

4. Реєстр програми «Культура. Туризм. Регіони». URL : https://ucf.in.ua/m_programs/5f8048d50aa0bb6e4665c9b3/register?type=realized_project (дата звернення 31.10.2022).
5. Фіскальні звітні чеки Національного музею-заповідника українського гончарства за червень-липень 2018 року.
6. Фіскальні звітні чеки Національного музею-заповідника українського гончарства за червень 2019 року.
7. Національний фестиваль гончарства – 2018. Детально про все. URL : <http://prostir.museum/ua/post/40917> (дата звернення 06.10.2022).
8. Національний фестиваль гончарства в Опішні – програма заходів. URL : <https://kolo.news/category/afisha/14879> (дата звернення 31.10.2022).
9. Міжнародний форум юних керамологів. Програма. Опішне : видання Державної спеціалізованої художньої школи-інтернату «Колегіум мистецтв у Опішному» імені Василя Кричевського, 2019. 40 с. : іл.
10. Міжнародний форум юних керамологів. Програма. Опішне : видання Державної спеціалізованої художньої школи-інтернату «Колегіум мистецтв у Опішному» імені Василя Кричевського, 2018. 40 с. : іл.
11. XI Міжнародний молодіжний фестиваль «Опішне – 2017». Програма. Опішне : видання Державної спеціалізованої художньої школи-інтернату «Колегіум мистецтв у Опішному» імені Василя Кричевського, 2017. 40 с. : іл.
12. X Міжнародний молодіжний фестиваль «Гончарство без кордонів». Програма. Опішне : видання Державної спеціалізованої художньої школи-інтернату «Колегіум мистецтв у Опішному» імені Василя Кричевського, 2016. 40 с. : іл.
13. IX Міжнародний молодіжний фестиваль «Європейський простір українського гончарства». Програма. Опішне : видання Державної спеціалізованої художньої школи-інтернату «Колегіум мистецтв у Опішному» імені Василя Кричевського, 2015. 40 с. : іл.
14. У Опішні не проводитимуть цього року етногастрофест «Борщик у глиняному горщику». Переносять на 2023 рік. URL : <https://kolo.news/category/biznes/32502> (дата звернення 31.10.2022).

Лоза Микола

*магістрант Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка
(науковий керівник – доцентка А. Литвиненко)
(м. Полтава)*

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНІЙ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНІЙ ГАЛУЗІ

Інноваційна політика – головний складник інноваційної діяльності будь-якої сучасної організації у сфері культури. Завдяки вдалій інноваційній політиці

установа здатна здійснювати розробку інноваційних процесів, прогнозів та проектів свого розвитку. Інноваційна політика будь-якого закладу не лише вказує напрям змін, але й формує необхідні оптимальні умови для збору інформації, розбудови управлінських рішень, поведінки персоналу; визначає мету діяльності закладу загалом. Результати інноваційної політики впливають на перспективи розвитку закладу. Нею визначають умови, забезпечується пошук альтернативних можливостей діяльності, стимулюється розвиток установи загалом.

Формування і реалізація інноваційної політики закладів культури, зокрема бібліотек, особливим чином уможлиблюється в рамках інноваційного менеджменту [2]. Розуміючи поняття інноваційного менеджменту та як він впливає на інноваційну діяльність бібліотечної системи, варто розглядати і поняття «маркетингу», що постає як у протиставленні, так і в симбіозі з менеджментом.

Саме поняття «маркетинг» походить від англійського «market» – ринок, збут. Маркетинг є інтегральною функцією менеджменту. Вважається, що маркетинг у широкому розумінні слова – це філософія, яка повинна бути запроваджена в будь-якій установі, організації [2]. Перспективні маркетингові стратегії у видавничо-бібліотечному просторі проаналізовано у працях М. Войцеховської (механізми book-маркетингу на книжковому ринку та у сфері надання бібліотечних послуг); Т. Коваль (аналіз маркетингового дослідження читачів, що проводилося на базі відділу комплексного бібліотечного обслуговування); О. Косачової (буктрейлери).

Сучасний світ швидко поглинають електронні системи, технології та ресурси, тому без пристосування до викликів сьогодення успішно жити й розвиватися не можливо. Сфера культури стає не винятком у цьому питанні, адже представляти, пропагувати та доносити культуру до глядача, слухача та користувача тепер можливо не лише за допомогою книги, пісні, танцю, але й із застосуванням новітніх технологій.

Пристосування до нових реалій існування бібліотечної системи відбувається надто швидко. За даними 2018 року кожна обласна бібліотека мала свій електронний сайт, де розміщувалася важлива інформація для користувача, новини та нормативно – правові документи про діяльність установи. Виходячи з цих узагальнених даних, платформа для реформації бібліотеки у новітній мультимедійний простір була, але медіаграмотність працівників виявилася мінімальною. Як зазначала у своїй доповіді на Всеукраїнській науково-практичній конференції директорів бібліотек для дітей «Сучасна бібліотека для дітей – платформа для культурного розвитку громади» генеральний директор Національної бібліотеки для дітей України Алла Гордієнко: «Станом на сьогоднішній день (2019 р.) мережа спеціалізованих бібліотек має невтішні

показники. Та на 1 жовтня 2019 року кількість закладів бібліотечної мережі скоротилося на 905 установ» [3, с. 39]. Негативні наслідки цього стали найбільш відчутними під час пандемії COVID – 19. Через заборону відвідування закладів споживачами, бібліотечна система зазнала серйозної кризи. Власне й саме фінансування бібліотек та виплата заробітної плати працівникам опинилися під загрозою.

Як бачимо, проблема полягає у не готовності діяльності бібліотек до викликів сьогодення, зокрема не здатності забезпечити сучасного користувача належним півнем послуг. За таких умов необхідно розробити нові, сучасні стратегії розвитку бібліотечної сфери, насамперед із залученням технологій менеджменту і маркетингу; започаткувати на базі бібліотек маркетингові відділи та залучати до праці кадри із відповідною освітою.

Сучасні науковці пропонують чітко розуміння того, що сучасна бібліотека має виконувати не лише функції книгозбірні та книговидачі користувачеві, а є, насамперед, культурно-інформаційним центром, що кооперує та координує інформаційне суспільство. Таким чином, до кола завдань бібліотек, окрім головної – виконання читацьких запитів, входить і вдосконалення та впровадження нових методів роботи з користувачами. У зв'язку з цим доцільно застосовувати нові маркетингові заходи.

Метою такої стратегії розвитку сучасних бібліотек також є :

- запровадити нові стратегії розвитку бібліотечної системи, чи бібліотеки як окремої одиниці;
- розробити нові шляхи залучення користувача до бібліотеки;
- створити цілісну систему MEDIA-продукту для віртуального користувача (відвідування сайту);
- створити статистичну базу відвідування цифрових платформ (сайту) та акаунтів бібліотечного закладу у соціальних мережах.

Очевидно, що якнайменше два складники зазначеної мети вдасться реалізувати тільки за допомогою регулятивів менеджменту та маркетингу.

У бібліотечній діяльності основу маркетингу становить принцип, що передбачає взаємодію та розуміння інформаційно-культурних потреб ринку. Виділяють такі основні функціональні компоненти бібліотечного маркетингу :

- інформаційний ринок (вивчення потенційного середовища інформаційного – бібліотечного впливу);
- сегментація (диференціація можливих користувачів та прогнозування попиту);
- виявлення перспективних і поточних завдань та визначення пріоритетних напрямів діяльності;
- визначення базових (постійних) послуг інформаційно-бібліотечної продукції;

- реклама бібліотечних послуг та продукції (media-, паперова продукція);
- створення іміджу закладу у суспільстві [1].

Сучасні стратегії бібліотечного маркетингу зазвичай діють для певних вікових груп, натомість користувачами бібліотеки є представники різного віку. Для вирішення таких завдань у бібліотечному маркетингу застосовують метод buzz-маркетингу. Цей метод надає більші можливості для комунікації з користувачем (клієнтом), оскільки сприяє поширенню інформації за допомогою штучно створених і поширених чуток. Головна ідея buzz-маркетингу – перетворити чутки в реальний маркетинговий інструмент і створити співтовариство зацікавлених споживачів. Ефективність buzz-маркетингу під час надання бібліотечних послуг залежить від таких чинників :

- рекламування видів послуг бібліотеки;
- засоби та методи трансляції повідомлень, користувачеві бібліотеки;
- вибір та упровадження обраних маркетингових стратегій впливу та залучення – користувача в бібліотечно-інформаційну галузь.

Реалії сьогодення висувають до існування бібліотечної системи в Україні, нові жорсткі вимоги, насамперед стосовно збереження українського друкованого слова. Із початку повномасштабної російсько-української війни на території держави, багато областей втратили й продовжують втрачати тисячі книжок бібліотечних фондів. У такий спосіб гостро актуалізувалася проблема комплектування та відновлення книжкового ресурсу бібліотек. Допомогти вирішити цю проблему може таке маркетингове явище, як фрімаркет.

У широкому розумінні фрімаркет передбачає обмін не потрібними речами. У системі діяльності сучасних бібліотек процедура діє як обмін прочитаними книгами за умови безкоштовного обміну. Таким чином, за допомогою фрімаркету вирішується низка завдання : популяризація книги та читання, допомога як бібліотеці, так і користувачеві, нові знайомства, формування кола інтересів (клуби, гуртки). Сьогодні цей метод маркетингу актуальний як для користувачів бібліотек України, так і українських громадян, які перебувають за межами країни та не мають змоги читати друковану літературу українською.

Сучасна бібліотека XXI століття не може залишатися осторонь технічного розвитку, актуальних подій у світі, культурі та науці. Створення мультимедійного простору у бібліотечній системі особливим чином залежить від концепцій маркетингу, а саме – аналізу необхідних технічних пристроїв для введення сайту, створення media- та інформаційної продукції тощо. Завдання які висуває сьогодення перед бібліотечною сферою, змушують її працівників звертати особливу увагу на новітні форми діяльності, застосовувати інформаційні, комп’ютерні технології; найновітніші ідеї менеджменту і маркетингу, постійно працювати над саморозвитком і вдосконаленням свої професійних знань, умінь і навичок.

Список використаних джерел :

1. Вовк Н. Новітні маркетингові стратегії просування бібліотечних установ. *Вісник Книжкової Палати*. 2017. № 2(247). С. 7–9.
2. Качанова Е. Ю. Инновационная политика : цели, этапы, методы. URL : http://www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a_uid=48.
3. Матеріали Всеукраїнської науково – практичної конференції директорів обласних бібліотек для дітей «Сучасна бібліотека для дітей – платформа для культурного розвитку громади» 8–10 жовтня 2019 р. URL : <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=8928>

Лук'яненко Олександр

*доктор історичних наук, доцент кафедри культурології
Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка
(м. Полтава)*

ЛЕОН БАТИСТА АЛЬБЕРТІ : ПОГЛЯДИ НА СОЦІУМ КРИЗЬ ПРИЗМУ «ГРОМАДЯНСЬКОГО» ГУМАНІЗМУ

«Наперед знаючи, що ми смертні і що на нас можуть звалитися будь-які нещастя, ми, тим не менш, повинні робити те, що так високо цінували мудреці : працювати, щоб минуле і сучасне принесли користь часові, який ще не настав».
Л. Б. Альберті [1, с. 138]

Леон Батиста Альберті (1404–1472 рр.), «ідеал всебічно розвиненої людини», народився у місті Генуя. Батько хлопця – представник впливової купецької родини – через політичні інтриги був змушений покинути малу батьківщину – Флоренцію.

У 1428 році Альберті закінчив Болонський університет, отримавши ступінь доктора канонічного права. Після цього понад 30 років життя гуманіста (1428–1462 рр.) були пов'язані з роботою у папській канцелярії в Римі. Робота при Святому Престолові не похитнула його світоглядних позицій. Леон Батиста Альберті відомий глибокими гуманістичними переконаннями, які формувалися у гострій боротьбі із середньовічною схоластиком. Саме у таких дискусіях Леон Батиста приходив до ідеї про ідеальну людину : творчо активну, душевно врівноважену, мудру, сповнену розуміння своєї гідності.

Зразком людини-будівничого світу може виступати сам мислитель. Альберті знаний не лише як філософ. Він – талановитий математик, автор першого трактату про шифрограми. Він – вправний архітектор, який спроектував палаццо Ручеллаї та фасад Санта Марія Нова у Флоренції. Леон