

SCI-CONF.COM.UA

**SCIENCE AND SOCIETY:
MODERN TRENDS
IN A CHANGING WORLD**



**PROCEEDINGS OF I INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
DECEMBER 18-20, 2023**

**VIENNA
2023**

SCIENCE AND SOCIETY: MODERN TRENDS IN A CHANGING WORLD

Proceedings of I International Scientific and Practical Conference

Vienna, Austria

18-20 December 2023

Vienna, Austria

2023

UDC 001.1

The 1st International scientific and practical conference “Science and society: modern trends in a changing world” (December 18-20, 2023) MDPC Publishing, Vienna, Austria. 2023. 702 p.

ISBN 978-3-954754-01-4

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Science and society: modern trends in a changing world. Proceedings of the 1st International scientific and practical conference. MDPC Publishing. Vienna, Austria. 2023. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/i-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-and-society-modern-trends-in-a-changing-world-18-20-12-2023-viden-avstriya-arhiv/>.

Editor

Komarytskyy M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: vienna@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua>

©2023 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2023 MDPC Publishing ®

©2023 Authors of the articles

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

77. *Абсалямова Л. М., Близнюк Т. І.* 388
ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ НА ХАРЧОВУ ПОВЕДІНКУ ЖІНОК
78. *Бутрин В., Кізь О.* 395
НЕТВОРКІНГ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ
79. *Вексей Б. О., Гетманська М. О., Циганенко-Дзюбенко І. Ю.* 404
ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ГРОМАДЯН В УМОВАХ УРБАНІЗАЦІЇ ТА РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ
80. *Кулаковська Р. Р.* 410
ОСОБЛИВОСТІ ПРОФІЛАКТИКИ СТРЕСУ
81. *Рязанцева Т. М.* 414
ВПЛИВ СТРЕСУ НА ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ ТА СПОСОБИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ
82. *Слободян О., Кізь О.* 420
ДІТИ УКРАЇНИ У ЧАСІ ВІЙНИ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПЛЕКАННЯ СТІЙКОСТІ
83. *Хлистова М. Ю.* 430
ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ДО НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ЗВО В УМОВАХ ВІЙНИ
84. *Ярова О. О.* 435
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ ПСИХОЛОГІЇ

SOCIOLOGICAL SCIENCES

85. *Дністрянська В. О.* 441
ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ ДО РОБОТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПІСЛЯВОЄННОГО СТАНУ
86. *Марченко В., Приходько К.* 445
ЛЮДИНА І ВІЙНА: РЕАЛІЇ СУЧАСНОГО БУТТЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА
87. *Мехралиева У.* 448
ФОРМА, ФУНКЦІИ И МЕТОДЫ РАБОТЫ ШКОЛЬНОГО СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА

ART

88. *Антоненко І. В.* 453
СПОСОБИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ БОМБОСХОВИЩ УКРАЇНИ
89. *Підгаєцька І. В., Яремчук О. М., Черній В. В., Поліщук В. І.* 460
ЗАСОБИ ХУДОЖНЬО-ВИРАЗНОГО ВИКОНАННЯ ВОКАЛЬНОГО ТВОРУ

НЕТВОРКІНГ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Бутрин Василь

магістрант ОПП «Психологія бізнесу і управління»,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка

Кізь Ольга

кандидатка психологічних наук,
доцентка кафедри психології
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Вступ. Із початком повномасштабного військового вторгнення росії на територію України українська економіка та бізнес зазнали нищівного удару: підприємці майже втратили можливість вести зовнішньоекономічну діяльність, знищені логістичні шляхи, дефіцит транспортних засобів, значне підвищення цін на паливо; нестача кадрових фахівців через мобілізаційні заходи та виїзд українців; втрата компаній-партнерів; обмежене інвестування; значне зростання цін на енергоресурси, сировину і матеріали; втрата доступу до складів та виробництв, вимушена релокація бізнесу у більш безпечні регіони. Щоб залишитися на плаву, підприємці були вимушені переналаштовувати внутрішні бізнес-процеси, перейти на короткострокове стратегічне планування, вдаватися до кризового мікро- і макро- менеджменту.

Стресогенні фактори сьогодення вимагають швидкої адаптації до нових умов життя і професійної діяльності, успішного входження у ситуацію спілкування у новому бізнес-середовищі, активної участі у програмах підтримки підприємництва як у своїх, так і нових територіальних громадах. Викликом для українського бізнесу став пошук найкращих рішень і шляхів підтримки та посилення економічної спроможності нашої країни в умовах війни. Процеси відбудови зруйнованого і розвитку релокованого бізнесу та підвищення його ефективності й прибутковості потребують на усіх етапах досконалого володіння засобами та техніками спілкування. Це актуалізує

проблему формування навичок ефективного нетворкінгу як комунікативного засобу побудови та розвитку власного бізнесу. Важливу роль відіграють налагодження та підтримка відносин із людьми, мережа зв'язків, корисні знайомства, які мають ресурсні можливості позитивно вплинути на ті чи інші економічні, правові, соціально-психологічні аспекти бізнес-діяльності.

Нетворкінг дозволяє під іншим кутом зору розглядати ділові заходи, техніки й інструменти пошуку контактів і зв'язків. Залучення різних людей до реалізації ідей, планів та стартапів за допомогою мережі зв'язків дозволяє отримати конкурентні переваги як для бізнесу, так і для соціальних груп.

Мета роботи. Теоретичний аналіз нетворкінгу як комунікативного інструменту розвитку бізнесу та експериментальне дослідження технологій нетворкінгових комунікацій у бізнес-діяльності підприємців Тернопільщини.

Матеріали та методи. Аналіз наукових джерел і монографічної літератури з проблеми нетворкінгу, систематизація теоретичних положень, порівняння та узагальнення науково-теоретичних та емпіричних даних, організація дослідження практики використання нетворкінгу бізнесменами Тернопільщини для розвитку і ведення бізнес-діяльності.

Результати та обговорення. Проблема використання нетворкінгу потребує глибокого міждисциплінарного вивчення та розкриття його психологічних аспектів у контексті аналізу наукових принципів, розроблених економічною теорією, філософією, психологією, соціологією, менеджментом, маркетингом тощо.

Нетворкінг як вплив сформованої мережі соціальних зв'язків і контактів різноаспектно розкрито у працях вітчизняних і зарубіжних теоретиків та практиків (В. Антосевич, О. Бабушкін, В. Брич, К. Вікрі, С. Вілас, О. Вільямс, Е. Ібарра, М. Карлінс, О. Кравцов, Дж. Лублін, Т. Рез, Д. Резак, Дж. Томсон, Г. Турняк, К. Ферацці, Д. Фішер, Р. Фрішмен, Г. Холгрєн-Резак, Дж. Шафер тощо), котрі вивчали його становлення і розвиток, правила і принципи формування та функціонування, аналізували види і рівні, переваги та недоліки. Дотичними до проблеми нетворкінгу є дослідження, у яких розкрито

комунікативну компетентність та рівень розвитку комунікативних умінь у контексті бізнес-діяльності (Л. Барановська, Н. Гез, Г. Данченко, З. Калмикова, Н. Кіржі, Н. Кожем'яко, С. Козак, О. Кокун, В. Кручек, Л. Мамчур, Н. Рабецька, В. Черевко, Г. Чередніченко), комунікативний менеджмент (Т. Бурмак, К. Великих, Н. Жигайло, Г. Осовська, Н. Шпак), комунікації у процесі управління організаціями (Н. Карамушка, С. Хаджирадєва, Н. Черненко, К. Чернуха-Гадзецька тощо).

Визначення нетворкінгу знаходимо у сучасних словниках, енциклопедіях, посібниках. Так, Оксфордському словнику англійської мови, який є одним із найвідоміших академічних словників англійської мови видавничого дому «Oxford University Press», термін «нетворкінг» (англ. Networking: net – мережа, work – працювати) означається як «організована група чи система, суть якої полягає у взаємопов'язаних людях та інструментах для внутрішньої взаємодії, обміну корисною інформацією, розвитку мережі як професійних, так і соціальних контактів. Семантичний аналіз слова «нетворкінг» дає можливість виокремити його ключові аспекти: докладання зусиль, реалізація ідей, наявність обов'язків зі створення, збільшення та використання особистої мережі зв'язків» [4].

Сучасне розуміння нетворкінгу полягає в його характеристиці як діяльності, яка зазвичай відбувається в неформальній обстановці і спрямована на обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними чи особистими інтересами. В основі нетворкінгу лежить побудова довготривалих довірливих відносин за принципом соціальної мережі та взаємодопомога. Мета нетворкінгу полягає в тому, щоби за допомогою кола друзів і знайомих максимально швидко і ефективно вирішувати складні життєві завдання і бізнес-питання (віднаходити клієнтів, наймати кращих співробітників, залучати інвесторів тощо). Він використовується задля розширення кола знайомих, інформування про можливості працевлаштування у галузях бізнес-діяльності та підвищення обізнаності щодо новин і тенденцій у своїй чи дотичних галузях [1; 2].

На основі зазначених складових нетворкінгу та за допомогою опитування із використанням розробленої Google Форми (<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSexOgFRv8gqsTdbGcKsbk5OZDm0qzSiMysSNy0YxrHShXNzkw/viewform>) [3] ми продіагностували практику використання нетворкінгових технологій для створення і ведення бізнесу та ставлення й очікування від мережі ділових контактів у бізнесменів Тернопільщини.

В опитуванні взяли участь 54 представників і представниць сфери бізнесу Тернопільської області, з них 41% (22 особи) – жінки-бізнесменки та 59% (32 особи) – чоловіки-бізнесмени. На момент проведення дослідження 80 % опитуваних мали завершену вищу освіту, 18 % – середню спеціальну та 1% вчену ступінь. Досліджувані надали анонімну інформацію про посаду, обов'язки та сферу бізнес-діяльності. Як показує опитувальник, вони посідають різні посади та на них покладено різні професійні обов'язки: software developer, HR-менеджери, директор-агроном-плодоовочівник, менеджер-адміністратор; власник ТОВ, власник салону краси, власник-директор ТОВ, де лівері менеджери, директори, керівники, головні лікарі, майбутні підприємці, маркетологи, менеджери, менеджери з продажу, директор поліграфічного підприємства, директор центру розвитку дитини, власник закладу швидкого харчування, приватні підприємці, проєкт-менеджери, регіональні директори, чотири ФОП, шеф, виконавчий директор, власник фірми, віце-президент Тернопільської торгово-промислової палати, ІСС Ukraine, власник ТОВ «БудМолл», голова ГО «Я є Жінка», керівник, менеджери, самозайнята особа, співвласники, керівник-головний інженер із нормування праці тощо.

Сферою діяльності досліджуваних є будівництво (1 особа), креслення проєктів для будівництва (1 особа), виробництво (4 особи), виробництво продовольчих товарів (4 особи), виготовлення домашньої консервації Fruit Ant (1 особа), сфера торгівлі (4 особи), виготовлення і продаж дверей (1 особа), продаж товарів (1 особа), ІТ-технології (2 особи), фото/відео продакшн (1 особа), ЗМІ, реклама та медіа послуги (3 особи), дизайн (1 особа); поліграфія (1 особа); маркетинг (1 особа), комунікативний маркетинг (1 особа), освітні

послуги (3 особи), консалтинг (3 особи); перевезення (1 особа); сфера послуг (4 особи), сфера обслуговування (4 особи); фінансова сфера (2 особи), клінінг (1 особа), меблева сфера (1 особа); посередницька діяльність (1 особа), стоматологічні послуги (1 особа), медицина (6 осіб), військова промисловість (1 особа), сільське господарство (1 особа) тощо. Серед досліджуваних було 2% (6 осіб) – власники бізнесу, переміщеного у Тернопільську громаду за програмою релокації бізнесу із регіонів України, в яких ведуться активні бойові дії чи які є тимчасово окупованими територіями.

Питувальник вміщував 12 запитань як закритого, так і відкритого типу. Обмежуючись обсягом тез, зосередисомь на окремих із них. Питання опитувальника *«Які поради Ви б надали бізнесменам/підприємцям/самозайнятим особам для успішної побудови мережі бізнес-контактів?»* було відкритим і допомогло отримати цікаві для нашого дослідження результати. Якісний аналіз відповідей дозволив об'єднати їх у 18 смислових категорій залежно від змісту.

1) *поради щодо ставлення до праці:* «багато працювати», «працювати, і ще раз працювати», «рано вставати», «працювати!» , «бути пунктуальним», «не відкладати справи у довгий ящик» тощо;

2) *поради щодо розвитку загальнолюдських якостей, вихованості та моральних рис:* «бути чесним», «справедливим», «будьте вічливими», «бути відкритим», «повага у спілкуванні», «будьте прозорими», «дотримуйтеся високих стандартів етики в спілкуванні», «вибачатись, коли ви були не праві» «бути привітною, товариською людиною», «залишатись культурною, стриманою, навіть якщо вам грублять», «високі стандарти етики у співпраці»;

3) *поради щодо ставлення до навчання, самоосвіти:* «вчитися», «багато вчитися», «постійно вчитися», «підвищення рівня власної компетентності»;

4) *поради щодо самооцінки та рівня домагань:* «бути впевненим в собі і своїх можливостях», «бути впевненим», «впевнено йти до поставленої цілі», «вірити в себе», «не здаватись, йти до своєї мети»;

5) *поради щодо розвитку вольових якостей і готовності ризикувати:*

«удача посміхається відважним!», «не боятись сміливих рішень», «не боятись ризикувати», «нічого не боятися та рухатись тільки вперед», «сміливість», «йти до своєї мети, а потрібні люди знайдуться», «не зупинятись на шляху до поставлених цілей», «завжди рухатись вперед», «не звертати зі свого шляху, реалізовувати крок за кроком цілі», «не боятися і йти завжди до своїх цілей»;

б) *поради щодо готовності просити допомоги і бути вдячним*: «не соромитись звертатись самій про допомогу, пораду», «просити підтримки», «не боятись просити про допомогу», «бути вдячним за надану допомогу»; «подякувати у матеріальний спосіб людині, яка допомогла побудувати нові корисні зв'язки, привела нових клієнтів»;

7) *поради щодо відкритості до нового*: «нове це завжди краще», «ніколи не пізно почати свою справу», «шукати нових ідей», «пробувати, помилятись», «шукати нові можливості», «постійний моніторинг бізнесу, яким хочете займатись»;

8) *поради щодо взаємності як стрижня нетворкінгу*: «взаємодопомога», «взаємоповага», «контакти повинні бути взаємовигідні», «взаємовигода», «будьте відкритими до співпраці та надайте взаємну користь іншим учасникам мережі», «допомагати, бо ніхто не знає хто кому і в чому буде корисним, потрібним в майбутньому», «підтримуйте контакти через обмін взаємними послугами»;

9) *поради щодо розвитку комунікативних навичок*: «розвивати комунікативні здібності», «головне мати розвиненими на достатньому рівні навички спілкування», «бути “обтесаним”», «бути доречним в спілкуванні у різних ситуаціях», «бути ненав'язливим», «постійно покращувати і підтримувати власні навички комунікації – це окупиться сторицею, перевірено», «не “зіскакувати” з теми обговорення», «розвивайте особисті якості, такі як комунікаційні навички та вміння слухати», «покращувати ораторську майстерність»;

10) *поради щодо захисту власних кордонів*: «заздалегідь розуміти, що на шляху можуть трапитись аморальні люди, для яких нетворкінгова стратегія –

виключно використати вас у своїх цілях по максимуму і нічого корисного не давши вам у відповідь», «не діліться своїми ідеями», «знати, коли згладжувати гострі кути, а коли принципове питання ставити ребром і відстоювати свої кордони», «бути гнучкими в розмові та водночас не вдаватись до маніпуляцій», «захищатись від недобросовісних людей і зливу інформації», «із недобросовісними людьми та маніпуляторами звести відносини по нуля», «не правильні контакти можуть погіршити репутацію»; «прислухатись до порад і рекомендацій лише надійних приятелів/знайомих»;

11) *поради щодо вибору площадок/платформ для нетворкінгу*: «брати участь у подіях і заходах для підприємців», «участь у конференціях, семінарах», «участь у мережевих заходах», «участь у професійних конференціях», «відвідувати світські заходи та урочисті події», «знаходити час на зустрічі з різноманітними людьми», «обідати з цікавими людьми», «відвідувати цікаві події і заходи у місті» «відвідувати всі заходи, де збираються Успішні підприємці», «стати членом (членкинею) бізнес-спільноти», «залучайтеся до груп та об'єднань, які відповідають вашим інтересам та сфері бізнесу», «підтримуйте контакти через регулярний обмін інформацією»; «спілкування з власниками бізнесу не лише своєї сфери, а й суміжних»;

12) *поради щодо нетворкінгу в соціальних мережах*: «створити веб-сайт та зареєструватись в Google Бізнес для розширення клієнтської та партнерської бази контактів», «створюйте цікавий та запам'ятовувальний профіль, щоб залучити увагу потенційних контактів», «активно взаємодійте в соціальних мережах, спеціалізованих платформах», «активно використовувати соцмережі, месенджери, ютюб», «хороша реклама», «будувати власний бренд»;

13) *поради щодо підтримки мережі бізнес-контактів*: «використовувати всі можливості якісного, ефективного нетворкінгу»; «знаходьте спільні інтереси та цілі з іншими учасниками, щоб зміцнити зв'язки», «пам'ятати про своїх людей мережі бізнес-контактів, їх дні народження», «пам'ятати, з якими проблеми члени мережі звертались до вас, не забувати їх підтримувати надалі»;

14) *поради щодо турботи про власне психологічне благополуччя*: «бути

на позитиві», «молитись», «медитувати», «бути позитивною людиною», «бути уважним до погіршення психологічного стану і настрою»;

15) *поради щодо підтримки контактів з представниками органів влади та місцевого самоврядування:* «звертатися до відповідних державних структур», «мати знайомих при владі», «мати серед знайомих тих, хто фінансує облдержадміністрація, міська рада, депутати різного рівня», «звертатись до знайомих чиновників»;

16) *поради щодо використання мережі бізнес-контактів виключно у власних інтереса:* «користуйтеся їхніми знаннями, досвідом, ідеями», «використовувати матеріальні ресурси людей бізнес-мережі наповну», «залучати їхні кошти, бо це безвідсоткові вкладення у власний бізнес», «використовувати у власних інтересах мережу контактів інших людей»;

17) *поради щодо довіри і делегування повноважень:* «довіра до співробітників», «все що можна – делегувати», «схвалювати віддалений формат роботи», «прислухатись до людей з ІТ, хто ефективно організовує віддалену роботу команди»;

18) *поради щодо готовності допомагати та ведення соціально відповідального бізнесу:* «бути людиною, яка готова допомогти з розумній мірі тим, хто звертається», «підтримувати людей свого оточення (і не лише) навіть в найважчі часи (людей, які цього потребують і прямо говорять про це Вам)», «будьте готовими допомагати іншим», «більше донатити на ЗСУ, щоб пошвидше виграти війну і спокійно розширювати мережу бізнес-контактів, мати стабільність у логістиці, постачанні через кордон».

Висновки. Результати проведеного дослідження дають підстави виокремити такі особливості нетворкінгу: активно використовується у бізнес середовищі для побудови і налагодження мережі ділових зв'язків, створення бази партнерів і потенційних клієнтів задля отримання певних преференцій у майбутньому; виступає найефективнішим і найменш дороговартісним інструментом активізації бізнесу; впливає на розвиток і підтримку контактів, особистих зв'язків з різними людьми, які можуть бути корисними не лише у

веденні бізнесу, а й для побудови кар'єри; його можна налагоджувати як прямим шляхом (відвідування різноманітних за метою та характером заходів: бізнес курсів, семінарів, виставок, бізнес-форумів, конференцій, благодійних сніданків, ворк-шопів; участь у торгово-промислових палатах різного рівня, біржах праці, фріланс-біржах, бізнес-турах, членство у професійних спільнотах, бізнес-клубах, інвестиційних об'єднаннях, мережах професійних контактів, волонтерство і благодійність тощо), так і непрямим (за допомогою протектування, менторства, персональних рекомендацій тощо).

Нетворкінг потребує науково-практичного забезпечення, наполегливості й терпіння від підприємця, бажання навчатися системним його функціям. Розширюючи мережу контактів через процес нетворкінгу, продуктивний нетворкер спроможний вирішувати навіть досить складні завдання завдяки оперативному залученню людей і делегуванню їм повноважень.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутрин В., Кізь О. Теоретико-методологічні засади дослідження нетворкінгу в бізнес-діяльності. Магістерський науковий вісник Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2023. Вип. 41. С. 91-96. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/31261>

2. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації. Київ: «Vivat». 2020. 210 с.

3. Моя мережа бізнес-контактів. Ефективність мого нетворкінгу. Опитувальник. URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSexOgFRv8gqsTdbGcKsbk5OZDm0qzSiMysSNy0YxrHShXNzkw/viewform>

4. Networking. Oxford English Dictionary URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=Networking>