



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

Międzynarodowe czasopismo naukowe

Jurisprudence
Medical science
Computer science
Economic science
Educational science
Philological science
Public administration
Psychological science

№35(228) 2024



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

ISSN 2520-2480

Colloquium-journal №35 (228), 2024

Część 1

(Warszawa, Polska)

Redaktor naczelny - **Paweł Nowak**
Ewa Kowalczyk

Rada naukowa

- **Dorota Dobija** - profesor i rachunkowości i zarządzania na uniwersytecie Koźmińskiego
- **Jemielniak Dariusz** - profesor dyrektor centrum naukowo-badawczego w zakresie organizacji i miejsc pracy, kierownik katedry zarządzania Międzynarodowego w Ku.
- **Mateusz Jabłoński** - politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki.
- **Henryka Danuta Stryczewska** – profesor, dziekan wydziału elektrotechniki i informatyki Politechniki Lubelskiej.
- **Bulakh Iryna Valerievna** - profesor nadzwyczajny w katedrze projektowania środowiska architektonicznego, Kijowski narodowy Uniwersytet budownictwa i architektury.
- **Leontiev Rudolf Georgievich** - doktor nauk ekonomicznych, profesor wyższej komisji atestacyjnej, główny naukowiec federalnego centrum badawczego chabarowska, dalekowschodni oddział rosyjskiej akademii nauk
- **Serebrennikova Anna Valerievna** - doktor prawa, profesor wydziału prawa karnego i kryminologii uniwersytetu Moskiewskiego M.V. Lomonosova, Rosja
- **Skopa Vitaliy Aleksandrovich** - doktor nauk historycznych, kierownik katedry filozofii i kulturoznawstwa
- **Pogrebnaya Yana Vsevolodovna** - doktor filologii, profesor nadzwyczajny, stawropolski państwowy Instytut pedagogiczny
- **Fanil Timeryanowicz Kuzbekov** - kandydat nauk historycznych, doktor nauk filologicznych. profesor, wydział Dziennikarstwa, Bashgosuniversitet
- **Aliyev Zakir Hussein oglu** - doctor of agricultural sciences, associate professor, professor of RAE academician RAPVHN and MAEP
- **Kanivets Alexander Vasilievich** - kandydat nauk technicznych, profesor nadzwyczajny Wydział Agroiżynierii i Transportu Drogowego, Państwowy Uniwersytet Rolniczy w Połtawie
- **Yavorska-Vitkovska Monika** - doktor edukacji, szkoła Kuyavsky-Pomorsk w bidgoszczu, dziekan nauk o filozofii i biologii; doktor edukacji, profesor
- **Chernyak Lev Pavlovich** - doktor nauk technicznych, profesor, katedra technologii chemicznej materiałów kompozytowych narodowy uniwersytet techniczny ukraiны „Politechnika w Kijowie”
- **Vorona-Slivinskaya Lyubov Grigoryevna** - doktor nauk ekonomicznych, profesor, St. Petersburg University of Management Technologia i ekonomia
- **Voskresenskaya Elena Vladimirovna** doktor prawa, kierownik Katedry Prawa Cywilnego i Ochrony Własności Intelektualnej w dziedzinie techniki, Politechnika im. Piotra Wielkiego w Sankt Petersburgu
- **Tengiz Magradze** - doktor filozofii w dziedzinie energetyki i elektrotechniki, Georgian Technical University, Tbilisi, Gruzja
- **Usta-Azizova Dilnoza Ahrarovna** - kandydat nauk pedagogicznych, profesor nadzwyczajny, Tashkent Pediatric Medical Institute, Uzbekistan
- **Oktay Salamov** - doktor filozofii w dziedzinie fizyki, honorowy doktor-profesor Międzynarodowej Akademii Ekoenergii, docent Wydziału Ekologii Azerbejdżańskiego Uniwersytetu Architektury i Budownictwa
- **Karakulov Fedor Andreevich** – researcher of the Department of Hydraulic Engineering and Hydraulics, federal state budgetary scientific institution "all-Russian research Institute of hydraulic Engineering and Melioration named after A. N. Kostyakov", Russia.
- **Askaryants Wiera Pietrowna** - Adiunkt w Katedrze Farmakologii, Fizjologia. Taszkencki Pediatryczny Instytut Medyczny. miasto Taszkent

    SlideShare



INDEX
INTERNATIONAL



COPERNICUS

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

«Colloquium-journal»

Wydawca «Interdruk» Poland, Warszawa

Annopol 4, 03-236

E-mail: info@colloquium-journal.org

<http://www.colloquium-journal.org/>

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

Максименко О., Кізь О. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ҐЕНДЕРНОЧУТЛИВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	68
Maksymenko O., Kiz O. SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF A GENDER-SENSITIVE CORPORATE CULTURE	68

PHILOLOGICAL SCIENCES

Aliyeva A. LINGUOCULTURAL FEATURES OF POLITICAL TEXTS IN THE AZERBAIJANI LANGUAGE	74
Huseynova A.M. NEW DIRECTIONS IN LINGUISTIC TYPOLOGY: CHARACTEROLOGICAL TYPOLOGY, DETERMINATIVE TYPOLOGY, TYPOLOGY OF LEVELS.....	77

ECONOMIC SCIENCES

Мухсимова Д.Х. РАЗВИТИЕ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ	83
Mukhsymova D.Kh. DEVELOPMENT OF TEXTILE PRODUCTION IN UZBEKISTAN	83

JURISPRUDENCE

Алпеева А., Николин А., Олійник М. ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ КВАЛІФІКОВАНОГО ЮРИСТА В УКРАЇНІ	86
Alpieieva A., Nikolyn A., Oliinyk M. THE PROBLEMS OF EMPLOYING A QUALIFIED LAWYER IN UKRAINE.....	86
Антоненко Д. ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА	89
Antonenko D. THE PROBLEMS OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE: COMPARATIVE CHARACTERISTICS	89
Артюшкін Н.О., Орлов В.В., Копилов Е.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ КРИМІНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ	92
Artyushkin N.O., Orlov V.V., Kopylov E.V. FEATURES OF CRIMINAL ANALYSIS	92
Буткевич А.В. ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СТАТУСУ ЕКСПЕРТА З ПИТАНЬ ПРАВА ТА ВИСНОВКУ ЕКСПЕРТА В ГАЛУЗІ ЦИВІЛЬНЕ ПРОЦЕСУАЛЬНОГО ПРАВА.....	96
Butkevich A.V. THE PROBLEMS OF LEGAL REGULATION OF THE STATUS A LEGAL EXPERT AND EXPERT OPINION IN THE FIELD OF CIVIL PROCEDURAL LAW	96
Колодкина В.Н. ДОЛЯ В ЖИЛОМ ПОМЕЩЕНИИ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ	99
Kolodkina V. SHARE IN RESIDENTIAL PREMISES: THEORY AND PRACTICAL APPLICATION ISSUES	99

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

*Оксана Максименко**магістрантка факультету педагогіки і психології**Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка**Ольга Кіз**кандидатка психологічних наук,**доцентка кафедри психології**Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка*<https://doi.org/10.5281/zenodo.14546932>СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГЕНДЕРНОЧУТЛИВОЇ
КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ*Oksana Maksymenko**Olha Kiz*SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF A GENDER-SENSITIVE CORPORATE
CULTURE**Анотація**

Стаття присвячена вивченню соціально-психологічних особливостей гендерночутливої корпоративної культури бізнес-організації у контексті аналізу наукових джерел та кращих практик бізнесу з економічного уповноваження жінок під час повномасштабної російської війни проти України. Міждисциплінарний дискурс дав можливість розкрити соціально-психологічні умови функціонування гендерночутливої корпоративної культури суб'єктів бізнес-діяльності та окреслити перспективи її розвитку.

Abstracts

The article is devoted to the study of the socio-psychological features of the gender-sensitive corporate culture of a business organization in the context of analyzing scientific sources and best business practices for the economic empowerment of women during the full-scale Russian war against Ukraine. The interdisciplinary discourse made it possible to reveal the socio-psychological conditions for the functioning of a gender-sensitive corporate culture of business entities and to outline the prospects for its development.

Ключові слова: корпоративна культура, гендерно чутлива корпоративна культура, бізнес-організація, конкурентноспроможність, гендерна рівність, рівні права і можливості.

Keywords: corporate culture, gender-sensitive corporate culture, business organization, competitiveness, gender equality, equal rights and opportunities.

Актуальність дослідження гендерночутливої корпоративної культури в бізнес-організації обумовлена трансформаціями сучасного бізнес-середовища в умовах повномасштабної війни та врахування перспектив повоєнного відновлення й економічного поступу України, що ставить за вимогу пошук нових моделей соціально-економічного розвитку, активізації та забезпечення рівної участі жінок і чоловіків в економічному житті країни. Постає гостра необхідність створення умов, що сприяють рівності можливостей для всіх співробітників безвідносно до статі, запобіганню дискримінації за статевою ознакою і гендернозумовленому насильству, розвитку здорового психологічного клімату в організації.

Гендерний вимір проявляється практично в усіх сферах діяльності підприємства чи бізнес-компанії – соціальній, економічній, морально-психологічній тощо. Управлінська й професійна культура, розвиток і мотивація персоналу, культура щоденного спілкування, лідерство, морально-психологічний клімат, прийняття управлінських рішень, маркетингова стратегія, реклама, практики

менеджменту у сукупності відображають гендерну політику, яку впроваджують на всіх рівнях [2].

З огляду на сказане, проблема запровадження гендерночутливої корпоративної культури у бізнес-організаціях потребує глибокого міждисциплінарного вивчення та розкриття його соціально-психологічних аспектів у контексті аналізу наукових принципів, розроблених психологією, соціологією, гендерологією, культурологією, економічною теорією, менеджментом тощо.

Мету публікації вбачаємо у теоретичному розкритті соціально-психологічних умов функціонування й розвитку гендерночутливої корпоративної культури суб'єктів бізнес-діяльності із прогнозом її впливу на продуктивність праці персоналу, перспективи професійного розвитку, кар'єрного росту, задоволеність роботою тощо. Задля досягнення мети використано такі теоретичні методи дослідження: аналіз наукових джерел з проблеми корпоративної культури та гендерної рівності; узагальнення та систематизація теоретичних положень із соціальної психології, психології бізнесу, управління і менеджменту; вивчення досвіду компаній України; методи наукового абстрагування задля

визначення стану розробленості проблеми і визначення понятійно-категоріального апарату дослідження.

За останнє десятиліття українські компанії та міжнародні із філіалами в Україні здійснили суттєвий поступ у розробці гендерночутливих корпоративних культур, підтримки просування жінок кар'єрними сходами, створення більш гендерно-справедливого робочого середовища, досягнення балансу між роботою та сім'єю.

Гнучкість на робочому місці – важлива перевага, яка значно розширилася за останнє десятиліття. Переважно у відповідь на пандемію компанії по всьому світу суттєво розширили можливості для гібридної та віддаленої роботи. 8 із 10 співробітників стверджують, що гнучкість покращилася за останні десять років, і працівники постійно вказують на підвищення продуктивності та зменшення виснаження як на основні переваги. Гнучкість особливо важлива для жінок, які повідомляють, що під час віддаленої роботи мають більше можливостей для зосередження.

Компанії також докладають більше зусиль для усунення упереджень у процесах найму та оцінки ефективності, але їм потрібно і далі прогресувати. Коли розглянути п'ять основних практик для усунення упередженості – розробка чітких критеріїв оцінки для найму до розгляду кандидатів, навчання щодо упередженості для осіб, які ухвалюють рішення щодо найму, прагнення мати різноманітний список рівноцінних кандидатів на відкриті позиції, розробка чітких критеріїв оцінки для перевірок ефективності, надсилання нагадувань про уникнення упередженості під час оцінювання – лише одна з чотирьох опитаних компаній запровадила їх усі [1]. І компанії, які впровадили всі ці практики, зазвичай досягають найбільших успіхів у просуванні і підтримці жінок.

Хоча компанії встановлюють правильні пріоритети, вони не завжди перетворюються на дії з боку менеджерів. Кар'єрне зростання вже давно є ключовим завданням менеджерів, і тепер дедалі більше компаній також закликають їх розвивати культуру інклюзії та добробуту співробітників, що є критично важливим для фізичного і ментального здоров'я організації. Коли менеджери інвестують у всі ці сфери, співробітники менше вигорають, більше задоволені своїми ролями та рідше розглядають можливість звільнитися.

Окрім рівня керівництва, компанії також активніше залучають співробітників як агентів змін, пропонують навчання щодо упередженості або дотримання паритетності. Попри збільшення представництва жінок на робочих місцях і розширення зусиль компаній, робоче середовище для жінок покращується повільними темпами.

Загальноприйнятою є думка, що ейджизм, тобто несправедливе ставлення до людини на основі її віку, переважно впливає на літніх працівників. Насправді він найбільш виражений серед молодих жінок. Приблизно половина жінок до 30 років стверджують, що через вік втрачали робочі

можливості – вони майже вдвічі частіше за молодих чоловіків чують небажані коментарі щодо свого віку.

Категорія балансу «робота – життя» є одним з важливих параметрів гендерної рівності у професійній сфері та організаційній площині, характеристикою корпоративних культур, чинником формування гармонійних гендерних взаємин в організації. Сьогодні серед учених немає консенсусу щодо того, як саме визначати баланс «робота – життя», якими є його складові, а терміни «робота – життя», «робота – сім'я» дуже часто використовуються як синоніми. Як зазначає М. Ткалич, баланс «робота – життя» є категорією, що визначається дослідниками як суб'єктивна загальна оцінка індивідом взаємодії між роботою та іншими сферами його життя, сім'єю, а також можливість гармонійно поєднувати ці сфери. У сучасних дослідженнях також з'явився термін «інтеграція робота – життя», який відображає задоволене, здорове, продуктивне життя, що включає роботу, кохання, розваги; інтегрує коло життєвих видів активності з увагою до власного Я, персонального та духовного розвитку. Інтеграція «робота – життя» є протилежною розбалансуванню на користь роботи, а не життя; зосередженості на виконанні зовнішніх вимог на шкоду внутрішньому розвитку, конфлікту роботи зі справжніми бажаннями індивіда [3].

Корпоративна культура в різних формах бізнес-організацій, таких як товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), акціонерні товариства (ВАТ), стартапи, електронна комерція та високі технології, має свої особливості та може суттєво впливати на ефективність роботи, залучення і утримання працівників, а також на загальний успіх організації.

У ТОВ корпоративна культура часто будується на принципах партнерства та співпраці між засновниками й працівниками. Оскільки така організація зазвичай має обмежену кількість власників, важливо, щоб кожен член колективу розумів загальні цілі компанії та працював на їх досягнення. У ТОВ основний акцент робиться на ефективній комунікації та чіткому розподілі відповідальності, що допомагає швидко приймати рішення та підтримувати динаміку розвитку. Особливе значення надається розвитку довірливих відносин між керівництвом і працівниками, що сприяє створенню атмосфери підтримки

Корпоративна культура у ВАТ має свої особливості через значну кількість акціонерів, що можуть впливати на управлінські рішення. Важливо забезпечити прозорість процесів і звітність, оскільки власники акцій, як правило, зацікавлені в максимізації прибутків. ВАТ частіше схильні до бюрократизації, однак ефективна корпоративна культура може зменшити негативний вплив цього явища. У таких організаціях культивується чітка ієрархія, проте розвиваються ініціативи щодо залучення інновацій та нових ідей з боку працівників.

У **стартапах** корпоративна культура зазвичай є менш формалізованою та гнучкішою, порівняно з більш усталеними компаніями. Це обумовлено

швидкими темпами розвитку та необхідністю адаптуватися до змінних ринкових умов. Стартапи зазвичай будуються на ентузіазмі та відданості засновників та співробітників спільній меті. Часто це динамічні колективи, де панує атмосфера інновацій, експериментів і постійного розвитку. Відкриті комунікації та горизонтальні зв'язки у структурі управління дозволяють працівникам висловлювати ідеї та впливати на прийняття рішень.

Корпоративна культура в сфері електронної комерції значною мірою залежить від технологічних інновацій та швидкого реагування на зміни у споживачьких перевагах. Висока конкуренція вимагає від компаній максимальної орієнтованості на клієнта, що також відображається на внутрішніх процесах. Культура в таких компаніях будується на принципах ефективності, швидкості та технологічної підкованості працівників. Значна частина комунікацій здійснюється онлайн, а дистанційна робота стає нормою. Це вимагає від працівників високого рівня самодисципліни та здатності до самостійного прийняття рішень.

Компанії, що працюють у **сфері високих технологій**, часто вважаються піонерами у впровадженні нових підходів до управління та корпоративної культури. Вони відомі своєю інноваційністю не лише в продуктах, а й у робочих процесах. Така культура зазвичай будується на стимулюванні креативності, розвитку індивідуальних талантів та командної роботи. Керівництво часто пропагує відкритість до нових ідей, надає працівникам простір для експериментів і стимулює особистісний розвиток. Важливу роль відіграє і соціальна відповідальність: компанії високих технологій часто формують культури, орієнтовані на етичні стандарти та стійкі рішення.

Незалежно від того, чи йдеться про ТОВ, ВАТ, стартап, електронну комерцію або компанію високих технологій, ефективна корпоративна культура сприяє досягненню цілей, підвищенню продуктивності працівників і формуванню позитивного іміджу на ринку. Кожна галузь має свої специфічні вимоги та виклики, але всі вони мають спільну рису – необхідність адаптуватися до змін і розвивати середовище, яке стимулює працівників до самореалізації та командної співпраці.

Гендерночутлива корпоративна культура – це система елементів, які впливають на формування корпоративної культури на різних рівнях: працівника, колективу, організації та міжорганізаційної мережі. І. Федотова [4] пропонує розглядати гендерночутливу корпоративну культуру у єдності таких складників:

Рівень працівників:

- Усвідомлення себе і свого місця в організації;
- Компетенція
- Темперамент і поведінка
- Особисті цінності
- Особисті інтереси і потреби
- Звички і схильності
- Харизма

➤ Зовнішній вигляд, одяг представлення себе на роботі (уніформа, діловий стиль, косметика, зачіска тощо).

➤ Усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання

➤ Гендерна ідентичність

Рівень колективів:

- Усвідомлення свого місця в колективі
- Питання статусу і влади
- Рівень внутрішньої кооперації
- Комунікаційна система та культура спілкування
- Цінності і норми поведінки
- Критерії і правила розподілу повноважень та відповідальності
- Особистісні відносини
- Взаємини між людьми по рангу, релігії і громадянству, статі, віку
- Соціально-психологічний клімат
- **Гендерні уявлення**

Рівень організації:

- Комунікаційна система
- Трудова етика і мотивування
- Інтеграція та адаптація
- Фірмовий стиль і зовнішній вигляд приміщень
- Соціально-психологічний клімат в організації
- Традиції організації, зовнішні ритуали і церемонії
- Тип управління
- Процес розвитку працівника і навчання
- Цінності і вірування
- Стратегія і філософія
- Ідеї, норми, установи, знання
- Організаційна поведінка
- **Гендерні стереотипи**

Рівень міжорганізаційної мережі:

- Політика
- Економіка
- Екологія
- Інноваційні процеси та інтелектуалізація праці
- Соціокультурна динаміка
- Система законодавства
- Діловий етикет
- Національний характер
- Форми суспільної свідомості
- Соціальне несвідоме
- Картина світу
- Соціальне уявлення
- Мовні форми
- Мовні структури
- **Гендерна асиметрія**

Аналіз досвіду зарубіжних та українських компаній став основою для виокремлення складових корпоративної культури, які відповідають вимогам гендерної чутливості. Саме такі інноваційні упродовження є гордістю сучасних компаній і засвідчують турботу про психологічне, соціальне, духовне благополуччя персоналу та його особистісний, професійний, кар'єрний розвиток.

У межах нашого дослідження викликають

особливий науковий інтерес найпоширеніші практики, які пропонує бізнес сьогодні у сфері підтримки гендерної рівності та гендерно-відповідального менеджменту:

- Компанії ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», НЕК «Укренерго», «ДТЕК» упровадили корпоративні навчальні програми з питань гендерної рівності, спрямовані на розширення представленості жінок на керівних посадах;

- Компанії «StarLight Media», «UKRSIBBANK», «BNP Paribas Group» упровадили корпоративні програми розвитку жіночого лідерства;

- Компанії «АЗК ОККО», «StarLight Media», «Київстар» упровадили корпоративні програми з підтримки батьківства та піклування, створивши мережі дитячих кімнат на підприємствах та надання послуг няні;

- Компанії «ДТЕК», «ЛікаКомфорт», «Beetroot», «Астарта» упровадили програми підготовки та перекваліфікації жінок на підприємстві, у тому числі на професії, в яких жінки є мало представленими;

- Компанії «Samsung», «Shell Retail Україна», «1+1» упровадили програми медичного страхування для працівниць та членів родини;

- Компанії «Ельдорадо», «ЕУ», «Астарта» упровадили програми працевлаштування вразливих верств жінок [32].

Майже половина компаній-підписантів WEPs в Україні (до прикладу, «Shell» або «Schneider Electric») – це представництва міжнародних компаній, які реалізують глобальні політики з **економічного уповноваження жінок** і масштабують їх в Україні, організовуючи локальні заходи:

- Компанія «Shell» в Україні під час Тижня розвитку персоналу провели зустрічі на теми «Рівна оплата праці», «Вплив гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок на інновації та ефективність бізнесу» та «Найкращі практики з HeForShe Congress»;

Повномасштабна військова агресія росії проти України змінила практики компаній з гендерної рівності і не всі з них вдалося продовжувати реалізовувати через різні причини: співробітниця виїхала за кордон, компанія перебуває в скрутному фінансовому становищі, відсутність координатора чи координаторки тощо. Проте, низка компаній України розпочала активну роботу із упровадження активностей з **економічного уповноваження жінок**:

- Компанія «StarLight Media» запровадила корпоративні програми жіночого лідерства і проводить щорічно конференцію з жіночого лідерства, компанія «Intellias» — щорічну Школу лідерства, «UKRSIBBANK BNP Paribas Group» — «Школу лідерства», 90 % слухачок і слухачів якої є жінки.

На зовсім новий рівень піднімається турбота про ментальне здоров'я членів і членкинь колективу компаній [1]:

- Компанії «Ferrexpo», «StarLight Media», «Intellias», «ЕУ», «1+1» надають можливість працівникам і працівницям пройти безкоштовні

групові заняття та індивідуальні консультації психолога чи психологині;

- Компанія «Ferrexpo Poltava Mining» розширила програму психологічної підтримки і на членів родин працівників і працівниць та переселенців і переселенок, проводяться зустрічі груп психологічної підтримки «Сильні разом»;

- Компанія «Intellias» пропонує безкоштовний сервіс «IntelliCare», де спеціалісти і спеціалістки можуть обрати оптимальний формат психологічної підтримки: індивідуальні чи групові сесії з психотерапевтом; у компанії проводяться регулярні зустрічі з різними спеціалістами зі сфери охорони здоров'я, існує підбірка онлайнресурсів для допомоги собі, відео-бібліотека ментального здоров'я.

- Компанія «Mental Health» Будьхто пропонує компенсаційний пакет, який відшкодовує витрати на консультації психотерапевта;

- Компанія «StarLight Media» проводить для працівників і працівниць групові та індивідуальні зустрічі з психологом чи психологинею.

- Компанія «Астарта» запровадила програми для родин, рідні яких мобілізовані, організувала роботу груп підтримки, та провела навчання для відділів управління персоналом з метою удосконалення навичок надання екстреної психологічної допомоги;

- Компанія «МХП» започаткувала програму «Школа життєстійкості», а «Київстар» – програми психологічної підтримки для батьків і дітей, програми психологічної підтримки мають також компанії «Фармак», «ЕУ», «1+1», «SoftServe», АЗК «ОККО»;

- В «Eldorado» був розроблений і запущений проєкт психологічної підтримки «Бережи себе», заходи якого відвідували по 100-120 працівників і працівниць;

Інноваційними на теренах України є корпоративні програми з **підтримки батьківства**, які створюють сприятливі умови для досягнення балансу між роботою та сім'єю:

- Компанія «StarLight Media» запровадила програму підтримки батьківства «Зірочки» та програму добробуту «New Philosophy»;

- Компанія «ЕУ» – Програму підтримки працюючих матерів і батьків;

- Компанія «IntelliFamily» надає компенсацію майбутнім матусям із числа працівниць, а також батькам (безвідносно до їхньої статі) малюків до одного року на медичні обстеження та аналізи;

- Компанія «Київстар» – упровадила програму «Крутософія», серед складових якої – «Сім'я, відпочинок та хобі», «Баланс між особистим життям та роботою»;

- Компанія «Ferrexpo Poltava Mining» запровадила надання відпустки для догляду за дитиною на вибір мамі або татові, у разі коли вони обоє працюють у компанії;

- Компанія «Intellias» реалізовувала проєкти з підтримки дітей працівників і працівниць «МріяТи» та байк-пул — безкоштовний прокат дитячих велосипедів [1].

Українські компанії розробляють та упродовжують інновації щодо протидії дискримінації на робочому місці та домашньому насильству:

- Компанія «Avon» ухвалила Протокол щодо гендерно зумовленого насильства і ввела посаду *амбасадорки гендерно зумовленого насильства*;

- Компанія «StarLight Media» запровадила першу в країні корпоративну програму протидії домашньому насильству (охоплює психологічну, юридичну, матеріальну, безпекову допомогу, а також надає додаткові можливості гнучкого графіку та/або тимчасової відмови від виконання робочих завдань зі збереженням повної заробітної плати);

- Компанія «Intellias» має політику протидії дискримінації та долучається до акції «16 днів активізму проти гендерно зумовленого насильства» (розробила благодійну інстаграм-маску, за використання якої переказувала кошти у Фонд «Горіховий дім» підтримки жінок, які постраждали від домашнього насильства і провела збір коштів на внутрішній платформі).

Високих оцінок заслуговують облаштовані дитячі кімнати в офісах компаній [1]:

- Компанія АЗК «ОККО» створила дитячу кімнату «Грифончики» у своєму офісі у Львові, яка досі функціонує;

- Компанія «StarLight Media» облаштувала спеціальний сімейний простір в офісі (кімната оснащена ігровою зоною, освітніми дитячими матеріалами, місцем для дитячого харчування і робочим місцем для батьків поруч);

- Компанія «Ferrexpo Poltava Mining» у Дитячому центрі (з бомбосховищем) забезпечила дітей працівників і працівниць харчуванням, різноманітними програмами, психологічною підтримкою.

- Компанія «МХП» у своєму центральному офісі створила дитячу кімнату, найняла окремого вихователя та оформила окремих кабінет для школярів і школярок, які навчаються дистанційно;

- Компанія «Intellias» має дитячі кімнати в офісах у Львові та у Кракові, а також незабаром відновлює роботу дитяча кімната в Києві [1].

Консалтингова компанія «Гранд Торнтон», спостерігаючи за зміною становища жінок у бізнесі упродовж 14 років, аналізуючи власну діяльність та розмірковуючи над світовим рівнем гендерної рівності, надала 10 рекомендацій лідерам бізнесу щодо збільшення гендерного різноманіття (див. табл. 1) [5].

Таблиця 1

Рекомендації лідерам бізнесу щодо збільшення гендерного різноманіття

Відданість ідеї гендерної рівності	Показуйте відданість цій ідеї, адже саме демонстрація керівництвом власного ставлення є першим кроком до досягнення гендерної рівності.
Різнманітність та інклюзивність як цінності	Зробіть різноманітність та інклюзивність основними цінностями компанії.
Чіткі цілі	Визначте чіткі цілі для досягнення різноманіття та інклюзивності.
Грошові заохочення	Поєднайте досягнення гендерної рівності з грошовим заохоченням.
Репрезентативність участі жінок	Уникайте токенизму, коли важлива лише кількість жінок на керівних посадах, а не репрезентативність їхньої участі.
Менше «маленьких мене»	Зменште кількість «маленьких мене» при прийомі на роботу та підвищенні, не надаючи переваги представникам однієї з вами статі.
Пошук жінок усередині компанії	Запровадьте поручительство-спонсорство в компанії, відшукуючи талановитих жінок не поза її межами, а спочатку всередині неї.
Переваги гендерного різноманіття	Докажіть переваги, адже докази комерційного успіху завдяки гендерному різноманіттю допоможуть переконати скептиків і полегшать введення необхідних змін та нових ініціатив.
Комфорт у дискомфорті	Лідерам потрібно усвідомити, що зміни в напрямі гендерної рівності не будуть відбуватися легко і швидко.
Ваша історія	Розкажіть свою історію. Нехай у ній будуть не тільки ефективні практики, а й помилки та проблеми.

Гендерночутлива корпоративна культура – це потужний інструмент управління, який є поєднанням цінностей гендерної рівності, егалітарних принципів недискримінаційної діяльності і поведінки, норм поведінки, які супроводжують професійну діяльність людей всередині організації, а також її взаємодію із зовнішнім середовищем. Нині корпоративна культура розглядається в якості головного засобу, що забезпечує підвищення ефективності роботи підприємств, координує управління організацією завдяки усталеним нормам і стандартам корпоративної поведінки, взаємодії співробітників відповідно до корпоративних цінностей.

Отже, гендерночутлива корпоративна культура – це стратегічне внутрішнє джерело саморозвитку колективу, важливий елемент, що впливає на ефективність роботи, мотивацію та задоволеність працівників, основа сталого розвитку бізнес-організації в майбутньому. Саме врахування гендерного аспекту збагатить культуру управління компанією, відкриє можливості професійного розвитку та кар'єрного росту персоналу і допоможе своєчасно та адекватно реагувати на зміни в суспільстві та нарощувати інноваційний потенціал сучасної економіки України на етапі її повоєнного відновлення.

Перелік використаних джерел

1. Звіт за результатами аналізу найкращих практик бізнесу з економічного уповноваження жінок під час повномасштабної російської війни проти України. URL: https://ukraine.unwomen.org/sites/default/files/2023-08/best_practice_analysis_private_sector.pdf

2. Отенко І.П., Чепелюк М.І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с.

3. Ткалич М. Г., Карамушка Л. М. Гендерна політика організації та її основні індикатори: досвід

емпіричного дослідження. Актуальні проблеми психології. 2015. Т. 1. Вип. 43. С. 26–32.

4. Федотова І. В. Визначення рівня гендерної чутливості корпоративної культури підприємства. Економіка транспортного комплексу, вип. 31, 2018. С.27-43.

5. Women in business: beyond policy to progress / Grant Thornton. March 2018. URL:<https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/women-in-business/grant-thornton-women-in-business-2018-report.pdf>