

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД

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

кафедра філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності

МАТЕРІАЛИ

VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених

**“КОНЦЕПТИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА”**



(Одеса, 22-23 травня 20235 року)

Одеса -2025

УДК: 1:403:316.6 (08)

Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства //
Матеріали VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» (Одеса, 22-23 травня 2025 р.) 189 с.

Рецензенти:

Голубович Інна Володимирівна – доктор філософських наук, професор, завідувачка кафедри філософії Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова

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

- Збірник матеріалів VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» вміщує матеріали, які досліджують соціокультурні засади трансформацій ціннісної сфери життєдіяльності суспільства; соціокультурні трансформації молодіжного соціуму; соціокультурні трансформації освітнього середовища; культуру бізнесу в умовах соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства; філософію менеджменту соціокультурної діяльності у контекстуальному полі глобальних трансформаційних процесів. 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 № 17 від 26 червня 2025 р.

«Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства»

22-23 травня 2025 року

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова:

А. В. Красножон – ректор Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор історичних наук, професор.

Заступники голови:

Копусь Ольга Антонівна – перший проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор педагогічних наук, професор.

Музиченко Ганна В'ячеславівна – проректор з наукової роботи Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», доктор політичних наук, професор.

Борінштейн Євген Русланович – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Члени оргкомітету:

Лісеєнко Олена Василівна – доктор соціологічних наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності, завідувач історико-філософського відділення Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Петінова Оксана Борисівна – доктор філософських наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Атаманюк Зоя Миколаївна – доктор філософських наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

2. Яковенко, Марина Студентство в пошуку шляхів самореалізації (соціологічний аспект виміру). Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Педагогічні науки. Вип. 2(61). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024. С. 24–30.

Секція 4. Культура бізнесу в умовах соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства

Базелюк Оксана Василівна – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 3-го року навчання, денної форми навчання, спеціальність 013 «Початкова освіта. Логопедія», факультет початкового навчання, ДЗ «Південноукраїнський національний К.Д. Ушинського, м. Одеса, Україна,

Науковий керівник – **Петінова Оксана Борисівна** – доктор філософських наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», м. Одеса, Україна.

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВІД ПРИБУТКУ ДО СОЦІАЛЬНОЇ МІСІЇ

Культура бізнесу – це сукупність цінностей і моделей поведінки, які визначають спосіб ведення справ та формують відносини бізнесу із суспільством і державою в цілому. Із початком повномасштабного вторгнення українське суспільство зазнало глибоких змін не лише політичного, а й економічного життя. Бізнес, який у мирний час формувався як інструмент отримання максимального прибутку, в реаліях сьогодення опинився перед рядом нових викликів, які спричинили переорієнтацію цілей на суспільне благо. Це стало потужним детонатором процесу **перезавантаження бізнес-культури**, заснованої на принципах емпатії, солідарності, єдності і патріотизму.

Моральна позиція більшості свідомих українських підприємців виявилась ціннісною за прибутковість, тому ФОП (фізичні особи-підприємці) переосмислили роль ведення бізнесу та змінили пріоритети, орієнтуючи свої фінанси на підтримку Збройних Сил України (ЗСУ), допомогу постраждалому цивільному населенню та відновлення інфраструктури міст. Чимало компаній, українських брендів відмовились від частини прибутку і заради спільної перемоги почали залучатися до волонтерського руху, матеріально-технічної підтримки армії, гуманітарній діяльності та евакуації населення з окупованих

територій, що свідчить про формування етичних переконань, згуртованості в умовах національної воєнної кризи [5].

Ми провели дослідження українських бізнес-підприємств, які не лише відновили свою роботу після початку повномасштабної війни, а й активно підтримують економіку країни, допомагають нашим захисникам і захисницям, а також піклуються про внутрішньо переміщених осіб. Ці компанії демонструють надзвичайну соціальну відповідальність: частина з них регулярно передає гуманітарну допомогу на фронт, інші – створюють робочі місця для переселенців або забезпечують їх житлом, деякі – підтримують благодійні ініціативи чи розвивають освітні проєкти.

Масові збори коштів, відкриття благодійних фондів та акцій стали нормою повсякденного життя компаній. Dodo Socks – приклад відповідального бренду, який відомий своїми креативними шкарпетками з патріотичними принтами. Власники «армії шкарпеток» після повномасштабного вторгнення переказали майже 7 мільйонів гривень на допомогу ЗСУ, підтримуючи БФ «Повернись живим», «Госпітальєри» та нацгвардійців [2].

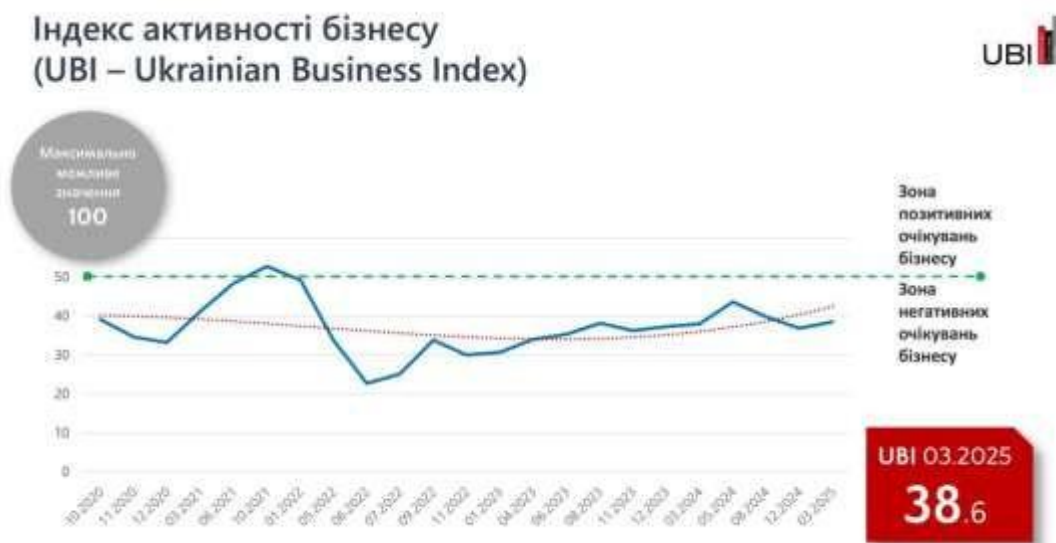
Підприємницька спільнота почала активно долучатися до інтеграції внутрішньо переміщених осіб (ВПО), забезпечуючи їх працевлаштуванням, житлом, адаптаційними програмами. Наприклад, досить унікальний соціальний бренд постільної білизни Ohra Home, не лише спрямовує кошти на медичну допомогу постраждалим у наслідок бойових дій, а й залучає до роботи матерів дітей з інвалідністю, ВПО, які з початком повномасштабної війни змушені були евакуюватися з окупованих територій і починати життя заново [2].

Одяг для собак від Bark&Go та виробник унікальних сорочок-вишиванок Etnodim, які одягають українські та світові зірки, почали популяризувати наше вітчизняне у різних сферах, долучатися до масових зборів коштів, аби наближати Україну до перемоги. «...Війна вплинула на наші нові дизайни. Зараз популяризується все українське у багатьох інших сферах. Не тільки в одязі, а й в мистецтві, музиці...», – розповів засновник бренду Андрій Черуха [2].

Сотні компаній та підприємств у сфері бізнес-культури спрямовують зусилля на підтримку фронту, а саме на виготовлення амуніції, плетіння маскувальних сіток, закупівлю дронів, генераторів, авто для ЗСУ. Одним із таких виробників, які не афішують свою благодійну діяльність є «Белста» з Одещини, які після 24 лютого 2022 р. почала шити військове спорядження, передала понад 10 тисяч пар взуття переселенцям та задонатила понад 500 тисяч гривень [2].

Сучасна українська культура ведення бізнесу, для підсилення ідеї рівності громадян, дедалі більше орієнтується на принципи інклюзивності, впроваджуючи стратегії КСВ (корпоративної соціальної відповідальності) [6]. Деякі компанії, переосмислюючи цінності соціальної відповідальності,

залучають людей із інвалідністю до виробничих і творчих процесів, створюючи всі необхідні умови для їх комфортної та безпечної роботи. Прикладом такої ініціативи є бренд Lady Di – перше інклюзивне ательє в Україні. Компанія вже чотири роки



виготовляє дизайнерські шовкові хустини й активно залучає художників з інвалідністю до створення колекцій [2].

Однак така трансформація відбувається на рівні з іншими труднощами. Попри активну участь у суспільному житті, війна поставила ще низку серйозних викликів з якими стикається український бізнес:

- нестабільність ринків і логістики;
- зниження платоспроможного попиту;
- значні фінансові та кадрові втрати;
- необхідність одночасно виживати та допомагати. [1].

За даними онлайн-опитування Опендатабот, майже 32-ох тисяч учасників, понад 8 тисяч підприємців у 2025 році планують припинити свою діяльність через значні підвищення податкового навантаження відповідно Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у період дії воєнного стану» [3]. Масове закриття ФОПів матиме негативні наслідки для економіки України, оскільки люди втрачатимуть робочі місця, що призведе до зростання безробіття, відбудеться суттєве скорочення надходжень до місцевих бюджетів тощо [4].

Таким чином, культура українського бізнесу в умовах війни зазнала якісної трансформації. Замість прагнення до максимального прибутку бізнес перетворився на важливий елемент національного опору та солідарності. Це не просто допомога – це свідомий вибір бути частиною національного спротиву. Нова бізнес-культура, що сформується в умовах війни, у післявоєнний час може

стати основою сталого розвитку й формування зрілого громадянського суспільства в Україні.

Список використаної літератури:

1. Ганна Сухорукова «Що з бізнесом: огляд за квітень 2025 року» *Kyivstar Business Hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-z-biznesom-oglyad-za-kviten-2025-roku> (дата звернення: 16.05.2025)
2. Дмитро Журавель «Підтримати своїх. Це 20 українських бізнесів, що допомагають ЗСУ та переселенцям», 2022. URL: <https://shotam.info/pidtrymaty-svoikh-tse-20-ukrainskykh-biznesiv-shcho-dopomahaiut-zsu-ta-pereselentsiam/> (дата звернення: 15.05.2025)
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у період дії воєнного стану : Закон України від 10.10.2024 № 4015-IX: станом на 18 червня 2025 р. URL: <https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatkovye-zakonodavstvo/zakoni-ukraini/79226.html> (дата звернення: 16.05.2025)
4. Філіп Лобанов «Кожен третій підприємець в Україні планує згорнути бізнес у 2025 році», *Трамвай*. URL: <https://kiev.tram.news/ukr/news/city-news/a1255259-kozhen-tretij-pidprijemets-v-ukrajini-planuje-zhornuti-biznes-u-2025-rotsi-opentadabot> (дата звернення: 17.05.2025)
5. Maxim Sytch and Christopher I. Rider How Ukrainian Companies Are Transforming Wartime Challenges Into Lifelines, *Innovation, Social responsibility* November 29, 2024. URL: <https://sloanreview.mit.edu/article/how-ukrainian-companies-are-transforming-wartime-challenges-into-lifelines/> (дата звернення: 15.05.2025)
6. Tetyana Burlay. New Meaning of CSR in Business: Support for Ukraine's Societal Resilience in Wartime, *Conference: 8th FEB International Scientific Conference*, May 2024, DOI: 10.18690/um.epf.5.2024.14 (дата звернення: 16.05.2025)

ТВОРЧИСТЮ ТА ОСОБИСТІСТЮ

Рилова Ольга Юріївна 133

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Федорова Інна Валеріївна, Тімурка Вікторія Іллівна 135

НОВІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ В ОСВІТІ НА СУЧАСНОМУ ІСТОРИЧНОМУ ЕТАПІ В УКРАЇНІ

Яковенко Марина Леонідівна 140

ОСОБЛИВОСТІ ЗМІНИ ЗАПИТІВ НА ЗНАННЯ ТА ПРОФЕСІЙНУ РЕАЛІЗАЦІЮ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Секція 4. Культура бізнесу в умовах соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства

Базелюк Оксана Василівна, Петінова Оксана Борисівна 142

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВІД ПРИБУТКУ ДО СОЦІАЛЬНОЇ МІСІЇ

Лунгу Лілія Павлівна, Атаманюк Зоя Миколаївна 146

ЩО ТАКЕ КУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ І ЯК ВОНА ФОРМУЄТЬСЯ?

Солдатенко Олександр Ігорович, Сахно Світлана Віталіївна 152

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Солдатенко Олександр Ігорович, Смаглюк Карина Русланівна 154

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ХУДОЖНІХ ВИСТАВОК

Стойкова Кароліна 156

БІЗНЕС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й ТРАНСЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Секція 5. Філософія менеджменту соціокультурної діяльності у контекстуальному полі глобальних трансформаційних процесів

Аксьонова Віра Ігорівна, Дорул Данило Артемович, 159

ДУХОВНІСТЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СМИСЛ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БУТТЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ГЛОБАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА

Дилян Анна Віталіївна 164

ФІЛОСОФІЯ ГРОШЕЙ І РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ: ЦІННІСНА ПРИРОДА ОБМІНУ В УМОВАХ КРИЗИ