення причинно-наслідкових зв'язків. (Наприклад, дослідження причин, чому знижується трудова мотивація водіїв-експедиторів у період пікових логістичних навантажень).

Будь-яке соціологічне дослідження розгортається у чотири етапи: розробка програми, збір емпіричної інформації, обробка масиву даних, аналіз результатів і підготовка підсумкового звіту з практичними рекомендаціями.

Розділ 2. Програма соціологічного дослідження та концепція вибірки

Фундаментом будь-якого наукового пошуку є **програма дослідження** — стратегічний документ, що містить теоретичне обґрунтування проблеми та детальну процедуру її емпіричного вивчення.

Методологічний розділ програми включає:

- *Проблемну ситуацію*: суперечність, яка потребує вирішення (наприклад, падіння рейтингу транспортної компанії попри оновлення автопарку).
- *Об'єкт та предмет*: соціальне середовище та його конкретна властивість, що вивчається.
- *Гіпотези*: науково обґрунтовані припущення (наприклад, «падіння рейтингу зумовлене низькою культурою спілкування диспетчерів із клієнтами»).

Критичним етапом підготовки є розрахунок **вибірки (вибіркової сукупності)**. Неможливо і недоцільно опитувати абсолютно всіх клієнтів компанії (генеральну сукупність). Соціолог розраховує вибірку таким чином, щоб опитана частина респондентів за своїми характеристиками (вік, стать, частота користування послугами) точно відображала структуру генеральної сукупності. Така властивість вибірки називається *репрезентативністю*. Якщо вибірка побудована неправильно, дані будуть спотворені, що призведе до фатальних управлінських помилок.

Розділ 3. Метод опитування: анкетування та інтерв'ювання

Основним методом збору первинної інформації в прикладній соціології є **опитування** — метод цілеспрямованого звернення до певної групи людей (респондентів) для з'ясування їхніх думок, оцінок та мотивів. Опитування поділяється на два основні різновиди:

1. **Анкетування:** Письмове або цифрове опитування, під час якого респондент самостійно заповнює опитувальний лист (анкету).

– *Переваги*: масовість, анонімність, швидкість збору даних, можливість автоматизованої обробки.

–*Застосування в автотранспорті:* Оцінка якості ремонту на СТО (цифрові анкети через QR-код на рецепції), дослідження задоволеності пасажирів, масові опитування трудового колективу щодо умов праці.

–*Правила конструювання анкети:* Анкета повинна мати чітку структуру (вступ, основна частина, «паспортичка» з демографічними даними). Питання можуть бути закритими (з варіантами відповідей), відкритими (вільна форма) або напівзакритими. Питання мають бути логічними, однозначними та позбавленими професійного жаргону, якщо вони спрямовані на клієнтів.

2. **Інтерв'ювання:** Метод збору даних шляхом безпосереднього усного спілкування дослідника з респондентом.

–*Переваги:* можливість уточнити питання, спостереження за невербальними реакціями, глибина отриманої інформації.

–*Застосування в автотранспорті:* Глибинні інтерв'ю з ключовими фахівцями (наприклад, головними інженерами) при розслідуванні причин системних поломок рухомого складу; експертні інтерв'ю з представниками муніципальної влади щодо перспектив розвитку міської маршрутної мережі.

Розділ 4. Аналіз громадської думки та клієнтського досвіду у сфері транспортних послуг

Сфера транспортних послуг безпосередньо взаємодіє з широкими верствами населення, тому моніторинг громадської думки є інструментом забезпечення конкурентоспроможності.

Для аналізу клієнтського досвіду транспортні підприємства активно застосовують соціологічний індекс **NPS (Net Promoter Score — індекс лояльності клієнтів)**. Він розраховується на основі одного головного питання: «З якою ймовірністю ви порекомендуєте наше підприємство (перевізника/СТО) своїм знайомим?». Респонденти, які ставлять 9-10 балів, є «промоутерами», 7-8 — «нейтралами», а 0-6 — «критиками» (деструкторами). Регулярний соціологічний моніторинг NPS дозволяє транспортному підприємству своєчасно виявляти збої в обслуговуванні.

Крім того, аналіз громадської думки відіграє ключову роль під час впровадження інновацій. Наприклад, перехід міського автопарку на електричні автобуси потребує попереднього анкетування населення для оцінки готовності суспільства до можливих змін у тарифікації та маршрутизації.

Розділ 5. Етика соціологічних досліджень на підприємстві

Проведення прикладних досліджень у трудовому колективі або серед клієнтів вимагає від фахівця суворого дотримання етичних стандартів. До основних етичних принципів належать:

1. **Анонімність та конфіденційність:** При проведенні внутрішніх опитувань щодо стилю керівництва або умов праці, керівництво підприємства повинно гарантувати, що відповіді працівників не призведуть до адміністративних санкцій. Ідентифікація респондента без його згоди є грубим порушенням.

2. **Добровільність:** Участь в анкетуванні не може бути примусовою (наприклад, під загрозою позбавлення премії).

3. **Об'єктивність інтерпретації:** Дослідник (або керівник) не має права підтасовувати дані під бажаний результат. Навіть якщо результати свідчать про вкрай низький психологічний клімат у ремонтному цеху, ці дані повинні бути представлені об'єктивно як основа для антикризового плану.

Висновки

Володіння методологією прикладних соціологічних досліджень є необхідною складовою сучасної інженерної та управлінської освіти за спеціальністю «Автомобільний транспорт». Анкетування, інтерв'ювання та аналіз громадської думки дозволяють трансформувати абстрактні скарги або припущення у точні, вимірювані дані. Сучасний керівник транспортного підприємства використовує соціологічний інструментарій не для формальної звітності, а для вибудовування ефективної комунікації з клієнтами, створення здорового психологічного клімату в колективі та забезпечення високих стандартів безпеки та якості логістичних послуг, керуючись принципами академічної доброчесності та професійної етики.

ЛЕКЦІЯ 9. СОЦІАЛЬНА СТІЙКІСТЬ, ІНКЛЮЗИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА АДАПТАЦІЯ ДО ЗМІН У КРИЗОВИХ УМОВАХ (TRAUMA-INFORMED ПІДХІД)

Вступ. Соціальна інженерія та резильєнтність транспортної інфраструктури

Для здобувачів фахової передвищої освіти ЗПО «Дніпровський професійний технологічний коледж» за спеціальністю J8 «Автомобільний транспорт» поточні глобальні та національні виклики диктують нові вимоги до управлінської компетентності. Сучасне автотранспортне підприємство функціонує в умовах перманентної турбулентності: економічні кризи, руйнування логістичних ланцюгів, міграційні процеси та, найголовніше, наслідки воєнних дій. У таких екстремальних умовах здатність інженера-керівника утримувати технічну базу є недостатньою; критичним стає вміння зберігати людський капітал. Формування соціальної стійкості колективу, побудова безбар'єрного інклюзивного середовища та впровадження управління, обізнаного з травмою (trauma-informed підходу), стають не просто етичними імперативами, а базовими стандартами безпеки та виживання транспортної галузі.

Розділ 1. Соціальна стійкість (резильєнтність) організації в умовах кризи

У соціології та організаційній психології поняття **соціальної стійкості (резильєнтності)** визначається як здатність соціальної системи (особистості, трудового колективу, підприємства, суспільства загалом) витримувати шоківі впливи, адаптуватися до деструктивних змін, відновлювати свої базові функції та продовжувати розвиток після кризових подій.

Для автотранспортного підприємства організаційна резильєнтність складається з кількох взаємопов'язаних рівнів:

1. **Індивідуальна стійкість працівників:** Здатність водіїв, механіків, диспетчерів зберігати професійну концентрацію та працездатність в умовах хронічного стресу (наприклад, під час нічних змін в умовах блекаутів або рейсів у зони підвищеного ризику).
2. **Групова (колективна) стійкість:** Рівень згуртованості ремонтної бригади чи відділу логістики. Згідно з соціологічними дослідженнями, колективи з високим рівнем органічної солідарності та взаємодовіри значно швидше долають наслідки криз, уникаючи внутрішніх конфліктів.
3. **Інституційна стійкість:** Здатність керівництва підприємства швидко переформатовувати логістичні маршрути, знаходити альтернативні джерела постачання запчастин та адаптувати графіки роботи без втрати керованості.

Головним ворогом резильєнтності є соціальна аномія — стан нормативного вакууму та розгубленості. Відповідно, завданням керівника-інженера є забезпечення чіткої комунікації, підтримка дисципліни через справедливість та надання працівникам відчуття контролю над ситуацією на своєму робочому місці.

Розділ 2. Інклюзивне середовище на підприємствах автомобільного транспорту

Інклюзія (включення) у соціологічному вимірі — це процес збільшення ступеня участі всіх громадян у соціумі, що передбачає усунення бар'єрів та створення умов для рівноправного доступу до суспільних благ, зокрема до гідної праці, незалежно від стану здоров'я, віку, статі чи соціального статусу.

У сфері автомобільного транспорту інклюзивне середовище традиційно розглядалося через призму пасажирських перевезень (низькопідлогові автобуси, пандуси для маломобільних груп населення). Однак сьогодні фокус зміщується на **внутрішню корпоративну інклюзію** — адаптацію робочих місць на підприємстві.

Пріоритетні напрямки розбудови інклюзивного середовища на АТП та СТО:

– **Фізична безбар'єрність виробничих площ:** Модернізація ремонтних боксів, диспетчерських пунктів та санітарно-побутових приміщень для забезпечення доступу працівників із порушеннями опорно-рухового апарату (включно з ветеранами, які зазнали ампутацій).

– **Ергономічна адаптація:** Застосування спеціалізованих підйомних механізмів, екзоскелетів для зменшення фізичного навантаження, спеціального програмного забезпечення з голосовим управлінням для діагностики авто, що дозволяє залучати до роботи фахівців із різними фізичними можливостями.

– **Соціально-психологічна інклюзія:** Протидія стигматизації. Формування організаційної культури, у якій відмінності розглядаються не як недолік, а як прояв розмаїття (diversity), що збагачує професійний досвід колективу.

Розділ 3. Trauma-Informed підхід (підхід, обізнаний з травмою) в управлінні

Масштабні соціальні потрясіння, війна, втрата близьких або вимушена міграція призводять до колективної та індивідуальної психологічної травматизації. Травма впливає на когнітивні здібності людини: знижується концентрація уваги, підвищується дратівливість, можуть виникати флешбеки або панічні атаки. На автотранспортному підприємстві, де робота пов'язана з джерелами підвищеної небезпеки (рухомий склад, підйомники, легкозаймисті речовини), ігнорування стану працівників є неприпустимим.

Trauma-informed підхід — це організаційна парадигма, яка не передбачає, що керівник має стати психотерапевтом, але вимагає, щоб усі управлінські процеси вибудовувалися з розумінням того, що будь-який працівник може мати досвід травми.

Базові принципи trauma-informed підходу, адаптовані до транспортної галузі (відповідно до методології соціальної роботи та організаційного менеджменту):

1. **Безпека (фізична та емоційна):** Створення передбачуваного графіка роботи. Чіткі інструктажі з техніки безпеки. Усунення на виробництві непотрібних різких звуків (де це технологічно можливо), які можуть слугувати тригерами.

2. **Довіра та прозорість:** Управлінські рішення мають прийматися відкрито. Керівник повинен пояснювати мотиви своїх розпоряджень (наприклад, чому необхідно терміново змінити маршрут), щоб не створювати відчуття безпорадності у підлеглих.

3. **Підтримка рівних (Peer support):** Заохочення неформальної взаємодопомоги в колективі. Інститут наставництва, коли ветеран, що вже пройшов професійну адаптацію, допомагає новоприбулому співробітнику з бойовим досвідом.

4. **Співпраця та взаємність:** Відмова від жорсткого авторитарного диктату там, де це не загрожує безпеці руху. Делегування повноважень та спільне прийняття рішень щодо організації робочого простору в ремонтному цеху.

5. **Розширення прав і можливостей (Empowerment):** Допомога працівникам у відновленні контролю над власним професійним життям. Визнання їхнього досвіду, сильних сторін та надання можливостей для перекваліфікації.

Розділ 4. Соціокультурна адаптація ветеранів на виробництві

Окремим і надзвичайно важливим завданням сучасного суспільства є реінтеграція ветеранів у цивільний ринок праці. Галузь автомобільного транспорту має величезний потенціал для цього, оскільки багато військовослужбовців здобули унікальний досвід експлуатації, ремонту та логістики складної техніки в екстремальних умовах.

Процес соціально-виробничої адаптації ветеранів включає:

– **Визнання кваліфікації:** Трансформація військово-облікових спеціальностей у цивільні компетенції.

– **Запобігання стигматизації:** Робота з усім трудовим колективом для руйнування стереотипів щодо «посттравматичного синдрому». Ветерани — це не «проблема», яку треба вирішувати, а носії лідерських якостей, стресостійкості та високої відповідальності, які є надзвичайно цінними для підприємства.

– **Гнучкість кадрової політики:** Надання можливості гнучкого графіка або додаткових днів відпочинку для проходження медичної чи психологічної реабілітації без втрати робочого місця.

З соціологічної точки зору, успішна трудова реінтеграція є найпотужнішим «соціальним ліфтом» та інструментом повернення особистості до повноцінного цивільного життя, що запобігає маргіналізації та соціальній ізоляції.

Висновки

Стійкість та ефективність транспортної інфраструктури в умовах сучасних викликів визначається не лише якістю бетону, асфальту чи металу, але й соціальною міцністю людських зв'язків. Усвідомлення майбутніми інженерами та керівниками принципів інклюзії та впровадження trauma-informed підходу є свідченням високої професійної етики. Створюючи безбар'єрне середовище, підтримуючи ветеранів та вибудовуючи резильєнтні трудові колективи, фахівці спеціальності «Автомобільний транспорт» виконують надважливу соціальну функцію. Вони не просто забезпечують рух товарів і людей, вони беруть безпосередню участь у зціленні суспільства та його повоєнній розбудові на засадах гуманізму, справедливості та взаємоповаги, що є фундаментом стійкої демократичної держави.