



ISU

INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY



**LIII INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL
CONFERENCE
«The Role of Science and
Technology in Solving
Global Problems of
Humanity»**

**December 25-27, 2024
Vienna Austria**

ISBN 978-617-8427-43-6

DOI 10.70286/ISU-25.12.2024



INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY

LIII INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE
**«The Role of Science and Technology in
Solving Global Problems of Humanity»**

Collection of abstracts

December 25-27, 2024
Vienna Austria

UDC 01.1

LIII International scientific and practical conference «The Role of Science and Technology in Solving Global Problems of Humanity» (December 25-27, 2024) Vienna Austria. International Scientific Unity, 2024. 263 p.

ISBN 978-617-8427-43-6

DOI 10.70286/ISU-25.12.2024

The collection of abstracts presents the materials of the participants of the International scientific and practical conference «The Role of Science and Technology in Solving Global Problems of Humanity».

The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences.

The materials of the collection are presented in the author's edition and printed in the original language. The authors of the published materials bear full responsibility for the authenticity of the given facts, proper names, geographical names, quotations, economic and statistical data, industry terminology, and other information.

The materials of the conference are publicly available under the terms of the CC BY-NC 4.0 International license.

ISBN 978-617-8427-43-6



© Authors of theses, 2024

© International Scientific Unity, 2024

Official site: <https://isu-conference.com/>

Shaposhnikova O.L.

SHAPING LINGUISTIC STUDENTS' ABILITIES IN KHARKIV,
UKRAINE, IN THE CONTEXT OF NEW EUROPEAN
EDUCATIONAL PARADIGM..... 195

SECTION: PHARMACEUTICS

Образенко М., Волощук Х., Сущук Н., Писаренко Ю.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
МЕДИЧНИХ ВИРОБІВ..... 199

Блажко А.А., Беляєва О.І., Сущук Н.А.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЛІКАРСЬКОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІТЕЙ ПРИ
D-ДЕФІЦИТНИХ СТАНАХ..... 200

SECTION: PHYSICAL EDUCATION AND SPORT

Шимечко А.Я., Шафранський І.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО ФІЗИЧНОГО
ВИХОВАННЯ..... 203

SECTION: PSYCHOLOGY

Максименко О.М., Кізь О.Б.

ГЕНДЕРНИЙ ВИМІР СФЕРИ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... 205

Сердюк Н.М., Тяжельников О.В.

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАЛЕЖНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ВІД ЧАСУ..... 209

Бойко Д.Ю., Дашенкова Н.М.

РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЕФЕКТИВНОСТІ КОМАНД,
ЩО ПРАЦЮЮТЬ В УМОВАХ ВІДДАЛЕНОЇ РОБОТИ..... 211

Останкова О.

ПРОБЛЕМА ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ ТА ШЛЯХИ ЙОГО
ПРОФІЛАКТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РОБОЧОГО
СЕРЕДОВИЩА..... 213

Брижак Н.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНО-
СМИСЛОВОЇ СФЕРИ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ..... 215

SECTION: PSYCHOLOGY

ГЕНДЕРНИЙ ВИМІР СФЕРИ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Максименко О.М.

здобувачка вищої освіти магістерського рівня
ОПП «Психологія бізнесу і управління»

Кізь О.Б.

кандидатка психологічних наук, доцентка

Кафедра психології

Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка

Військова агресія росії проти України створила нові виклики для бізнесу: залишення усього бізнесу чи його частини на тимчасово окупованих територіях; релокація бізнесу у більш безпечні регіони; нестача фахівців через виїзд українців(-ок) за кордон, вимушене внутрішнє переміщення осіб, мобілізаційні заходи тощо. З огляду на це, кожен працівник і працівниця тих бізнес-організацій, які залишились «на плаву» і не припинили власної діяльності у важких кризових умовах війни, є неоцінено важливим людським ресурсом і запорукою економічної стійкості та конкурентоспроможності бізнесу, зростання темпів його відновлення і розвитку. Це актуалізує проблему створення гендерносправедливого бізнес-середовища та сприятливих умов для праці жінок і чоловіків в бізнес-організації, особливої уваги до їхнього досвіду і потреб, турботи про психологічний клімат в колективі, піклування про особистісний і професійний розвиток та психологічне благополуччя членів і членкинь колективу тощо.

Як засвідчують дані дослідження «Жінки на робочому місці – 2024», що проводиться McKinsey & Company у партнерстві з LeanIn.Org, за останнє десятиліття кількість жінок на всіх рівнях корпоративного управління помітно зросла. Сьогодні жінки посідають 29% посад у топменеджменті, порівняно з лише 17% у 2015 році. Однак корпоративна ієрархія не така міцна, як це може здатися з числових даних. Жінки залишаються недостатньо представленими на всіх етапах, і цей гендерний розрив зберігається незалежно від раси та етнічного походження. У 2018 році на кожні 100 чоловіків, які отримали своє перше підвищення до менеджера, припадало лише 79 жінок, а цього року – лише 81. Через цю «зламану сходинку» в корпоративній драбині чоловіки значно переважають жінок на керівних посадах, що робить надзвичайно складним для компаній забезпечення стійкого прогресу на вищих рівнях. Це явище ще більш виражене для жінок різних етнічних груп, які представляють лише 7% нинішніх керівних посад у топменеджменті..

Як влучно наголошує Г. Захарчин, «практично всі сфери діяльності підприємства певною мірою пов'язані з гендерними особливостями, які проявляються в економічному, соціальному, морально-психологічному, правовому та інших аспектах. Мотивація, розвиток персоналу, комунікації, професійна й управлінська культура, лідерство, психологічний комфорт, прийняття управлінських рішень та інші практики менеджменту персоналу яскраво відображають гендерну політику, яку проводять підприємства» [2, с. 87].

На думку І. Федотової, «активна інтеграція жіночої та чоловічої моделей поведінки в бізнесі створює передумови і формує усвідомлену потребу у вивченні гендерних особливостей поведінки особистості в управлінській діяльності та формування корпоративної культури підприємства залежно від статі керівника. При вивченні та формуванні корпоративної культури підприємства у фокусі уваги опиняється людина, її потреби, інтереси та цінності, тому важливу роль у процесі управління відіграє гендер. <...> Незважаючи на велику кількість наукових розробок світових та українських учених, практична діяльність на підприємствах не забезпечена методичними розробками у сфері управління корпоративною культурою з точки зору гендерного аспекту» [5, с. 28].

В сучасних бізнес-організаціях важливо застосовувати стандарти гендерної рівності та інтегрувати їх у корпоративну культуру організації, а також практично застосовувати гендерні інструменти, зокрема, гендерний аналіз під час підготовки внутрішніх документів і програм. Не менш важливо розуміти рівень сформованості гендерної культури управлінців та персоналу. Вагомою перевагою є те, коли керівник бізнес-організації свідомо застосовує гендерний підхід при побудові і веденні бізнесу і демонструє власну поведінку, діяльність, учинки, спрямовані на утвердження ідеї гендерної рівності в різних аспектах діяльності колективу, має високо розвинені навички ненасильницького діалогічного спілкування із використанням гендерночутливої мови.

McKinsey & Company у партнерстві з LeanIn.Org уже 10 років проводить дослідження «Жінки на робочому місці». За останнє десятиліття у дослідженні взяли участь понад 1 000 компаній, і було опитано майже 500 000 респондентів про їхній досвід на робочому місці. Для звіту за 2024 рік було зібрано інформацію від 281 великої організації, які разом забезпечують роботою понад 10 000 000 людей. У цих компаніях було опитано понад 15 000 співробітників і понад 280 керівників відділів кадрів, які поділилися своїми знаннями та думками про корпоративні політики та HR-практики. Звіт допомагає краще зрозуміти прогрес, регрес і стагнацію у досвіді жінок на робочому місці. Він також підкреслює ключові висновки 2024 року та визначає зміни, які компанії можуть здійснити, щоб досягти реального прогресу на шляху до рівності. За останнє десятиліття жінки досягли помітних успіхів на всіх рівнях корпоративної ієрархії (особливо в керівництві вищого рівня). Проте прогрес є надзвичайно крихким, особливо для жінок різних етнічних груп, які, як і раніше, недостатньо представлені на всіх рівнях і вважають, що стать і раса є перешкодами для їхнього кар'єрного просування. У багатьох випадках також

стає очевидним той факт, що світогляд жінок і їхній повсякденний досвід майже не змінилися або навіть стали гіршими, ніж майже десять років тому.

Як наголошує М. Ткалич, «жінки в багатьох бізнес-організаціях перебувають у невідгданому становищі, оскільки їхній робочий стиль не цінується в робочому середовищі. Це посилює дію гендерних стереотипів і обмежує кар'єрне зростання жінок. Рівень нерівності в організації залежить від організаційної демографії, організаційної культури, формалізації процесу підбору кадрів. Через велику кількість чоловічого представництва в менеджменті організаційні практики спрямовані на чоловіків, а отже, впровадження таких програм залежить від кількості жінок у менеджменті. Впроваджені практики передбачають рівні можливості влаштування на роботу, програми балансу між роботою і сім'єю, корпоративні програми позитивних дій, але найкращий варіант – надійні практики гендерної рівності» [4, с. 97].

Як зазначається в «Економічному уповноваженні жінок», «на жінках в Україні завжди лежав тягар неоплачуваної доглядової праці, і нині у зв'язку з закриттям шкіл, високою потребою у волонтерській роботі та відсутністю чоловіків ситуація лише погіршилася. За даними Світового банку, жінки витрачають на 16 годин на тиждень більше, ніж чоловіки, на неоплачувану домашню роботу, а потенційні фінансові наслідки збільшення неоплачуваної роботи жінок з догляду за дітьми в Україні з лютого 2022 року становлять 72,5 мільярда доларів США. Хоча неоплачувана праця чоловіків зросла більш ніж удвічі з початку війни і помітно збільшилася участь батьків у догляді за дітьми, жінки все ще несуть основну відповідальність за домашню роботу та догляд. Це значним чином позначається на їхній участі на ринку праці та отриманні доходів» [1, с. 4].

Жінки відкривають власний бізнес, віддаючи перевагу підприємству на противагу оплачуваному працевлаштуванню. «З 2023 року спостерігається зростання чисельності ФОПів, створених жінками. Зокрема, за офіційними статистичними даними, у 2024 році жінки в Україні відкрили майже 59% ФОПів порівняно із 51% у 2021 році. Частка жінок серед усіх підприємців зросла з 46,4% у 2021 році до 47,5% у 2024 році. Повідомляється, що жіноче підприємство отримує більше підтримки в міських, ніж у сільських районах. Дослідження свідчить, що деякі підприємці (17%) відчують відсутність підтримки з боку сім'ї та друзів, проте більшість з них розглядають свій бізнес як хорошу альтернативу зайнятості (78,3%). Для більшості (56,5%) це спосіб заробляти більше, ніж заробітна плата, і всі респондентки зазначили, що їхній бізнес є інструментом для самореалізації. 13% респонденток зазначили, що це єдиний спосіб заробити гроші, щоб забезпечити свою сім'ю. Причини такого зростання жіночого підприємства потребують подальшого вивчення, але деякі його наслідки вже можна відчувати» [1, с. 5].

Підприємці демонструють зацікавленість у розвитку соціально відповідального бізнесу, заснованого на принципах гендерної рівності, коли керівництво підтримує потенціал персоналу, баланс між роботою та особистим життям і кар'єрний розвиток. Близько 43% підприємців, опитаних в рамках дослідження УЦСР, заявили, що вони особисто стежать за тим, щоб у компанії

не було домагань до жінок, а ще третина – що вони підтримують рівні можливості для жінок і чоловіків. 90% підприємців, які наймають на роботу як жінок, так і чоловіків, дотримуються концепції рівної оплати за працю рівної цінності. Підприємці також слугують взірцем для наслідування у боротьбі з гендерними стереотипами щодо спроможності та працездатності жінок. За даними дослідження «жінки більш схильні наймати на роботу інших жінок, тому жіноче підприємництво в Україні – це ще й спосіб створення нових робочих місць для жінок. Водночас 50% опитаних підприємців зазначили, що бізнес ускладнює сімейні стосунки та організацію домашніх обов'язків, але створює більше можливостей для гнучкої організації та розподілу обов'язків протягом дня» [1, с. 6]

Протягом останніх років зростала частка українських компаній, які впроваджують політики та практики гендерної рівності – із 3% (за результатами Transparency Index 2019) до 27% [3, с. 38]. Наявність гендерноорієнтованих внутрішніх політик компаній щодо дотримання прав людини, споживачів, екологічної та соціальної відповідальності, дотримання принципів рівних прав і можливостей, заборони дискримінації, сексизму, мобінгу, ейджизму – це запорука сталого розвитку компанії відповідно до Цілей сталого розвитку до 2030 року, зокрема Цілі 5 «Гендерна рівність».

Соціально-психологічну сутність гендерночутливої корпоративної культури компанії вбачаємо за доцільне розкривати крізь призму аналізу гендерної рівності як важливого морального, соціального та економічного чинника у ракурсі розгляду питання рівних умов праці та рівного ставлення до жінок і чоловіків у бізнес-компанії, забезпечення достатньої представленості жінок у керівництві чи на посадах провідних менеджерів, зменшення розриву в оплаті праці, відходу від стереотипізації професій, публічного декларування гендерноорієнтованої корпоративної політики, безбар'єрного кар'єрного розвитку персоналу, мінімізації нерівності можливостей чоловіків і жінок для реалізації особистісного потенціалу; поєднання професійних та сімейних обов'язків, попередження дискримінації за ознакою статі чи іншими ознаками, недопущення сексизму, мови ворожнечі, сексуальних домагань тощо.

Гендерночутливий підхід до формування корпоративної культури підприємств передбачає урахування специфічних соціальних, культурних, економічних, політичних та інших характеристик умов життя й потреб жінок і чоловіків з числа управлінського та рядового складу персоналу бізнес-організації. Спільними зусилля бізнес-спільноти ми зможемо долання гендерні бар'єри і розширювати можливості участі жінок в економіці під час повномасштабної війни та в умовах гендерновідповідального та інклюзивного повоєнного відновлення України.

Список використаних джерел

1. Економічне уповноваження жінок в Україні в умовах російського вторгнення. URL: https://ukraine.unwomen.org/sites/default/files/2024-10/un_women_briefing_on_wee_in_ukraine_ukr.pdf

2. Захарчин Г. М. Корпоративна культура : Навч. посіб. Львів : НУЛП, 2011. 317 с.
3. 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
4. Ткалич М. Г. Психологія гендерної взаємодії персоналу організації: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.10. Київ, 2016. 500 с.
5. Федотова І. В. Визначення рівня гендерної чутливості корпоративної культури підприємства. Економіка транспортного комплексу, вип. 31, 2018. С.27-43.

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАЛЕЖНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ВІД ЧАСУ

Сердюк Наталія Миколаївна

доцент, кандидат технічних наук

Тяжельников Олексій Васильович

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Кафедра комп'ютерних інтелектуальних технологій та систем
Харківський національний університет радіоелектроніки

Сучасний світ характеризується значним поширенням соціальних мереж, які стали невід'ємною частиною життя багатьох людей. Однак використання соціальних платформ у певний час доби може мати суттєві психологічні наслідки, що потребують глибшого вивчення. У цій тезі розглянуто вплив часу використання соціальних мереж на психічне здоров'я, зокрема, на прикладі платформ Instagram та Discord.

Використання соціальних мереж у пізній час, наприклад, об 11 ночі, негативно впливає на якість сну та когнітивні процеси. Дослідження показують, що синє світло екранів смартфонів пригнічує вироблення мелатоніну – гормону, який регулює циркадні ритми [1]. Це може призводити до труднощів із засинанням, зниження концентрації уваги та погіршення пам'яті наступного дня.

Крім того, пізнє використання таких платформ, як Instagram, часто пов'язане з прокрастинацією та зростанням рівня стресу. Відсутність чіткої межі між віртуальним та реальним життям створює відчуття перевантаження інформацією, що погіршує загальний емоційний стан користувачів.

Соціальні мережі часто стають джерелом емоційного збудження. Перегляд контенту в Instagram перед сном може викликати як позитивні, так і негативні емоції. Наприклад, порівняння себе з іншими користувачами часто спричиняє зниження самооцінки та виникнення почуття незадоволеності власним життям [2]. Discord, у свою чергу, може сприяти емоційному виснаженню через участь