

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД

**“Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”**

кафедра філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності

МАТЕРІАЛИ

IV Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених

**“КОНЦЕПТИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА”**

(Одеса, 21-22 травня 2021 року)

Одеса -2021

УДК: 1:403:316.6(08)

К 65 Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства :
Матеріали IV Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» (Одеса, 21-22 травня 2021 р.) 65 с.

Рецензенти:

Єременко Олександр Михайлович – доктор філософських наук, професор кафедри філософії Національного університету «Одеська юридична академія»

Романенко Михайло Ілліч - доктор філософських наук, професор кафедри філософії Комунального закладу вищої освіти «Дніпровська академія неперервної освіти»

Збірник матеріалів IV Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» вміщує матеріали, які досліджують соціокультурні засади трансформацій ціннісної сфери життєдіяльності суспільства, аналізують соціокультурні трансформації молодіжного соціуму, показують соціокультурні трансформації освітнього середовища та розкривають проблемні моменти культури бізнесу в умовах соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства, а також розглядають синергетику як самоорганізаційну систему у суспільстві, що трансформується. Рекомендовано для науковців, педагогів, докторантів, аспірантів, студентів.

Ухвалено до друку та розповсюдження мережею інтернет вченою радою Державного закладу «Південноукраїнський державний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (протокол № 12 від 27 травня 2021 року)

Врайт Галина Яківна - кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності ГУ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Пазюк Руслана Юрївна – студентка 4-го курсу менеджменту соціокультурної діяльності, кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

БІЗНЕС-КУЛЬТУРА МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Культура дуже впливає на ведення бізнесу. Існує багато аспектів бізнесу на які культура впливає найбільше. Фахівці помиляються, думаючи, що культурні особливості не є змістовними. Найбільшою помилкою є домисел, що люди міркують однаково лише тоді, коли однаково одягаються, мають однакові манери поведінки, у виборі слів бізнес-середовища. Однак, на сьогодні, існує широкий спектр культурних нівелювань, і ці нівелювання впливають на те, як люди ведуть бізнес. Культура сприяє на багато речей в бізнесі: підвищення бізнесу, фізична та усна взаємодія, прийняття рішень та ведення переговорів, керування робітниками та проектами, схильність до ризику, маркетинг, продажі і розподіл. Досі більшість людей думає, що бізнес – це лише гарний заробіток та його основні принципи. Не дивлячись на те, що люди ведуть бізнес з тими людьми, які їм подобаються або підходять, довіряють та розуміють, вони зосереджені лише на суті. Культура, в свою чергу, обумовлює всі ці проблеми.

Культура ілюструє прийняті норми та цінності та традиційну поведінку групи. Одним із визначень культури є "спосіб, яким ми тут займаємося". Однак культура також еволюціонує з часом. Культура кожної країни має свої переконання, цінності та діяльність. Іншими словами, культуру можна визначити як сукупність колективних переконань, цінностей та поглядів.

Культура є ключовою складовою бізнесу та впливає на стратегічний напрямок бізнесу. Культура впливає на управління, рішення та всі ділові функції від бухгалтерії до виробництва. Ви можете зараз думати переважно про національну культуру, але це лише один аспект, бізнес-культура - це власний унікальний вимір, який включає підйом на правильну ногу, зустрічі, переговори, формальності, використання соціальних мереж, стажування та розміщення на роботі та інші елементи виділено на цьому веб-сайті.

Культура бізнесу пов'язана з поведінкою, етикою, етикетом тощо. Культура бізнесу включатиме цінності, бачення, стиль роботи, переконання та звички організації.

Бізнес-культура є основною складовою менеджменту соціокультурної діяльності. Соціокультурна діяльність – це відтворення та зміна існуючих соціальних відносин людей методами культури та мистецтва. Основний зміст соціокультурної діяльності підпорядкований наявному соціокультурному замовленню. Здебільшого, соціокультурна діяльність окреслює собою

культурну активність індивідуумі, соціальних груп, організацій, органів влади зі творення і розповсюдження культурних цінностей формування у людей певного світогляду, задоволенню культурних потреб, розвитку творчих здібностей і створення комфортного культурного середовища.

Соціокультурна діяльність – це діяльність культурних процесів, виробів, яка перетворюється в бізнес. Щоб досягти успіху в культурній сфері по-перше потрібно добре проаналізувати усі бізнес процеси, принципи ведення культурного бізнесу та механізми. По-друге, виробники культурної діяльності повинні діяти на культурного споживача. З розвитком економіки країни та новітніх технологій, виробництво культурної діяльності має змінювати свій товар, і при цьому, важливо враховувати погляди та вподобання споживача.

Для того, щоб регулювати процеси культурного бізнесу ми розглядаємо термін менеджмент соціокультурної діяльності. Це професія майбутнього, адже менеджмент – це управління, якщо соціокультурної діяльності, тоді управління культурної діяльності. Це можуть бути громадські організації, різноманітні підприємства та навіть, підприємницька культурна діяльність. Вплив менеджменту соціокультурної діяльності на культурний та соціальний розвиток України є дуже великий. Адже він являє собою з'єднувальний механізм між культурою і бізнесом, а масштаби такої діяльності є значно великими.

Отже, розвиток бізнес-культури значно впливає на просування ринку України, це стосується як економічного так і культурного. Тому показники виробництва та споживання культури є цінними в культурній сфері. Проблема соціокультурної діяльності, яка ще й до сьогодні залишається невирішеною і досліджується з будь-яких сторін, потребує і надалі більшого дослідження.

Список використаних джерел

1. Гудзь О. Є. / Економіка. Менеджмент. Бізнес : наук. журнал // засн.: Держ. ун-т телекомунікацій ; редкол.: О. Є. Гудзь (голов. ред.) [та ін.] - Київ : Держ. ун-т телекомунікацій, 2019.
2. Котлер Ф., Касліоне А. / Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності : пер. с англ. // Київ : Хімджест, Пласке, 2009. С. – 208
3. Веденеев Д. В. / Культура і сучасність : альманах // засн.: Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв ; редкол.: Д. В. Веденеев (голов. ред.) [та ін.]. - Київ, 2002-2018.
4. Шаповалова Т. В. / Проектна діяльність у підприємстві : на допомогу військовослужбовцю, звільненому у запас // Київ : [б. в.], 2017. С. - 138
5. Чеповий В. / Бізнес : щотижневий супіл.-політ. та ділове видання // редкол.: В. Чеповий, В. Полевий (голов. ред.) [та ін.]. - Київ : Український Бізнес Хаб, 2019.