

М. Дремлюга, В. Гомоляка, Л. Колодуб та інші, а твори М. В. Бердєєва сьогодні служать еталоном для їх виконання на Міжнародних конкурсах.

#### **Список використаних джерел**

1. Бердыев Н. Этюды для трубы или корнета. Москва: Музыка, 1964. 23 с.
2. Болотин С. В. Энциклопедический биографический словарь музыкантов-исполнителей на духовых инструментах: 2-е изд., доп. и перераб. Москва: Радунца, 1995. С. 31
3. Вакалюк П. В. Украинский художественно-дидактический репертуар для трубы. *Музичне мистецтво*. 2012. №1. С. 76-82.
4. Посвалюк В. Т. Київська школа виконавства на трубі: історичні і методичні аспекти: дис. ... канд. мистецтв. 17.00.03. Київ, 2001. 570 с.
5. Чумов Л. Е. Бердыев Николай Владимирович. *Очерки о трубе и трубачах в России*. Москва: Московская консерватория Редакционно-издательский отдел, 2004. 100 с.

**Інна Гончар**

*студентка Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка  
(науковий керівник – старший викладач В. Дмитренко)  
(м. Полтава, Україна)*

### **МУЗЕЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ**

Остання чверть ХХ ст. виявила чимало серйозних економічних проблем у музейній сфері. Упродовж 1980-х років скорочення державного фінансування відчували музеї Великобританії й Нідерландів, Франції й Німеччини, а зниження кількості відвідувачів у зв'язку з економічними труднощами, спричинили втрату музеями впевненості в завтрашньому дні.

Поступово музеї усвідомили, якщо вони хочуть уникнути фінансового краху, ефективно конкурувати на ринку дозвілля, боротися за увагу туристів і створювати додаткові можливості для освіти, у них не залишається іншого вибору, як перейняти деякі з методів, що практикуються комерційним сектором. Нова стратегія виживання доповнила традиційну музейну мову новими поняттями: менеджмент і маркетинг.

Поняття менеджмент (англ. management від to manage – управляти) означає сукупність принципів, методів, засобів і форм управління виробництвом, а також інтелектуальними, фінансовими та іншими ресурсами. Іншими словами, менеджмент – це теорія і практика управління установою та його персоналом.

Процес менеджменту передбачає виконання функцій планування, організації, координації, мотивації, контролю праці робітників організації для досягнення певних цілей. Тому менеджмент – це вміння досягти поставлених цілей, спрямовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки людей, які працюють в організації. Тому можна розглядати менеджмент як процес впливу на діяльність

окремого працівника, групи, організації в цілому з метою досягнення найкращих результатів.

Якщо під менеджментом розуміти поточний процес виконання функцій управління підприємством, то це – функціональна характеристика менеджменту. Врешті, менеджмент як мистецтво управління виробничими процесами конкретною особою, є його особовою характеристикою.

Отже, менеджмент являє собою поточну діяльність з управління виробництвом товарів чи послуг у рамках певної організації. Однак, організація не виникає сама по собі, а є також породженням менеджменту, його функцією.

Музейний менеджмент – це система знань про теорію і практику управління музеєм і музейним персоналом. Основний постулат стратегічного музейного менеджменту можна сформулювати так: виживання і розвиток музею на довготривалу перспективу залежить від здатності цього музею своєчасно передбачати зміни суспільних запитів, споживацької мотивації та ринкової кон'юнктури і відповідним чином адаптувати свою організаційно-обслуговуючу структуру і спектр номенклатури музейного продукту.

Сьогодні в Україні бракує досвідчених менеджерів вищої та середньої ланок управління музейними установами та їх об'єднаннями, які займалися б розробкою і втіленням у життя довготермінових стратегій розвитку й комерційної прибутковості музеїв, поповнення їх колекцій, проведення публічної діяльності й участі у глобальних системах соціальної комунікації. Існує проблема укомплектування штату музейних керівників менеджерами нових підрозділів: розвитку, маркетингу, PR і реклами.

Однак хибно вважати, що сучасні музеї мусять очолити керівники нового гатунку – спеціалісти з менеджменту й економіки.

Музей – це установа культури, установа, перед якою стоїть завдання збереження, популяризації й передачі наступним поколінням нашої культурної спадщини. Ця обставина в першу чергу вимагатиме від керівництва музеїв специфічних професійних знань з історії, археології, мистецтвознавства, етнології й культурології. А от друга вища освіта для повноцінного керівництва музею має охоплювати вивчення циклу базових дисциплін з економіки, менеджменту, маркетингу, соціології й туризмології.

Термін «музейний менеджмент» з'явився понад 20 років тому та означає систему знань про теорію і практику управління музеєм та музейним персоналом. Він передбачає планування, управління проектами і програмами, музейний маркетинг, фандрайзинг, інформатизацію, PR та рекламу. Системні підходи до управління допомагають музеям ефективно реалізувати себе у соціокультурному середовищі. Зміна стилю керівництва музеями з боку адміністративно-владних структур, що проявляється у тенденції децентралізації, вже давно є тенденцією у багатьох країнах світу.

У той же час в Україні поняття музейного менеджменту тільки набуває поширення. На сьогодні, актуальним завданням сучасного українського музейного менеджменту є сприяння популяризації національної спадщини, а також формування позитивного культурного іміджу нашої держави.

В Україні критично бракує досвідчених менеджерів вищої і середньої ланок управління музейними установами. Лише у незначній кількості вітчизняних музейних закладів створено відділи менеджменту або маркетингу.

Недостатнє фінансування та матеріально-технічне забезпечення залишаються одними з основних проблем вітчизняних музеїв. За умов ринкової економіки музейні заклади не можуть розраховувати лише на державну підтримку. Вживання музею у сьогоднішніх умовах зумовлюється його здатністю знаходити джерела додаткового, позабюджетного фінансування. Пошук потенційних донорів і робота зі спонсорами (фандрайзинг) є одними з основних завдань музейного менеджменту. Проте, у вітчизняних музеях практично відсутні фахівці, які б спеціально займалися цим питанням. Сьогодні на заваді розвитку українського музейного менеджменту постає низка проблем.

Першочергові завдання музейного менеджменту зводяться до вироблення такої політики музейної діяльності, суспільної комунікації й технології гостявого сервісу, яка враховувала б мотиви і сподівання потенційних відвідувачів та розвіювала негативні стереотипи й упередження широкої суспільної аудиторії.

Реалізувати названі завдання керівництву музеїв потрібно у кількох управлінських площинах. По-перше, це докорінна зміна системи менеджменту персоналу й удосконалення технологій адміністрування й позаекономічної мотивації працівників музею. По-друге, це запровадження курсів з маркетингу, психології і ділового етикету для працівників експозиційних залів музеїв з метою якісної оптимізації комунікативної атмосфери в стінах музею й усвідомлення працівниками того, що музейний продукт на третину складається із сервісної складової. І, по-третє, філософією сучасного менеджменту повинен стати маркетинг у всіх сферах взаємодії музейної установи із зовнішнім ринковим середовищем. Музейний маркетинг має дати чіткі відповіді на два засадничі запитання: «Із яких складових формується наш музейний продукт і що нам необхідно зробити, щоб він мав конкурентоздатні споживчі якості і користувався масовим попитом?» та «Із яких категорій і сегментів формується потік наших відвідувачів, чого вони від нас очікують і що нам робити, щоб привабити в наш музей якомога більше відвідувачів?».

Таким чином, час інформаційно-технологічних змін висуває нові вимоги до музеїв, та музейного менеджменту, що вимагає подальшого впровадження інноваційних технологій; створення віртуальних музеїв. Адже сьогодні від них

вимагають максимальної участі в вирішенні актуальних проблем суспільства, а також відповіді на замовлення, яке висуває соціум.

#### Список використаних джерел

1. Белікова М. В., Гресь-Євреїнова С. В. Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. Випуск №2 (10). URL: [file:///C:/Users/Culturology/Desktop/eui\\_2013\\_2\\_8.pdf](file:///C:/Users/Culturology/Desktop/eui_2013_2_8.pdf)
2. Василик Н. М. Сучасний стан та шляхи розвитку музейного менеджменту. URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/1525/>
3. Кононюк О. Музейний менеджмент у сучасному соціокультурному середовищі. *Острозький краєзнавчий збірник*. 2008. № 3. С. 220-223.

#### Наталія Дігтяр

*кандидат педагогічних наук, доцент, викладач  
кафедри образотворчого та декоративно-  
прикладного мистецтва Навчально-наукового  
інституту культури і мистецтв  
ЛНУ імені Тараса Шевченка  
(м. Полтава, Україна)*

### СУЧАСНЕ УКРАЇНСЬКЕ МАЛЯРСТВО НА СКЛІ: ТИПОЛОГІЯ ТА ХУДОЖНІ ОСОБЛИВОСТІ

***Анотація.** Автор досліджує традиційну для народного українського малярства техніку малювання на склі. Аналізує художні особливості творів сучасних митців малярства на склі, його типологію.*

***Summary.** The author explores the traditional for Ukrainian folk painting technique of painting on glass. Analyzes the artistic features of works by contemporary artists of painting on glass, its typology.*

Сьогодні особливо нагальною постає потреба оновленого підходу до процесу виховання, яке б розкривало перед особистістю багатства національного мистецтва, практично продовжувало його культурно-історичні традиції. Малярство на склі, традиційне для народного мистецтва України, зберігає неповторну чистоту і силу кольорового зображення, що не є властивим іншим технікам живопису.

До наукових досліджень щодо проблеми традиційного та сучасного малярства на склі можна віднести наукові праці, в тому числі з теорії мистецтва (М. Алпатов, Р. Арнхейм, О. Лосєв, О. Найден), фольклорного та етно-історичного аспектів українських народних картин на склі (Т. Бельская, П. Білецький, П. Жолтовський, Я. Затенацький, Т. Марченко-Пошивайло, О. Найден, О. Романів-Тріска, К. Скалацький, М. Селівачов, Ф. Уманцев, К. Широцький, В. Откович). Проте, аналіз творчості сучасних художників живопису на склі залишається мало досліджуваним.