

DOI: 10.5281/zenodo.3877579

UDC: 316.454.54

JEL: Z13

СОЦІАЛЬНА НАПРУГА В КОЛЕКТИВІ ЯК ЧИННИК РЕОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

SOCIAL TENSION IN THE TEAM AS A FACTOR OF REORGANIZATION OF THE ENTERPRISE

Olena V. Zaika, PhD in Public Administration, Associate Professor
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine,
ORCID: 0000-0002-1931-5091
Email: helenzaika77@gmail.com

Tetiana F. Biriukova, PhD in Philosophy, Associate Professor
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine,
ORCID: 0000-0001-6631-1731
Email: Tatyana.bir2062@gmail.com
Received: 18.12.2019

В останні роки в умовах масштабної соціально-економічної кризи в Україні перед більшістю підприємств стоїть проблема пошуку збереження себе як суб'єкта господарчо-економічної діяльності. Відповідно ведуться пошуки шляхів і методів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності в певній галузі. Перед керівниками підприємств, трудовими колективами постає нагальна проблема переосмислення багатьох напрямків функціонування підприємства: від управлінських підходів до масштабного реформування структурних підрозділів, а можливо й реорганізації усього підприємства. Пошук перспективних форм організації структурних підрозділів, нових принципів взаємодії між ними в процесі господарської діяльності, раціонального використання наявних активів і людських ресурсів стає для них першочерговою задачею, фактором успішного виживання і подальшого розвитку.

Модернізація і структурні перетворення на підприємствах, як правило, торкаються усіх сфер його пріоритетного розвитку: виробничо-технологічної, фінансово-економічної, організаційно-майнової, маркетингової, кадрової тощо. Ці структурні перетворення супроводжуються, в тому числі, вимушеним вивільненням надлишкової чисельності працюючих на підприємстві, що викликає соціальну напругу в колективі. Тому, дослідження реструктуризації підприємства і, як наслідок, можливого посилення соціальної напруги в трудових колективах та способів її упередження і зменшення тиску сьогодні потребують уваги від науковців усіх галузей соціально-поведінкових наук, в першу чергу – соціології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідники в галузі економіки та сучасного менеджменту вбачають можливості збереження й

Заїка О. В., Бірюкова Т. Ф. Соціальна напруга в трудовому колективі як чинник реорганізації підприємства.

У статті визначено й обґрунтовано підхід до дослідження проблеми реорганізації підприємства як кореляту соціальної напруги в трудовому колективі завдяки аналізу сутності та причин реструктуризації підприємства, уточненню сутності та аналізу основних характеристик трудового колективу підприємства, формуванню цілісного уявлення про соціальну напругу як особливого стану суспільної свідомості і поведінки, а також визначенню місця соціальної складової у процесах реструктуризації підприємства. У результаті дослідження доведено, що реструктуризація підприємства, яка тим чи іншим чином зачіпає інтереси трудового колективу або окремих працівників □ змінює соціальні відносини в ньому та породжує соціальну напругу, що може призвести до протестних настроїв і дій.

Ключові слова: реорганізація підприємства, соціальна напруга, трудовий колектив, соціальний опір, протестні дії.

Zaika O.V., Biriukova T. F. Social tension in the team as a factor of reorganization of the enterprise.

The article deals with the definition and justification of the approach to the study of social tension in the labor collective as a factor in the reorganization of the enterprise. An analysis of the nature and causes of enterprise restructuring has been carried out, the nature and main characteristics of the enterprise's labor collective have been analyzed, a holistic view of social tension as a special state of social consciousness and behavior has been formed, the place of the social component in the enterprise restructuring processes has been determined. As a result of the study, it was proved that enterprise restructuring changes social relations within it and causes social tension, which can lead to protest moods and actions.

Keywords: enterprise reorganization, social tension, labor collective, social resistance, protest actions.

розвитку підприємств в їх частковій чи комплексній реорганізації. Тому, на теперішній час у цих науках стають актуальними наукові дослідження з проблем реструктуризації, реорганізації, реінжинірингу підприємств. Проблеми управління структурними змінами підприємств з урахуванням змін синергічного ефекту розглядаються в працях І. Бланка, Г. Блакита, О. Кулик, Дж. Маршалла, В. Бансала, М. Микитась, В. Сулевського, Є. Сич, Е. Томила та ін. Проблемна ситуація полягає у тому, що уся діяльність підприємств, яка пов'язана із реструктуризацією, спрямована лише на питання виробничо-технологічного, фінансово-економічного, організаційно-управлінського аспектів цього процесу. При цьому використовуються інструменти виключно економічного характеру. При цьому, на жаль, майже не звертається увага на соціально-психологічний стан тих трудових колективів, які попадають в «лещата» різних видів реорганізації.

Проблемам виникнення соціальної напруги в трудових колективах приділяють увагу в своїх наукових пошуках такі науковці, як А. Андрищенко, І. Євдокимова, О. Плахова, О. Чернявська, О. Яковенко, В. Ярова та ін. Внесок соціології у вирішення цієї проблеми очевидний. Однак вважаємо, що об'єднання зусиль представників соціально-поведінкових наук (соціології, психології) та економічних наук дозволить розробити концепцію структурних перетворень таким чином, щоб вирішити багато питань, пов'язаних із зниженням соціальної напруги.

Метою статті є визначення й обґрунтувати підходів до дослідження проблеми реорганізації підприємства як кореляту соціальної напруги в трудовому колективі. Досягнення мети постановку та виконання таких завдань:

- визначити сутність ключових понять дослідження: «реорганізація підприємства», «соціальна напруга», «трудовий колектив»;
- здійснити аналіз сутності та причин реструктуризації підприємства;
- проаналізувати сутнісні характеристики трудового колективу підприємства як його соціальної основи;
- сформулювати цілісне науково обґрунтоване уявлення про соціальну напругу на основі аналізу теоретичної джерельної бази;
- визначити місце соціальної складової у процесах реструктуризації підприємства.

Виходячи із проблематики даної статті, ключовими є «реорганізація підприємства», «соціальна напруга», «трудовий колектив», «підприємство». Реорганізація підприємства є явищем, що охоплює різні напрямки господарської діяльності і ставить за мету багато чисельні перетворення, а саме: зміну форми власності, модернізацію технічного оснащення і технологій, реформування організаційної структури і принципів управління. Але це, скоріше, зовнішній аспект реорганізації.

Сутнісний аспект криється у більш глибоких цілях підвищення ефективності функціонування та конкурентоспроможності у певній галузі. Більшість науковців роблять акцент на функціональних аспектах реорганізації: реорганізація і раціоналізація організаційної і управлінської структури, виробничої і фінансової діяльності, модернізація технопарку і впровадження нових технологій. Все це робиться з метою відновлення або (в кращому випадку) підвищення рентабельності підприємства, як наслідок – підвищення конкурентоспроможності.

Зазвичай серйозну функціональну реорганізацію керівництво підприємства розпочинає з низки причин, при чому, не найбільш сприятливих для підприємства. Як зазначають фахівці з реінженірингу (термін, запроваджений у науковий обіг професором Масачусетського університету США М. Хаммером [1]), процес реорганізації підприємства може бути викликаний низкою чинників, які вони поділяють на внутрішні і зовнішні. Серед зовнішніх чинників найбільш впливовими є ті, що пов'язані із технологічним процесом. Так, у світі з'являються новітні технології (програмне забезпечення), інноваційні методи комунікації та інформаційного зв'язку, які багаторазово підвищують можливості обробки даних, покращують логістику і таке інше. Внаслідок цього на більшості підприємств зникає необхідність утримання таких структурних підрозділів як, наприклад, диспетчерські служби з великим штатом тощо.

Також серед зовнішніх чинників можна виокремити міжнародну економічну інтеграцію. Тобто, підприємство інтегроване у різноманітні світові економічні інституції має змогу позбавитися від більшої кількості торговельних і фінансових бар'єрів. Так, підприємства, які ведуть міжнародний бізнес і залучені до єдиної монетарної міжнародної системи не мають потреби конвертувати валюту. У їхній фінансовій системі створені спеціальні валютні рахунки, де всі розрахунки відбувається автоматично. Отже, у фінансовому секторі підприємства тепер не має потреби мати спеціальний штат фахівців по роботі з валютними операціями. Теж саме стосується і вільного ринку міжнародної робочої сили. Підприємство має змогу запросити будь-якого фахівця для обслуговування нового обладнання з країни, де воно виготовлено. Як наслідок, відпадає потреба у громіздких відділах технічного перекладу.

До зовнішніх чинників, на думку фахівців, також можна віднести глибокі трансформації соціально-економічних систем світу. Мається на увазі трансформація країн Центральної і Східної Європи та Південно-Східної Азії, які поступово стають серйозними гравцями на міжнародних ринках. У Центральній і Східній Європі — це Польща, Угорщина, Чехія, Словаччина; у Південно-Східній Азії — Китай, В'єтнам, Малайзія, Індонезія, Сінгапур. Налагодження економічних зв'язків з цими новими «гравцями»

потребують реформування відділу міжнародних зв'язків підприємства.

Ще у якості зовнішніх чинників можна розглянути соціально-економічну політику уряду: податкову, фіскальну, інформаційну, інфляційну, митну, кредитну тощо. Зміни макроекономічних розрахунків уряду і нормативних законодавчих актів можуть суттєво вплинути на господарську діяльність підприємства і вимагати від нього відповідних кроків, які потягнуть за собою реформаційні зміни.

Зазвичай поряд із зовнішніми чинниками завжди виникають внутрішні, пов'язані з внутрішньою економічною ситуацією в країні, характером законодавства тощо. Серед внутрішніх чинників необхідності реорганізації підприємства більшість вчених, зокрема Л. Височіна, М. Бекетов, наголошують на таких:

- незадовільний рівень загального менеджменту, що виражається у низькій кваліфікації управлінських кадрів, слабка орієнтація на нові тенденції на ринку взагалі, у своїй галузі зокрема, відсутність чіткого розуміння стратегії розвитку підприємства;
- слабкий фінансовий менеджмент у питаннях керування грошовими потоками, створення інвестиційного портфелю, управління витратами та накопиченнями [2, с. 81];
- зниження конкурентоспроможності підприємства, яке виражається у продовженні виробництва застарілої продукції, яка не користується попитом, падіння обсягів продажу продукції, використання старих технологій і високо затратної сировини, відсутність пропозицій щодо надання додаткових послуг [3];
- невідповідність рівня витрат і прибутковості підприємства. Як правило, цей чинник є похідним від двох попередніх. Тобто, поганий фінансовий менеджмент і низька конкурентоспроможність, що зумовлена низькою якістю продукції та послуг, призводять до невідповідності між прибутковістю і витратами. Продукція і послуги виробляються — працівникам треба платити заробітну плату, а також витратити на сировину і енергоресурси. Але якість продукції не відповідає вимогам, відповідно продукція і послуги не продаються — немає прибутку, нічим платити заробітну плату і оплачувати енергоресурси і сировину. Настає фінансовий колапс;
- соціальний конфлікт в середині підприємства між власниками, персоналом, менеджментом.

Всі ці чинники, як вважають дослідники, діючи у сукупності, спричиняють необхідність реорганізації, реструктуризації підприємства як можливості подолання їх негативного впливу.

На перший погляд поняття трудового колективу в соціології є усталеним і достатньо розкритим. Однак до сьогодення в соціологічній літературі не склалося єдиного визначення трудового колективу. Наведемо декілька дефініцій на підтвердження наших слів.

Трудовий колектив — відносно стійке об'єднання людей, яке спрямовує свої зусилля на розв'язання виробничих задач, має спільну мету і керується у своїх діях загально визначеними нормами трудової поведінки [4, с. 315].

Термін «трудовий колектив» походить від лат. *collectivus* — збірний, і використовується для позначення певної соціальної спільноти індивідів, об'єднаних спільною діяльністю на основі існуючих соціально-економічних відносин. Трудовий колектив характеризується єдністю усвідомлених усіма членами цілей та інтересів, в наслідок чого характеризується взаємною відповідальністю, певним типом соціальних відносин, сформованими органами управління і самоврядування [5, с. 360].

Трудовий колектив — це спільність (сукупність людей, об'єднаних між собою певними соціально-виробничими зв'язками) осіб, які перебувають у індивідуально-трудовах правовідносинах з одним (спільним) роботодавцем (окрім працюючих за трудовим договором власників та уповноважених ними органів) та у випадках прямо передбачених законодавством у змозі (або повинні) вчинити дії щодо реалізації колективних трудових прав [6, с. 138].

Трудовим колективом називається організована спільність людей, об'єднаних конкретним видом суспільно-корисної праці, яка здійснюється в рамках тієї чи іншої форми групової власності і утвореними в процесі цієї праці відносинами співробітництва, взаємодопомоги і взаємної відповідальності, а також економічними та іншими інтересами, ціннісними орієнтаціями, установками та нормами поведінки [7, с. 307].

Як видно з представлених дефініцій (далеко не усіх), немає єдиного визначення поняття «трудовий колектив». Але для даної роботи вкрай важливо спиратися на якесь, адже ми розглядаємо соціальну напругу у трудовому колективі.

Отже, під трудовим колективом ми будемо розуміти чітко визначену спільність людей, об'єднаних в межах певного підприємства на підставі укладених з ними трудових угод (контрактів) і які своєю працею беруть участь у реалізації виробничих цілей і завдань підприємства. Це цілісне трудове об'єднання індивідів, яке має свою структуру у відповідності до організаційної структури підприємства (колективи цехів, відділів, служб тощо).

Організаційна єдність членів колективу обумовлена їх економічними, соціальними і правовими інтересами, ціннісними орієнтаціями, установками та нормами поведінки, а також соціальними відносинами, що сформувалися в процесі спільної трудової діяльності. Трудовий

колектив, члени якого об'єднані спільною метою і особливо усвідомленням особистої відповідальності за досягнення цієї мети, є дієвою силою в регулюванні трудових відносин, і в силу наділення його певними повноваженнями з цього приводу виступає суб'єктом трудового права.

У сформованому нами визначенні чітко прослідковуються такі ознаки трудового колективу: 1) організована спільність індивідів; 2) об'єднання людей на базі конкретного виду суспільно-корисної праці і виду господарчої діяльності (виробництво товарів певного призначення, або послуг, або комерційної діяльності тощо) і в рамках конкретної форми (підприємство, установа, заклад тощо); 3) наявність соціальних відношень між членами колективу, в тому числі зумовлених спільною діяльністю (співробітництво, взаємодопомога, взаємна відповідальність); 4) наявність спільних економічних та будь-яких інших інтересів; 5) наявність загальних об'єднуючих цінностей, установок, норм і правил поведінки, які власне, й забезпечують сумісну діяльність і реалізацію спільних інтересів.

Ці ознаки притаманні будь-яким трудовим колективам, тому мають статус загальних. Також до загальних ознак слід віднести цілеспрямовану керуваність трудовим колективом (систему управління), а також певну самоорганізованість і самоуправління.

Разом з цими загальними ознаками, в деяких трудових колективах спостерігаються специфічні ознаки, за якими можна надавати якісну характеристику трудовому колективу. До таких ознак можна віднести певний ступінь згуртованості, усталеності сумісно працюючих людей, їх міжособистісні відносини, які засвідчують, що спільність виникає не лише на трудових засадах, але й особистісних (дружні, приятельські відносини). В таких колективах завжди проявляється високий ступінь самоврядування. В соціальній (або організаційній психології) це називається соціально-психологічним кліматом колективу.

Як загальне поняття, соціально-психологічний клімат притаманний усім колективам, а його якісні характеристики є специфічними ознаками кожного колективу. До речі, пам'ятаючи про діалектичний принцип єдності і протилежності, варто сказати, що відношення можуть бути як приятельські, дружні, так і їм протилежні - ворожі, згуртовані – роз'єднані, відношення співпраці і взаємодії – конфліктності тощо. Так само вони можуть існувати одночасно. Це зауваження є важливим в руслі проблематики даного розділу, коли ми будемо досліджувати причини виникнення соціальної напруги в колективі.

Підбиваючи підсумок щодо ознак трудового колективу, при усій невизначеності даного поняття, виокремлено такі основні: спільність, сумісна праця, управління і самоуправління, взаємозв'язок і взаємна відповідальність.

Щодо видової класифікації трудових колективів, в цьому питанні між дослідниками також не склалося єдиної думки. Як завжди полеміка ведеться навколо критеріїв, за якими класифікація може бути здійснена. Так, наприклад, за критерієм видів діяльності вирізняють виробничі і невиробничі колективи. До невиробничих в основному відносять колективи з надання послуг (колективи охорони здоров'я, освіти, публічного управління, сфери обслуговування і та ін.). На наш погляд, така класифікація на сьогоднішній день не бездоганна, оскільки в сучасній господарчо-економічній діяльності чітко встановилася термінологія «виробництво послуг», тому їх також можна розглядати як виробничі.

Якщо у якості критерію взяти термін дії, можна виокремити тимчасові і безстрокові з безперервною діяльністю. І знову виникає питання, чи можна говорити про безстрокові у сучасній соціально-економічній ситуації в Україні.

Також виділяють видове поняття «основний колектив», тобто який об'єднує увесь склад персоналу підприємства, а є колективи структурних підрозділів – первинні колективи. На цьому аспекті аналізу трудового колективу підприємства варто зосередити більше уваги, тому що в процесі реструктуризації якраз і зачіпаються інтереси різних первинних колективів, де виникає соціальна напруга, яка може поширитись на увесь трудовий колектив підприємства.

Окремо заслуговує на увагу саме співвідношення понять «трудоий колектив» і «підприємство» (установа, організація). Як стверджують науковці у сфері соціології праці, соціології організацій, соціології управління, зокрема Г. Дворецька [8], С. Фролов [9], Ж. Тощенко [10] та ін., «поняття «підприємство» (і близькі до нього: заклад, установа, організація) включають у себе поняття «колектив». У співвідношенні «підприємство – колектив» перше виступає як категорія. Підприємство – це юридично зафіксована форма господарчо-економічної діяльності з певною формою власності, майном, системою управління і тому подібне, а колектив – це люди, персонал підприємства, які виконують ту діяльність, що передбачена юридичними нормами функціонування підприємства [8, с. 128].

У зазначеному підході співвідношення понять можна побачити навіть різні наукові галузі, які будуть оперувати цими поняттями. Так, підприємство – це категорія, якою в більшій мірі будуть оперувати економічні науки, менеджмент, трудове право, а трудовий колектив – соціологія і організаційна психологія. При цьому, ми вважаємо, обидва поняття не можуть існувати одне без одного. Підприємство не може виконувати свої функції, види діяльності, передбачені його статутними документами. Це можуть робити люди, трудовий колектив. Але й

сам трудовий колектив не може існувати без формально закріпленої форми діяльності підприємства з його формальною організацією, майном, будівлями, приміщеннями, обладнанням тощо. Тому повернемося до розгляду видів трудового колективу, зокрема первинного колективу. В соціології його ще називають «контактним», тобто таким де соціальні контакти відбуваються постійно і безпосередньо, як з приводу виробничих відносин, так і особистісних [11].

У первинному колективі найбільш повно проявляється специфіка трудового колективу як особливої трудової спільності і малої соціальної групи. Первинний колектив утворюють співробітники, які найбільш тісно пов'язані виробничими завданнями і системою безпосередніх соціальних взаємовідносин в процесі праці.

Первинні колективи формуються на основі організаційно-виробничої структури підприємства. При цьому, саме сумісна виробнича (трудова) діяльність забезпечує безпосередню взаємодію не лише на функціональному рівні, але й на особистісному. Первинний колектив має свою структуру. В ній завжди присутній лідерський елемент, ядро – найбільш активні члени колективу, які тяжіють до лідера і периферія. Нам це важливо розуміти, коли ми будемо розглядати виникнення соціальної напруги в трудовому колективі. Хто впливає на формування суспільної свідомості? Як? Яким чином підсилює її, чи, навпаки, намагається згасити?

Сам лідер завжди є членом первинного колективу, тобто це не стороння особа, не керівництво ззовні. Як правило, він визнається більшістю членів трудового колективу. Ядро первинного колективу складає, як правило, не більше 30-40 відсотків основного складу. Це підтверджується результатами різноманітних соціологічних досліджень [11]. Ядро виступає носієм колективної свідомості, колективних норм, цінностей, традицій. Деякі дослідники, аналізуючи структуру первинного трудового колективу, наприклад, Т. Галкіна вважає, що не кожний колектив має таку структуру. При відсутності лідерської групи і ядра колектив характеризується нерозвиненістю колективістських якостей, певною аморфністю. Кожний такий випадок у соціальному управлінні, треба вивчати особливо [12, с. 40].

Продовжуючи аналізувати сутнісні характеристики трудового колективу підприємства, слід звернути увагу на його функціональні особливості. На первинний трудовий колектив покладаються дві групи функцій: виробничі (цільові) і соціальні. Щодо виробничих функцій тут все зрозуміло. Оскільки мова йде про первинний трудовий колектив, який формується на базі певного структурного підрозділу підприємства (цеху, відділу, служби

тощо), то його виробничі функції будуть визначатися саме цим.

Стосовно соціальних функцій єдиної думки серед науковців також не існує. Розглянемо одну з пропозицій соціальних функцій підприємства, запропоновану російським дослідником М. Орловим. Автор називає дві соціальні функції підприємства (трудового колективу) в умовах нестабільної ринкової економіки: виживання (збереження) і оптимізації (розвитку). Далі він конкретизує їх, наприклад – створення умов для реалізації ділових і інтелектуальних здібностей особистості працівника, надання можливостей для професійного зростання, формування згуртованості на основі вироблення спільних норм, традицій, організація дозвілля, взаємодопомоги тощо [13, с. 37].

Реалізація виробничих і соціальних функцій трудового колективу забезпечує його стабільність, сталість. Це поняття ширше аніж «згуртованість», оскільки передбачає поряд із згуртованістю (яка розглядається більше як соціально-психологічна характеристика) наявність суто соціальних сталих характеристик: соціально-рольових, соціально-статусних, соціально-професійних. Сталість у даному випадку ми трактуємо як «сталий розвиток», «стійкий розвиток», який ніяк не ототожнюється з застоєм. Таким чином, можна зробити певний висновок, що трудовий колектив представляє собою соціальну основу підприємства як економічної категорії.

Соціальна напруга розглядається науковим співтовариством з точки зору двох підходів: соціологічного (в межах конфліктологічної парадигми в соціології) і психологічного, оскільки трудовий колектив є соціальною організацією із системою соціальних відносин (соціологічний підхід) і сукупністю людей, особистостей із своїми індивідуально-психологічними характеристиками, потребами, мотивами тощо (психологічний підхід). Тільки враховуючи обидва ці підходи, можна виявити причини соціальної напруги, яка час від часу виникає в трудовому колективі.

У процесі реорганізації підприємства, в залежності від її видів стабільність, сталість первинного трудового колективу порушується. Порушуються (або взагалі руйнуються) соціально-рольові, соціально-статусні, соціально-професійні структури трудового колективу, виникає соціальна напруга – особливий стан суспільної свідомості і поведінки, специфічна ситуація сприйняття і оцінки соціальним суб'єктом соціальної реальності. Соціальна напруга, як особливий стан, може бути притаманна будь-яким соціальним спільнотам: малим соціальним групам (сім'я, первинний трудовий колектив, дружня компанія тощо) і великим (соціальна організація, клас, суспільство в цілому).

Соціальна напруга виникає в наслідок несприятливого для соціальної спільноти розвитку подій, які впливають безпосередньо на їхню життєдіяльність. І хоч у дефініції основний акцент

робиться на категорії «соціальне», тим не менш соціальна напруга має певні психологічні характеристики. Вона викликає такі психологічні стани як почуття дискомфорту, невпевненості, тривоги, невдоволення, іноді страху. Однак, на відміну від тривоги, як зазначають дослідники Р. Мошканцев, А. Мошканцева, соціальна напруга включає в себе також готовність опанувати ситуацією і діяти в ній відповідним чином [14, с. 287].

Для більш повного розуміння сутності соціальної напруги недостатньо лише розглянути її визначення. Важливо також розуміти причини виникнення соціальної напруги. У межах конфліктологічної парадигми в соціології і в конфліктології як міждисциплінарної наукової галузі, на сьогоднішній день сформувалася теорія соціальної напруги, хоч до кінця й незавершена. До її розробки долучалися як провідні соціологи, так і психологи, серед яких А. Давидов, Є. Давидова, М. Данакін, В. Рукавишніков, Є. Головаха, В. Петухов та ін.

На думку деяких авторів теорії соціальної напруги, зокрема В. Петухова, вона виникає в наслідок соціальної дезадаптації: 1) фізіологічної дезадаптації певних соціальних верств щодо труднощів, які виникають у соціумі, та неможливості нормально пристосуватися до них (приклад: підвищення рівня цін без підвищення рівня заробітної плати); 2) психофізіологічної дезадаптації людей, яка виражається у масових психічних станах (апатія, тривожність, агресія) при пристосуванні до соціально-економічних і соціально-політичних криз; 3) соціально-психологічній дезадаптації при виникненні конфліктних соціальних відношень і тому подібне. Соціальна напруга носить подвійний характер. Вона може розвиватися як стихійно, так і навмисне. Тоді у другому випадку її вдало використовують політична опозиція, радикали і навіть кримінальні кола у своїх власних цілях [15, с. 36].

У межах теорії соціального конфлікту науковці вважають, що соціальна напруга виникає в наслідок соціального конфлікту. Її розглядають як один з елементів конфлікту. «Соціальна напруга властива конфлікту і супроводжує його. Соціальна напруга і соціальний конфлікт — це частини єдиного цілого, того що характеризує певний стан відношень в середині суспільства. Масштаби соціальної напруги можна зіставити з масштабами соціального конфлікту» [16, с. 173].

У організаційній психології причинами соціальної напруги називають групову незадоволеність, яка виникає в наслідок великого розриву (невідповідності) між рівнем очікувань суттєвих позитивних змін в соціально-економічній, виробничій сфері і фактичним рівнем реалізації цих очікувань. Найбільш загальними причинами й передумовами виникнення соціальної напруги будуть стійкі і довгий час не вирішувані протиріччя між потребами, соціальними інтересами, соціальними

очікуваннями і їх фактичним задоволенням усього населення чи якоїсь його частини.

Отже, узагальнюючи різні думки й погляди на причини виникнення соціальної напруги, можемо сказати, що вони будуть різноманітними, але в узагальненому вигляді їх можна визначити як незадоволеність ситуацією, що складається навколо людей і безпосередньо зачіпає їхні прями інтереси. Переживання й усвідомлення цієї ситуації викликає соціальну напругу у соціальній спільноті, чий інтереси безпосередньо ущемлені і не відбувається пошук шляхів щодо їх задоволення.

Для повноти розуміння феномену соціальної напруги необхідно розглянути її структуру. На думку О. Галкіна до складу показників соціальної напруги входять такі ознаки-елементи: а) думки індивідів щодо тих чи інших соціальних подій; б) оцінки міри задоволеності їх життєво важливих потреб і інтересів; в) соціальні очікування щодо вирішення певних несприятливих ситуацій; г) довіра-недовіра до тих, хто приймає рішення щодо несприятливих ситуацій; д) оцінки власної безпеки у несприятливій ситуації, події; ж) своє бачення альтернативи розвитку несприятливої ситуації [17, с. 115].

Функціонально соціальна напруга може відігравати подвійну роль – деструктивну (дестабілізуючу) – тобто руйнувати соціальні відношення в суспільстві, державу, владу, економіку, і, навпаки – конструктивну (перетворювальну) – мобілізувати соціальних суб'єктів на подолання різноманітних труднощів.

Отже, в результаті теоретичного аналізу джерельної бази, ми маємо цілісне науково обґрунтоване уявлення про соціальну напругу як:

- феномен суспільної свідомості і поведінки;
- стан соціальних систем (великих і малих), що виявляється у формуванні суперечливих інтересів, соціальних відношень і дій між соціальними інститутами і групами;
- сигнал про кризовий стан соціальної системи, порушення її структур і функцій;
- спонукання до переходу від думок, переживань і оцінок до більш рішучих дій – соціального протесту.

Кожен первинний колектив і окремих працівників усвідомлюють свої економічні і соціальні інтереси, формують певні очікування, пов'язані з виробничою або соціальною сферою. Наприклад, «ми скоро отримаємо нове приміщення», «нам обіцяли нове обладнання», «нам відремонтували базу літнього відпочинку», «у цьому році прибуток підприємства бут високим, керівництво обіцяло премію у вигляді посадового окладу» і таке інше. Якщо очікування рано чи пізно виправдовуються або підкріплюються сподіваннями на їх реалізацію, в колективі не виникає негативних реакцій. Окрім загальних механізмів функціонування, є окремі випадки, викликані поведінкою окремих співробітників, їх психологічними особливостями,

індивідуальними потребами. Ці окремі випадки можуть певною мірою вплинути на функціонування колективу, але загальної соціальної напруги не викличуть.

У той же час, такі процеси як розподіл ресурсів, формування довгострокових цілей і завдань підприємства (зокрема його реформування), визначення інформаційних і комунікаційних зв'язків (які також інколи розглядаються деякими дослідниками як фактори появи соціальної напруги), практики управління, тобто все те, що може зачіпати глибинні інтереси трудового колективу – можуть викликати соціальну напругу. Отже, невміння або небажання правильно розподіляти ресурси, встановлювати пріоритетність проблем, які потрібно вирішувати, правильно розставляти кадри у відповідності до їх здатності і спроможності виконувати завдання вчасно і у повному обсязі, невчасне інформування членів трудового колективу про позитивні зміни під час процесу реформування, – це далеко не увесь перелік причин, який спричиняє виникнення соціальної напруги. При чому, ми вважаємо, що реорганізація підприємства (особливо в залежності від виду її впровадження) – стоїть на одному з перших місць тому, що може найглибше зачіпати інтереси великої кількості членів трудового колективу.

Індикаторами внутрішньої соціальної напруги у трудовому колективі є:

- високий рівень незадоволеності працівників станом організації праці і управління, який висловлюється «в кулуарах», а потім і відкрито лідерами думок;
- переважання негативних емоцій у висловлюваннях, комунікації, міжособистісному спілкуванні;
- усвідомлення більшістю членів колективу наявності гострої складної проблеми і відсутність бачення у її вирішенні як самих членів трудового колективу, так і керівництва;
- поява апатії і байдужості до результатів праці, зростання утриманських настроїв (менше зробити, більше отримати);
- розчарування, песимізм, невпевненість ізневіра у ефективність реформ, що пропонуються, бачення в них лише власної небезпеки (переведення на іншу посаду, зменшення виплат, в решті решт звільнення);
- поява несприятливого соціально-психологічного клімату всередині колективу, навіть там, де раніше були дружні і приятельські відношення;
- високий рівень плинності кадрів серед працівників основних професій («не буду чекати поки звільнять, піду сам»);
- суттєве зниження трудової і технологічної дисципліни;
- втрата керівництвом підприємства ініціативи в управлінні, поява й

консолідація різного роду угруповань навколо неформальних літерів;

- можливий початок активних дій: виступів, мітингів, страйків та ін.

Отже, все, заради чого планувалася реорганізація підприємства – покращення організаційної структури, підвищення її функціональності, поліпшення фінансового стану в наслідок ліквідації неприбуткових ланок, – якщо не було доведено до членів колективу, не роз'яснено, яким чином це збереже їхні інтереси – дасть зворотній ефект, тобто посилить соціальну напругу.

З метою визначення місця саме соціальної складової у процесах реструктуризації слід проаналізувати форми реорганізації підприємства. Характер і особливості змін на підприємстві, частіше за все, залежать від застосованих видів реорганізації, які, у свою чергу, залежать від цільових установок і стратегії підприємства. Серед усього розмаїття видових форм реорганізації, науковці називають такі: а) в залежності від цільових установок – тактична і стратегічна; б) в залежності від кількості структурних перетворень – часткова і комплексна; в) в залежності від вирішення конкретних функціональних задач – санаційна, адаптаційна, фінансова, організаційна, технічна і так далі [18, с. 165]. У межах даного дослідження варто коротко їх охарактеризувати і виявити їхній вплив на соціальні процеси в колективі.

Оперативна реорганізація спрямована на вирішення поточних питань функціонування, таких як фінансове оздоровлення компанії, покращення платіжної спроможності. Її ще називають частковою, оскільки вона, як правило, не зачіпає фундаментальних основ функціонування підприємства. Частіше за все використовується для оновлення і покращення технічної і економічної дієздатності підприємства. В межах оперативної реорганізації існують такі підвиди як: фінансова, технічна, адаптаційна, санаційна.

Основними заходами фінансової реструктуризації виступають фінансові механізми. Наприклад, може бути проведена додаткова емісія цінних паперів, переоцінка активів, зміна структури пасивів, реструктуризація боргів і зниження їхнього фінансового тягаря на підприємство, зниження дебіторської заборгованості тощо. Як бачимо, така реструктуризація не чіпає ані структуру менеджменту підприємства, ані організаційну структуру, що навряд чи вплине на соціальні відношення в середині колективу. Колектив взагалі може не помітити такої реструктуризації.

Вчасно проведена технічна реорганізація (встановлення нового технічного обладнання, впровадження енергозберігаючих технологій тощо), допоможе підприємству підвищити рівень виробничого потенціалу, що дозволить йому виробляти більш якісні товари і послуги, а значить

підвищити свою конкурентоспроможність на ринку. У більшості випадків технічна реорганізація позитивно сприймається колективом підприємства, оскільки покращує умови праці і сам процес праці, прибираючи непродуктивні важкі виробничі операції. Але, з іншого боку, цей вид реструктуризації вимагає від працівників додаткових зусиль у вигляді опанування нової техніки, нових навичок і компетентностей. Робітники похилого віку часто виявляються не готовими до таких інновацій, висловлюють невдоволення і формують певні негативні настрої у колективі.

Адаптаційна реорганізація має за мету при появі в економічній ситуації в країні чи в світі нових тенденцій (негативних чи позитивних) адаптувати підприємство до них, щоб уникнути можливих ризиків чи кризових станів. Наприклад, це може бути пристосування товарів чи послуг, які виробляються підприємством, до нових стандартів, або розробка нових товарів і послуг, що користуються найбільшим попитом, або впровадження нових засобів управління (автоматизовані інформаційні системи) тощо. Така реорганізація може зачіпати інтереси трудового колективу, окремих працівників, яким приходится перенавчатися, опановувати нові стандарти. Що може призвести до появи невдоволених настроїв та соціальної напруги в трудовому колективі.

Санаційна (відновлювальна) реорганізація застосовується у випадку, коли підприємство знаходиться у передкризовому стані і шукає способи виходу з нього. Її основною функцією є забезпечення ефективного розподілу і використання ресурсного потенціалу підприємства (матеріальних, фінансових, людських та інших ресурсів). Санаційна реорганізація включає в себе суттєві організаційні зміни. Вона може передбачати ліквідацію старих і створення нових структурних підрозділів на основі їх розділення, об'єднання або повної ліквідації. Цей вид реструктуризації сильно зачіпає інтереси трудового колективу, особливо у частині організаційних змін. Як правило, санаційна реструктуризація викликає значні соціальні коливання у трудовому колективі, які породжують стан соціальної напруги.

Стратегічна (або комплексна) — більше орієнтована на довгострокові перспективи, на покращення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності. Цей вид реструктуризації торкається фундаментальних сторін функціонування підприємства, навіть може змінювати форму власності, власників і таке ін. Вона передбачає розробку нової концепції організаційної структури, всієї господарсько-економічної політики підприємства, серйозні зміни в системі менеджменту для того, щоб покращити свої ключові позиції і конкурентні переваги у своїй галузі. Очевидно, виходячи із розуміння сутності комплексної реорганізації, вона буде включати усі попередньо описані види.

Її кінцевою метою є впровадження глибоких змін в організаційний, управлінський, виробничо-господарський і фінансовий процеси підприємства за-для підвищення рентабельності і конкурентоспроможності.

Безпосередніми заходами у сфері комплексної реорганізації можуть бути: 1) зміна менеджменту підприємства; 2) впровадження нових прогресивних форм управління; 3) зміна системи маркетингу; 4) технічне переобладнання, впровадження нових технологій; 5) реформування організаційної структури; 6) налагодження випуску нової продукції і послуг (або диверсифікація асортименту); 7) зменшення усіх фінансових витрат (окрім інвестиційних); 8) скорочення чисельності персоналу підприємства.

Із наведених заходів, які супроводжують процес комплексної реорганізації підприємства, ми бачимо, що тепер ущемлені не лише інтереси трудового колективу, але й керівництва, що, на нашу думку, сильно відобразиться на соціальних настроях і посилить соціальну напругу.

Отже, реструктуризація підприємства, яка тим чи іншим чином зачіпає інтереси трудового колективу або окремих працівників — змінює соціальні відношення в ньому, породжує соціальну напругу і навіть може викликати соціальний опір.

У соціологічному розумінні підприємство — це, перш за все, функціонально-цільова спільність (іншими словами — соціальна організація) з притаманною їй соціальною структурою, каналами комунікації, координації, управління і контролю, котра формується на основі поділу праці, спеціалізації функцій та ієрархічної системи взаємодії між індивідами (керівники — підлегли), групами і структурними підрозділами (цехи, відділи, служби, лабораторії тощо) для задоволення соціальних потреб індивідів і суспільства. Під реорганізацією слід розуміти здійснення спеціальних організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних та інших заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, з метою підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності його на ринку. Соціальну напругу можна розглядати як особливий стан суспільної свідомості і поведінки, певну специфічну ситуацію сприйняття й оцінки дійсності соціальними суб'єктами.

Серед причин реструктуризації підприємства зазначено: незадовільний рівень загального менеджменту, слабкий фінансовий менеджмент, зниження конкурентоспроможності підприємства, невідповідність рівня витрат і прибутковості підприємства та соціальний конфлікт в середині підприємства між власниками, персоналом, менеджментом.

Аналіз сутності трудового колективу підприємства як його соціальної основи дозволив узагальнити, що трудовим колективом є чітко визначена спільність людей, об'єднаних в межах певного підприємства на підставі укладених з

ними трудових угод, що має свою структуру у відповідності до організаційної структури підприємства.

Причинами виникнення соціальної напруги є незадоволеність ситуацією, що складається навколо людей і безпосередньо зачіпає їхні прямі інтереси. Основними проявами соціальної напруги можуть бути: феномен суспільної свідомості і поведінки; стан соціальних систем; сигнал про кризовий стан соціальної системи; спонукання до переходу від думок, переживань і оцінок до соціального протесту.

Заходами у сфері комплексної реорганізації можуть бути: зміна менеджменту підприємства; впровадження нових прогресивних форм управління; зміна системи маркетингу; впровадження нових технологій; реформування організаційної структури; налагодження випуску

нової продукції і послуг; скорочення фінансових витрат; скорочення чисельності персоналу підприємства. Отже, реструктуризація підприємства, яка тим чи іншим чином зачіпає інтереси трудового колективу або окремих працівників – змінює соціальні відносини в ньому та породжує соціальну напругу. Недостатня увага та ігнорування виникнення соціальної напруги в трудовому колективі може призвести до протестних настроїв і дій.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямку може бути пошук шляхів, засобів та дій щодо зниження та повного усунення чинників соціальної напруги в колективах під час реструктуризації підприємств шляхом об'єднання зусиль представників соціологічних, економічних та управлінських наук.

Abstract

Based on the above analysis are identified such categories as "consumer loyalty in the industrial market" and "consumer loyalty management in the industrial market". There were identified priority areas of the industrial market for which the formation of a loyalty management system is the most relevant. There also were highlighted the consumer groups in the industrial market by the level of their loyalty. Groups of clients in the industrial market are selected according to the level of their loyalty: potential buyer; random (new) client; client; regular customer and absolutely loyal customer.

Behavioral and emotional loyalty indicators were offered to the company to provide clearer information on which group the client belongs to. Indicators of "behavioral" loyalty are highlighted: cross-selling; magnification; repeat purchases; consumer's support of the reached level of interaction with the company. To measure emotional loyalty, the following loyalty indicators are defined as: consumer awareness of the brand / company; consumer satisfaction; the degree of uncertainty or duality of the relationship and the availability of alternatives.

The loyalty management process involves developing a set of actions for each segment in order to transfer consumers from one group to another, which has a higher level of loyalty in order to build long-term relationships with their own customers. As we know, an important part of modeling long-term customer relationships in the industrial market is the development of a set of measures that will accompany consumers at each stage of their using of goods or services of the company, there was proposed to determine management decisions according to customer life cycle.

The application of loyalty management for the industrial sector was considered with the definition of communication channels and sales skills required at each stage of the customer's life cycle

A structured approach to the management of the loyalty process will optimize resources and increase the effectiveness of activities and the structure of communication activities in this process will allow to effectively allocate resources to maximize the effect.

Список літератури:

1. Зозульов, О.В., Кляченко, І.О. Програми лояльності споживачів до бренду. Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. 2012. 6. – URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12367>
2. Coyes, S., Gokey, T. Customer Retention Is Not Enough. The McKinsey Quarterly. 2002. No. 2.
3. Райхельд Ф., Тил Т. Эффект лояльности: Движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. Пер. с англ. —М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
4. Агеева Ю. Удовлетворен — не значит лоялен // Русский полис (Москва). —22.09.2005 — с. 64-66.
5. Юрлов С. Блеск лояльности // Искусство управления (Москва).- 13.04.2005 — С.2
6. Широценка І. П. Основні поняття та методи вимірювання лояльності // Маркетинг в Росії и за рубежом. 2008. № 2.
7. Бажеріна К. В., Бібік І. Ю. Особливості управління лояльністю на ринку банківських послуг. Ефективна економіка. 2020. № 1. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7849> (дата звернення: 21.05.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.96

8. Бажеріна, К.В Застосування теорії порогових значень при вимірі лояльності споживачів. Формирование рыночных отношений в Украине. 2014. с. 88-93
9. Jacoby, J., Chestnut, R. (1978), Brand Loyalty: Measurement and Management. New York: John Wiley and Sons, Inc.
10. Oliver, R. Satisfaction, A. (1997), Behavioral Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill Inc.

References:

1. Zozulov, O.V. and Klyachenko, I.O. (2012), "Brand loyalty programs for consumers", Aktualni problemi ekonomiki ta upravlinnya : zbirnik naukovih prats molodih vchenih, vol. 6, available at: URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12367>, (Accessed 12.04.20).
2. Coyes, S. and Gokey, T. (2002), "Customer Retention Is Not Enough", The McKinsey Quarterly vol. 2.
3. Rajkheľ d, F. and Til, T. (2005), E`ffekt loyal`nosti: Dvizhushhie sily` e`konomicheskogo rosta, priby`li i neprekhodyashhej czennosti [Loyalty Effect: Drivers of Economic Growth, Profit, and Enduring Value], Vil`yams, Moskow, Russia.
4. Ageeva, Yu. (2005), "Satisfied - doesn't mean loyal", Russkij polis (Moskva). Vol. 22.09.2005. pp. 64-66.
5. Yurlov, S. (2005), "Shine of Loyalty", Iskusstvo upravleniya (Moskva). Vol. 13.04.2005. pp.2
6. Shirochens`ka, I. P. (2008), "Basic concepts and methods of measuring loyalty", Marketing v Rossii i za rubezhom, vol. 2.
7. Bazherina, K. and Bibik, I. (2020), "Features of loyalty management in the market of banking services", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7849> (Accessed 21 May 2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.96
8. Bazherina, K.V (2014), "Application of the theory of threshold values in measuring consumer loyalty", Formirovanie ryinochnyih otnosheniy v Ukraine, pp. 88-93
9. Jacoby, J. and Chestnut, R. (1978), Brand Loyalty: Measurement and Management. New York: John Wiley and Sons, Inc.
10. Oliver, R. Satisfaction, A. (1997), Behavioral Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill Inc.

Посилання на статтю:

Заїка О. В. Соціальна напруга в трудовому колективі як чинник реорганізації підприємства. / О. В. Заїка, Т. Ф. Бірюкова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2019. – № 6 (46). – С. 85-94. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No6/85.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3877579

Reference a Journal Article:

Zaika O. V. Social tension in the team as a factor of reorganization of the enterprise / O. V. Zaika, T. F. Biriukova // Economics: time realities. Scientific journal. – 2019. – № 6 (46). – P. 85-94. – Retrieved from <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No6/85.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3877579

