

інфраструктурними змінами в умовах соціальних зрушень має базуватися не лише на технічній логіці, а й на розумінні колективної психології, соціальних сенсів і практик участі. Це відкриває шлях до нових урбаністичних моделей, де інженерна точність поєднується з культурною емпатією, інновації – з емоційною глибиною, а простір – із соціальною значущістю.

Список використаних джерел:

1. Новікова М. М., Бельська Т. В., Лашкіна М. Г. Архетипіка соціальної взаємодії в публічному управлінні: комунікація між владою та суспільством. *Суспільство та національні інтереси*. 2025. № 7(15). С. 474–485. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/sni/article/view/26197/26171>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-570-2-48>

Кривцов А. О.,

*здобувач наукового ступеня доктора філософії кафедри менеджменту
Національного університету кораблебудування
імені адмірала Макарова
м. Миколаїв, Україна*

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У РОЗВИТКУ ВЕТЕРАНСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сучасний етап розвитку українського суспільства характеризується посиленням уваги до соціальної інтеграції ветеранів війни, які повертаються до мирного життя. В умовах післявоєнної відбудови саме ветеранське підприємництво стає важливим чинником соціально-економічного відновлення держави, розвитку громад та формування нової культури відповідального бізнесу. У цьому процесі особливе значення набуває менеджмент соціокультурної діяльності, який забезпечує гармонійне поєднання економічних, соціальних і культурних аспектів розвитку ветеранських ініціатив.

Менеджмент соціокультурної діяльності – «це система управління, спрямована на організацію, планування, координацію та контроль процесів, що забезпечують розвиток соціальних і культурних компонентів суспільного життя. Його мета – сприяти формуванню позитивного соціокультурного середовища, яке підтримує соціальну згуртованість, духовні цінності та культурну ідентичність» [1].

У контексті ветеранського підприємництва соціокультурний менеджмент відіграє роль інтегратора між економічними цілями бізнесу та суспільними потребами. Він дозволяє ветеранським організаціям не лише створювати робочі місця, а й формувати соціальну місію – підтримку ветеранів, розвиток патріотизму, збереження культурної спадщини та формування позитивного іміджу захисника України як активного члена громади.

Соціокультурна діяльність у ветеранському середовищі охоплює такі напрями: «організацію культурних та освітніх заходів, спрямованих на адаптацію ветеранів до цивільного життя, популяризацію історії, військових традицій, мистецьких і культурних ініціатив, створених ветеранами, розвиток мереж підтримки через громадські об'єднання, клуби, культурні центри, формування корпоративної культури у ветеранських бізнесах, заснованої на цінностях взаємодопомоги, гідності, патріотизму та взаємоповаги» [2].

Такі ініціативи сприяють не лише економічній активності, а й зниженню рівня соціальної ізоляції ветеранів, підвищенню громадянської активності та зміцненню соціального капіталу суспільства.

Управлінські інновації в менеджменті соціокультурної діяльності охоплюють: «інтеграцію цифрових технологій (створення онлайн-платформ для комунікації ветеранів, культурного обміну, продажу продукції ветеранських підприємств), брендинг ветеранського бізнесу (базується на цінностях служіння, довіри та якості), розвиток культурних партнерств із закладами культури, освітніми установами та місцевими громадами, використання креативних підходів у популяризації ветеранського підприємництва через фестивалі, виставки, благодійні заходи; впровадження освітніх програм із соціокультурного менеджменту для ветеранів та членів їхніх сімей» [3].

Дані підходи формують інноваційне середовище, у якому ветерани стають не лише підприємцями, але й носіями культурних і соціальних змін.

Менеджмент соціокультурної діяльності сприяє створенню стійкої моделі розвитку ветеранського підприємництва, де економічна доцільність поєднується з суспільною користю. Результатами даної діяльності є: підвищення рівня соціальної згуртованості в громадах, розвиток культурного середовища та патріотичного виховання, формування нової бізнес-етики, що базується на соціальній відповідальності, підтримка національної ідентичності через культурно-просвітницькі ініціативи ветеранів.

Таким чином, соціокультурний менеджмент виступає потужним чинником сталого розвитку, сприяючи інтеграції ветеранів у соціально-економічне та культурне життя держави.

Менеджер соціокультурної діяльності – це фахівець, який організовує, координує та управляє процесами, пов'язаними із соціальними

і культурними аспектами діяльності підприємства. Основні функції менеджера у ветеранському підприємстві включають: «аналітичну функцію (вивчення потреб ветеранів, громади та партнерів для розробки соціокультурних стратегій), організаційну функцію (планування та реалізація програм культурної інтеграції, освітніх заходів, патріотичних проєктів), комунікаційну функцію (налагодження взаємодії між ветеранами, громадськими організаціями, органами влади та бізнесом), інноваційну функцію (впровадження сучасних управлінських та інформаційних технологій у соціокультурну сферу), мотиваційну функцію (створення сприятливого мікроклімату в колективі, формування спільних цінностей, почуття єдності та соціальної значущості діяльності)» [4].

Менеджер соціокультурної діяльності відіграє ключову роль у розвитку ветеранського підприємства. Його діяльність сприяє формуванню сприятливого соціального клімату, розвитку корпоративної культури, налагодженню комунікації з громадою та реалізації соціально-культурних ініціатив.

Менеджмент соціокультурної діяльності є стратегічним інструментом розвитку ветеранського підприємства. Його впровадження забезпечує не лише ефективну економічну діяльність, а й відтворення духовних та культурних цінностей, формування нових соціальних стандартів взаємодії у суспільстві. Поєднання соціальної місії, підприємницької ініціативи та культурної діяльності створює підґрунтя для сталого розвитку ветеранського сектору економіки та зміцнення національної єдності України.

Список використаних джерел:

1. Андрійв Н., Герешко О., Мартинюк М. Менеджмент соціокультурної діяльності. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 34 (1). С. 11–17.

2. Побережець Г. С., Левченко М. Г., Форостян А. Ф. Сучасні соціокультурні процеси в Україні та їх роль у розвитку національної свідомості. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Рівне. 2023. № 47. С. 89–96.

3. Кір'ян О., Марусенко М. Значущість менеджменту соціокультурної діяльності для вітчизняних організацій. *Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці* : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., 22 листоп., 2022 р. Київ, 2022. С. 245–247.

4. Костюченко О. В. Асертивність як психологічна ресурсність менеджера соціокультурної сфери в успішній комунікативно-управлінській діяльності. *Вчені зап. Таврійськ. нац. ун-ту ім. В. І. Вернадського. Серія : Психологія*. 2022. Т. 33 (72), № 6. С. 22–27.