

Серія «Економіка»

УДК 658:338.48

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-3\(3\)-136-151](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-3(3)-136-151)

Присяжнюк Оксана Федорівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту організацій та адміністрування імені Миколи Поліщука, Поліський національний університет, 10008, м. Житомир, бульвар Старий, 7, <https://orcid.org/0000-0003-0066-9065>

Плотнікова Марія Федорівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри інноваційного підприємництва та інвестиційної діяльності, Поліський національний університет, 10008, м. Житомир, бульвар Старий, 7, <https://orcid.org/0000-0003-2852-3009>

Муренко Світлана Олександрівна, магістрантка, Поліський національний університет, 10008, м. Житомир, бульвар Старий, 7

РОЛЬ ПРОЄКТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДАМИ КУЛЬТУРИ ТА ЗАПРОВАДЖЕННІ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню переваг проектного підходу в управлінні закладами культури. Визначено, що проектна діяльність у сфері культури – це організаційно-управлінська діяльність, яка здійснюється з метою вирішення проблем культури, зважаючи на часові обмеження. За допомогою проектно-орієнтованого підходу можна досягти поєднання традиційних та новаторських засад у культурі, забезпечуючи різноманіття форм його прояву. У сфері культури можна виділити три типи проектів – внутрішньовідомчий, «проект у середині сфери», соціокультурний. Внутрішньовідомчий проект спрямовується на впровадження змін у структурі управління закладом культури. Проекти у середині сфери акцентують увагу на внутрішні події закладу. Соціокультурні проекти спрямовані на громадськість. З метою активізації подієвого туризму, заклади культури повинні акцентувати увагу на культурні цінності, що є цінними для суспільства. Основними перешкодами впровадження проектного підходу у процес управління закладами культури є низький рівень науково-практичних підходів до проектної діяльності, відсутність кращого зарубіжного досвіду. Роль проектної діяльності у запровадженні подієвого туризму та удосконалення управління у сфері

культури полягає у сприянні співпраці з державними та іншими організаціями, ефективному використанні ресурсів, посиленні гнучкої реакції на зміни. Наведено приклад застосування проєкт-менеджменту у процесі підготовки свята. Такий проєкт має бути спрямований на збереження традицій українського народу. Його метою є посилення культурного потенціалу суспільства. Основна форма втілення проєкту – концерт та видовище. Передумовою досягнення мети проєкту підготовки свята є ефективні PR заходи. Інформаційний привід – концерт. Стратегічні цілі також можуть бути досягнені за допомогою інструментів проєкт-менеджменту. Такими цілями є – збільшення масштабу свята до 2024 року та створення передумов для подієвого туризму. Святкова подія до цього часу перетвориться у загальнонаціональну. У рамках цього видовища гостей пропонується знайомити з історичними подіями, вчити елементам національних танців, гри на музичних інструментах тощо..

Ключові слова: проєкт, подієвий туризм, управління, культура, культурно-масовий захід.

Prysiashniuk Oksana Fedorivna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management of Organizations and Administration named after Mykola Polishchuk, Polissia National University, 10008, Zhytomyr, 7 Saryi Boulevard, <https://orcid.org/0000-0001-8661-2101>

Plotnikova Maria Fedorivna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Innovative Entrepreneurship and Investment Activity, Polissia National University, 10008, Zhytomyr, 7 Saryi Boulevard, <https://orcid.org/0000-0003-2852-3009>

Murenko Svetlana Alexandrovna, master, Polissia National University, 10008, Zhytomyr, 7 Saryi Boulevard

THE ROLE OF PROJECT MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT OF CULTURAL INSTITUTIONS IN THE INTRODUCTION OF EVENT TOURISM

Abstract. The article is devoted to the study of the advantages of the project approach in the management of cultural institutions. It is determined that project activity in the field of culture is an organizational and managerial activity carried out in order to solve cultural problems, given the time constraints. With the help of a project-oriented approach, it is possible to achieve a combination of traditional and innovative principles in culture, providing a variety of forms of its manifestation. In the field of culture, there are three types of projects - internal, "project in the middle

of the sphere", socio-cultural. The interdepartmental project is aimed at implementing changes in the management structure of the cultural institution. Projects in the middle of the sphere focus on the internal events of the institution. Socio-cultural projects are aimed at the public. In order to intensify event tourism, cultural institutions should focus on cultural values that are valuable to society. The main obstacles to the implementation of the project approach in the management of cultural institutions are the low level of scientific and practical approaches to project activities, lack of best foreign experience. The role of project activities in the introduction of event tourism and improving the management of culture is to promote cooperation with government and other organizations, efficient use of resources, strengthening the flexible response to change. An example of the use of project management in the preparation of the holiday is given. Such a project should be aimed at preserving the traditions of the Ukrainian people. Its purpose is to strengthen the cultural potential of society. The main form of project implementation is a concert and a spectacle. Effective PR measures are a prerequisite for achieving the goal of the holiday preparation project. Information occasion - concert. Strategic goals can also be achieved with the help of project management tools. Such goals are to increase the scale of the holiday by 2024 and create conditions for event tourism. The holiday event will still become a national one. As part of this spectacle, guests are invited to get acquainted with historical events, learn the elements of national dances, playing musical instruments and more.

Key words: project, event tourism, management, culture, cultural event.

Постановка проблеми. Наразі Україна робить зусилля для визначення і впровадження найбільш ефективних методів управління сферою культури, одним з яких є проєктний підхід. Проєктна діяльність стає найбільш популярним методом управління, і не тільки в сфері культури, але її обґрунтованість з точки зору методології, організаційно-управлінських форм вимагає як наукового осмислення, так і практичної реалізації, зокрема при впровадженні подієвого туризму

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управлінській діяльності у сфері культури та проєкт-менеджменту присвятили свої праці М. Поплавський, А. Батенко, В. Верба, О. Загородніх, В. Ліщинська, П. Хілл, Р. Холт та інші. Проте проблема запровадження подієвого туризму за допомогою використання проєктного підходу є малодослідженою.

Постановка завдання. Завданням дослідження є визначення ролі проєкт-менеджменту в управлінні закладами культури та впровадженні подієвого туризму.

Виклад основного матеріалу. Сфера культури має свою специфіку і особливості в управлінні проєктами. Проєктний менеджмент є невід'ємною частиною суспільної системи і володіє певною самостійністю з точки зору

творчого процесу. Водночас, специфіка сфери культури створює певні складнощі з позиції її управління і проявляються не лише у формі невтручання у творчий процес, але і у створенні умов для розвитку особистості, а також для відтворення індивідом культурних цінностей з метою подальшого їх поширення та захисту від неправомірних посягань з боку інших осіб.

Проектна діяльність у сфері культури – це організаційно-управлінська діяльність суб'єктів культурної політики, суть якої полягає у розробці системи заходів з метою ефективного вирішення проблем у сфері культури з певними часовими рамками. В основі проектної діяльності вироблені певні механізми, які представлені етапами проекту: 1) аналітичний (проводиться аналіз ситуації у межах конкретної проблеми); 2) концептуалізація (визначається ієрархія цілей і завдання); 3) інструменталізація (відбираються ефективні інструменти, які будуть використовуватися під час здійснення діяльності у реалізації проекту); 4) конкретизація схеми дій (визначаються заходи і складається план їх проведення); 5) бюджетування проекту; 6) виділення критеріїв ефективності реалізації проекту, очікувані показники методи їх оцінки [1]. Можна виділити наступні переваги проектного методу порівняно з традиційним. Проектний метод управління орієнтований на результат діяльності, у якому передбачено вихід за межі регламенту роботи, використання особистих ресурсів тощо з метою отримання результату. У традиційному методі управління для досягнення результату акценти ставляться на процес функціонування, а саме правове, організаційне, кадрове, матеріально-технічне забезпечення цього процесу. У проектному методі – необхідність своєчасного виконання завдання сприяє співпраці між виконавцями, у той час як за традиційного методу виконання завдань частіше є замкненими у підрозділах з урахуванням їх функціоналу, що призводить до відомчого роз'єднання. Необхідно врахувати, що використовуючи проектний метод управління у сфері культури органам державної влади та місцевого самоврядування не варто проектно управління ставити у протиріччя з традиційним. Найоптимальніший варіант у сфері культури – поєднання проектного та традиційного управління. Таке поєднання повинно передбачати використання позитивного досвіду у традиційному управлінні вирішення поточних завдань зі збереженням послідовної оптимізації діяльності, орієнтуючись на сформовані успішні її види. Управління з використанням проектного методу на перший план висуває інноваційні завдання, а особлива увага приділяється не тому, що успішно, а тому, що усвідомлюється як запорука майбутніх досягнень. У разі успішності реалізації проекту, досягнення запланованих результатів, інноваційна технологія втрачає свою унікальність (первинність), набуваючи рис традиційності – вписується у повсякденне життя управлінської діяльності [2].

Проекти у сфері культури можуть реалізовуватися у різних напрямках, і їх можна згрупувати у такі типи: а) внутрішньовідомчий (їх реалізація передбачає

удосконалення роботи управлінських структур або установ культури); б) «у середині сфери» (їх реалізація передбачають впровадження нововведень у організацію культурних заходів, статутну діяльність установ культури, підтримку творчих діячів); в) соціокультурні (їх реалізація спрямована на зміни у соціальному середовищі, тобто поліпшення соціальних показників: зниження рівня злочинності, наркоманії, соціальної напруженості методами і засобами культури) [3].

У багатьох обласних центрах України проєктна діяльність у сфері культури отримала нормативне закріплення. Так, наприклад, у місті Житомир було затверджено Комплексну цільову програму розвитку культури міста "Нова основа культурного розвитку в місті Житомирі на 2018–2020 роки [4]. Дана Програма регламентує умови і порядок управління сферою культури, у тому числі з позиції проєктного підходу, який реалізується виконавчими органами влади, включаючи органи місцевого самоврядування, їх структурні підрозділи. Територіальні органи виконавчої влади районів та окремих громад розробляють власні стратегії розвитку, які включають питання організації, використання коштів бюджету та забезпечення відповідальними особами питань розвитку культури, які передбачені законом [5].

Отже, наразі в Україні створено передумови для появи нових підходів, одним з яких є проєктний підхід. Він закріплює практику партнерства державних структур та неурядових організацій, сприяє збільшенню ресурсного потенціалу сфери культури, прискорює адаптацію організацій та закладів культури до сучасних умов. У цілому проєктний підхід в управлінні сферою культури дозволяє: забезпечити досягнення результатів, які заплановані органами державної влади та місцевого самоврядування; забезпечити дотримання і скорочення термінів досягнення результатів; забезпечити ефективне використання тимчасових, людських і фінансових ресурсів, які виділяються для реалізації проєктів у сфері культури; забезпечити прозорість, обґрунтованість і своєчасність прийнятих рішень через надання актуальної та достовірної інформації про реалізацію проєктів у сфері культури; підвищити ефективність взаємодії між всіма учасниками, у тому числі структурними підрозділами органів державної влади та місцевого самоврядування, а також взаємодія між ними, громадянами, громадськими організаціями і бізнесовими структурами; забезпечити ефективні механізми контролю за реалізацією проєктів у сфері культури; забезпечити можливості прогнозування етапів реалізації проєктів у сфері культури і своєчасно вживати коригуючі заходи. Наведені заходи сприяють запровадженню подієвого туризму, як способу приваблення уваги до певної місцевості та сприяють залученню додаткових фінансових ресурсів, що можуть бути використані на розвиток закладів культури та соціальні цілі.

В межах цього дослідження під проєктом будемо розуміти сукупність заходів підготовки, організації, проведення та контролю реалізації проєктної



діяльності як на підприємстві, так в соціумі у цілому. Сучасні умови спонукають до динаміки культурного процесу, що сприяє формуванню загального потенціалу культури. Заклади сфери культури і мистецтва повинні формувати культурні цінності, які відповідають актуальним потребам суспільства і спрямовані на їх задоволення на високому художньо-естетичному рівні. Підвищення загальнокультурного і загальноосвітнього рівня населення сприяє глибокому розумінню проблем національного і культурного відродження. Пріоритетні напрямки розвитку культури визначаються шляхом ратифікації міжнародних документів [6,7], прийняття Законів України [5,8], розробки державної політики у сфері культури і цільових державних програм.

У ст. 11 Конституції України зазначено: «Держава сприяє консолідації та розвитку української нації, історичної свідомості, традицій і культури, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України» [9]. Відновлення і розбудова Української держави мають бути пов'язані із відродженням і наступним розвитком національної культури. Історичний досвід переконливо засвідчує, що без пріоритетного підняття авторитету і можливостей культури та духовності стає нонсенсом сама ідея міцної держави [10]. Тому основою політики держави у сфері культури повинна бути орієнтація на національну культуру (рис. 1). Справа у тому, що людина у суспільстві перебуває на перетині матеріального і духовного начал, а також сама є синтезом цього перетину, що становить особливу соціокультурну сутність.

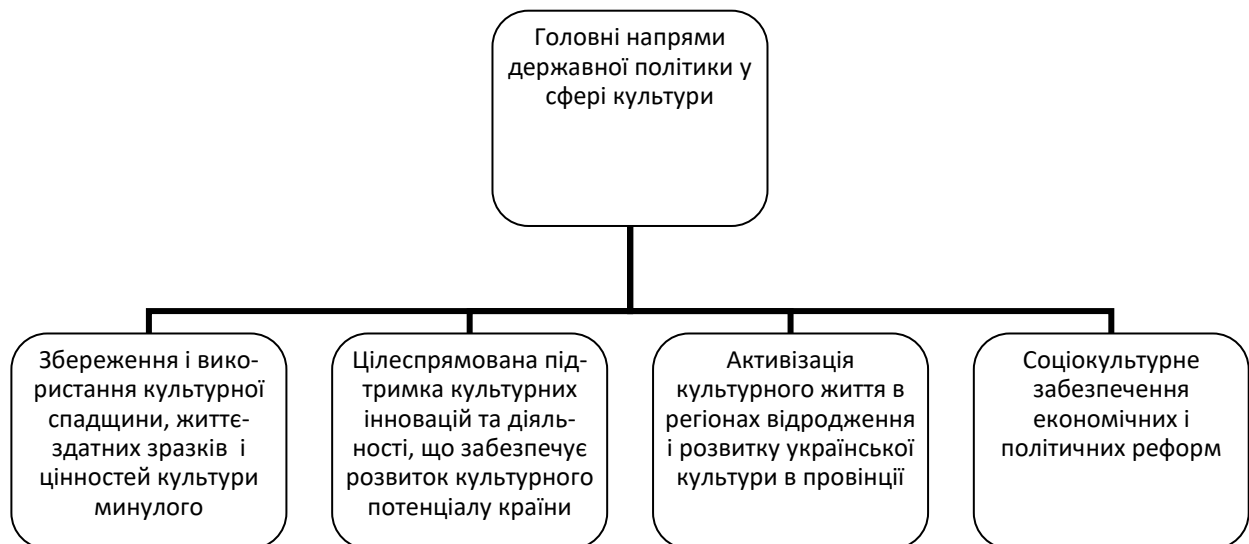


Рис. 1. Головні напрями державної політики у сфері культури
Джерело: сформовано на основі [10].

Таким чином, культура також є продуцентом і виробництво, у якому продукується як сама людина, так і вищі цінності у всій глибині її визначень. Тому проблема насичення дозвілля населення, просвітництво, інтелігентність, вихованість, вищі цивілізаційні зразки та цінності стають одним з центральних питань розвитку соціуму, особливо якщо мова йде про молоде покоління, якому належить прийняти на свої плечі весь тягар економічної, соціальної, екологічної, технологічної розбудови України. Підготовка та проведення святкових культурно-масових заходів зосереджують увагу молоді на символічних ознаках національного світогляду і світорозуміння, а також сприяють самоусвідомленню та самовизначенню особистості [10].

Отже, в основу підготовки та проведення культурно-масових заходів має бути покладений баланс між відкритістю новому і збереження традиційних національних цінностей, який сприятиме забезпеченню зростання культурного потенціалу суспільства та його стабільності.

Принципи створення структури проекту культурно-масового заходу полягають у виявленні духовного змісту та сутності його функціонально-культурних завдань, пошуку художнього образу та форми його вираження. Для забезпечення стабільного соціально-педагогічного ефекту функціонування проекту необхідно використовувати закони внутрішньої побудови традиційних видовищних форм та досвід сучасної видовищної практики.

Формотворчий процес проекту культурно-масового заходу повинен керуватися такими принципами як рівноправна співучасть учасників у процесі створення заходу, й у виконавчому процесі структурна відповідність заходу його педагогічній ефективності та включеність видовищної масової форми в культурну традицію. Проект організації культурно-масового заходу «Свято Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва» повністю відповідають вищевказаним принципам формотворчого процесу.

Для втілення основної ідеї свята була обрана концертно-видовищна форма, яка визначається особливим духовним наповненням, обумовленим прилученням до вищих цінностей соціуму та безмежними творчими можливостями. За допомогою синтезу мистецтв, використовуючи систему культурних символів і традицій, планується досягнення головної задачі культурно-масового заходу – його видовищності. Реалізації цієї задачі сприяє включення у концертну програму номерів виконавців творів різного жанру, а саме: сольне вокальне виконання, ансамблеве виконання вокальних та інструментальних творів, виконання танцювально-хореографічних композицій, театралізовані сценки та імпровізації. Робота звукорежисерів, художників-оформлювачів та представників аудіовізуального мистецтва органічно сприяє досягненню видовищної ефективності заходу. Робоча структура заходу наведена на рис. 2.

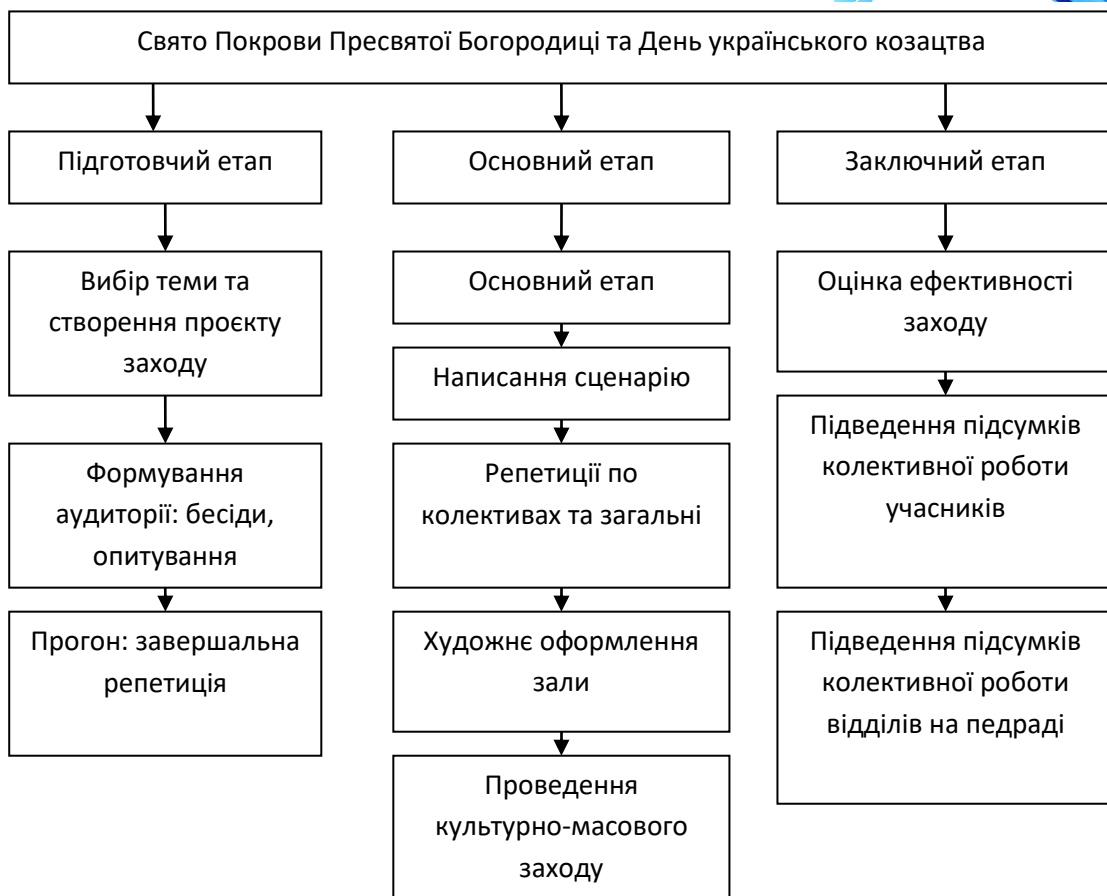


Рис. 2. Робоча структура проекту культурно-масового заходу
Джерело: власні дослідження.

Паблік рілейшнз (*PR*) як одна зі складових підготовчого етапу є одним з досить ефективних методів залучення уваги суспільства до культурно-духовних цінностей та діяльність організацій. Організаційно виважено підготовлена *PR*-кампанія дозволяє створити і підтримувати «ефект присутності» для проведеного заходу з мінімальними витратами. Кожен такий захід передбачає реалізації низки послуг: згадка назви Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка (як ініціатора, організатора та реалізатора), його емблеми, символіки заходу «Свята Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва»; інформаційне повідомлення про Житомирський фаховий коледж культури і мистецтв ім. І. Огієнка та Свято Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва (для чого розробляються відповідні флаери, афіші, рекламні ролики; стаття або репортаж, присвячені діяльності Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка та Святу Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва і місцевих (міських та обласних) ЗМІ; інтерв'ю з керівниками Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка; організація прес-конференцій з керівництвом Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв



ім. І. Огієнка та організаторами заходу із залученням журналістів провідних газет, журналів, телекомпаній та радіостанцій, Інтернет-видань та каналів; складання та розсилка прес-релізів, в яких повідомляється про діяльність Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка; моніторинг всіх матеріалів, що виходять на замовлення Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка у засобах масової інформації. Взаємодія з громадськістю передбачає такі заходи: проведення кожного заходу супроводжується висвітленням всіх подій у ЗМІ; системне охоплення аудиторії через освітньо-виховний процес, взаємодію з громадянським суспільством (семінари, прес-конференції, презентації, творчі зустрічі та благодійні акції), що покликано максимально повно сприяти інформуванню потенційної цільової аудиторії у регіональних засобах масової інформації; формування привабливого іміджу Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка та заходів, які ним проводяться, зокрема Свята Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва; розробка та проведення рекламно-інформаційних кампаній.

Враховуючи заплановані зростаючі масштаби проведення заходу Свята Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва як символу національної культури та духовності необхідним є залучення нових учасників, спонсорів, меценатів і інвесторів, що розкриває нові напрямки PR робота зі зв'язків з державними установами та громадськими організаціями ("*public affairs*"), побудова відносин з засобами масової інформації "*media relations*", управління корпоративним іміджем "*corporate affairs*", закріплення кадрів, створення хороших відносин з персоналом "*employee communications*", створення сприятливого образу особистостей "*image making*", управління процесом адекватного сприйняття аудиторією повідомлень "*message management*", громадська експертиза "*public involvement*", взаємини з інвесторами "*investor relations*", управління кризовими ситуаціями "*crisis management*". У зв'язку із розширенням кола обов'язків крім проектного-менеджера пропонується задіяти на окремі заходи PR-агентства, а у перспективі організувати PR-підрозділ на базі Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка, який буде займатися організацією та проведенням PR-діяльності, формуючи оптимальний комунікативний простір зі стейкхолдерами, – суб'єктів соціальної взаємодії.

Зважаючи, що будь-яка соціальна діяльність є об'єктом управління та частиною навколишньої дійсності (в тому числі і соціальної), яка піддається цілеспрямованому впливу з боку суб'єкта за допомогою певних засобів, PR покликані скеровувати громадською думкою. У прагматичній моделі PR-комунікації підпорядковані інтересам організації. Метою нашого проєкту є орієнтація на інтереси громадськості, що на відміну від пропагандистської комунікації покликано сприяти подоланню кризових ситуацій. Така модель PR-комунікації є пріоритетною для розвитку і функціонування Житомирського

фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка, створюючи публісیتی, позитивний імідж організації та позитивну громадську думку [7]. Описані заходи дозволяють оцінити витрати, пов'язані з реалізацією планових культурно-масових заходів (табл. 1).

Таблиця 1

Загальні витрати для організації Свята Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка

Заходи	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2022 р. до 2019 р. (+/-)
Заробітна плата викладачів	8092	8766	9036	944
Витрати на роздаткові матеріали та канцелярію	4400	4767	4913	513
Ква-брейк	7000	7583	7817	817
Відшкодування транспортних витрат для учасників не з м. Житомир	4000	4333	4467	467
Оренда музичного та мультимедійного обладнання	1600	1733	1787	187
Амортизаційні відрахування на інструменти та обладнання	240	260	268	28

*Проектні дані.

Джерело: власні дослідження.

Ефектом в результаті реалізації проєкту буде зростання чисельності молоді, яка цікавиться і впроваджує у власне життя національно-патріотичні та духовно-культурні цінності щорічно на 10%. На початковому етапі (2021 р.) організація культурно-масового заходу Свята Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва організовано на базі одного відділу Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка, у 2022 р. – кількість учасників зростає до всіх відділів, у 2023 р. захід проводиться за сприяння Житомирської міської ради, а у 2024 р. – як загально обласний захід із включенням його у ходи, які проводяться спільно з Департаментом культури, молоді і спорту Житомирської ОДА, а також освітньо-виховних закладів області. Організація саме такої події пов'язана з профілем діяльності Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка як натхненного центру виховання молоді. Це може бути передумовою для впровадження подієвого туризму.

Гостей на вході зустрічатимуть студенти, вбрання яких відтворює всі часи української армії від років козацтва до нашого часу. Вхід на захід для запрошених вільний. До послуг гостей буде надано широкий вибір старовинних і сучасних костюмів в прокат за ціною від 100 грн / фото, а також організовано



20 фотозон. Протягом дня також можна замовити фотосесію вартістю 200 грн/год. Всім учасникам буде запропоновано безкоштовне частування. Додаткові страви будуть оплачуватися за преїскурантом. Слід зазначити, що всі зібрані кошти підуть на благодійні цілі, що також буде висвітлено в ЗМІ. Відчуття абсолютної достовірності створюється за рахунок ретельного відтворення всіх деталей епох розвитку і становлення української державності завдяки артистам, декораціям, гастрономії, костюмам, музиці і розвагам. А найголовніше – кожен гість стає не просто глядачем, але повноправним актором і учасником феєрії. Він потрапляє в створений сценарій, де може або спостерігати за всім, що відбувається, або діяти на свій розсуд в пошуку пригод.

Передбачається знайомство з етикетом, традиціями, музикою, літературою, танцями. Гостей познайомлять з історією, навчать танцювати, грати на музичних інструментах, доторкнутися до історичної зброї. Учасники заходу розважатимуться так само, як це робили сучасники відповідних епох., представлених у павільйонах. Дівчатам і юнакам викладуть уроки спілкування, складання державних документів, навчать мови, спілкування з протилежною статтю, майстерності виступати на публіку. У концертній частині візьмуть участь хор, інструментальний оркестр, солісти-вокалісти, танцюристи. Таким чином, програма Свята Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва включатиме такі перелік заходів: 1) страви української кухні; 2) жива музика; 3) національні танці різних епох; 4) фотозони; 5) театральні вистави; 6) інсценування подій різних часів, у яких можуть брати участь гості як головні учасники; 7) державні документи та пошта (у тому числі можна підготувати сувенірний лист на старовинний лад і презентувати собі чи комусь гостей); 8) спеціальне меню від шеф-кухаря. Протягом усього заходу йде професійна зйомка і два тижні по тому кожен гість отримує в подарунок копію з фільмом про незабутню подію. Сам захід триватиме до пізнього вечора, завершуючись салютом. У розпорядження гостей будуть надані кінні екіпажі. Подія цілеспрямовано створена як *PR*-подія і має на меті привернути увагу ЗМІ, сприяти формуванню позитивної громадської думки про історію та культуру і підвищити інтерес молоді до духовності. Крім того, захід має велике значення для розширення кола знайомств, ведення ділових переговорів і укладення угод.

Базовим суб'єктом *PR* виступає Житомирський фаховий коледж культури і мистецтв ім. І. Огієнка. Основні групи громадськості (учасники заходу) представлені закладами освіти та виховання, працівниками ЗМІ, відомими діячами культури і мистецтва області та України, а також акторами театру, танцювальних ансамблів, знаменитих артистів і зірок шоу-бізнесу та інших представників закладів, де будуть працевлаштовані студенти. З метою підтримки відносин з державними органами влади та структурами місцевого самоврядування доцільно запросити їх до участі у заході. Для цього попередньо розсилаються іменні запрошення персонально на кожного учасника.

Головним інформаційним приводом PR-кампанії Свята Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва стане концерт. З метою широкого інформаційного висвітлення заходу необхідно привернути увагу працівників ЗМІ. Деяких журналістів потрібно запросити, не стягуючи з них плату за костюми та частування. Додатковою мотивацією для журналістів є присутність серед гостей знаменитих особистостей, публічне життя яких також не залишається без уваги папараці. Наше завдання створити новину, яка зможе потрапити в усі ЗМІ безкоштовно. Проведення грандіозного заходу стане оригінальною і цікавою подією навіть для столиці нашої країни.

1. Привернути увагу ЗМІ можна шляхом розсилки прес-релізів. Вони будуть розсилатися по електронній пошті і факсу у відділ новин. Також буде здійснюватися розсилка головним редакторам і рядовим журналістам. Прес-реліз є основним жанром PR-тексту, що містить призначену для преси актуальну оперативну інформацію про подію. Обов'язковим доповненням до прес-релізу є бекграундер-жанр PR-тексту, який представляє розширену інформацію поточного характеру про Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв ім. І. Огієнка [8].

Для створення об'ємного інформаційного поля про захід необхідно залучити телебачення. Умовою цього є видовищність події. Історичні інсталяції, костюмовані танці володіють досить цікавим видовищним рядом. Багато відомих особистостей у відповідному вбранні, розкішне оздоблення приміщення, старовинні танці, традиційні церемонії, запряжені кіньми брички, живий музичний супровід і безліч інших барвистих моментів неодмінно привернуть увагу. Слід зазначити, що на відміну від рекламної діяльності, робота по створенню і підтримці громадських зв'язків повинна вестися безперервно і комплексно

Трикутник проектного менеджменту добре описує існуючі у проекті обмеження, завданням управління якими є функціональним обов'язком проектного менеджера. Однак, саме до сфери культури і креативних індустрій характерною є ситуація, коли менеджер проекту є багатифункціональним фахівцем з широким спектром повноважень та компетенцій. До його функцій відносять: 1) управління комунікаціями між усіма стейкхолдерами, у тому числі членами команди, зовнішніми зацікавленими сторонами та звітність; 2) управління талантами (творчими людьми – організація їх роботи, менторство і мотивація); 3) управління зацікавленими сторонами (усіма, хто зацікавлений або не зацікавлений у проекті і може на нього вплинути – населення, представники громадських організацій, спонсори, ЗМІ, органи влади); 4) до специфіки сфери культури до питань керування проектом можна віднести – наповнення базових параметрів контентом, постійний моніторинг та зміни, гнучкість щодо цілей та завдань; 5) не менш важливою за управління інформацією є тайм-менеджмент – дотримання часу, дотримання графіку

проекту; 6) бюджетування – управління витратами, фінансовими ресурсами та вартостями у межах проекту; 7) *Q-management* – становлення критеріїв якості, їх моніторинг та контроль щодо відповідності визначеним параметрам; 8) ризик-менеджмент – оцінка ризиків, ступеня їх впливу та наслідків, розробка стратегії зниження негативних наслідків; 9) підсумковий контроль реалізації проекту, моніторинг сіх етапів, ресурсів, процесів, наслідків, їх координації у межах визначених завдань проекту. Отже, лідерські якості, впевненість в собі і своїй справі, аналітичні здібності, самоорганізація і бажання братися – ключові характеристики проєктного менеджера. Йому також необхідно володіти знаннями із менеджменту та проєктної діяльності, розуміти специфіку креативних індустрій, володіти іноземною мовою, вміти працювати з людьми і вести переговори вміти бачити картину у цілому і аналізувати її [11].

Поліпшення роботи з клієнтами, наразі у їх якості відвідувачі культурно-масових заходів передбачає таке: 1) управління ресурсами (мінімізацію витрат та максимізацію ефектів за одночасного досягнення охоплення якомога ширшої аудиторії, популяризації позитивного досвіду та усунення виявлених недоліків); 2) облік часу і бюджетування; 3) створення звітів (це можуть бути мобільні додатки, окремі сайти, налаштована система комунікації за рахунок поширених месенджерів, ботів, соціальних мереж тощо та обмін даними з клієнтами завдяки ним – особливо посилюється цей ресурс на момент карантинних заходів, коли практично всі учасники культурно-масових заходів «перемістилися онлайн»); 4) захист конфіденційних даних. Для корпоративних структур (наразі більшість компаній окрім своєї діяльності реалізує практику інформаційної роботи з реальними та потенційними стейкхолдерами, у тому числі у форматі культурно-масових заходів або як формат розширення партнерської мережі). Для таких команд важлива безпека і взаємодія із зацікавленими сторонами та здатність постійно комунікувати (залишатися на зв'язку з клієнтами, зберігати документації не та інше, у тому числі за допомогою ЗМІ, підтвердження факту, формату, методів та форм проведених заходів як елемент контролю та забезпечення повторної комунікації з партнерами за одночасної безпеки та ефективності взаємодій).

Отже, головною рушійною силою у цьому випадку виступає кадрова робота, коли представник компанії виступає основним транслятором її позиції, а допоміжним засобом інтуїтивно зрозуміле планування проєктів на вищому рівні за допомогою календарів, діаграми Ганта, канбан-дошки тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Проєктна діяльність у сфері культури пов'язана з підвищенням ролі культури в системі соціально-економічних перетворень, переосмисленням цілей і завдань культурної політики, її пріоритетів і засобів їх досягнення. Під проєктною діяльністю у сфері культури розуміємо організаційно-управлінську діяльність суб'єктів культурної політики, спрямовану на розробку комплексу заходів, що сприяють

ефективному вирішенню актуальних культурних проблем в умовах визначених часових рамок. Як спосіб організації, виявлення та збільшення ресурсного потенціалу сфери культури, засіб взаємодії з органами влади, громадськістю та партнерами, проєктна діяльність є специфічною формою регулювання соціокультурних процесів. Проєкт як самостійна унікальна та особлива форма організації соціокультурного процесу спонукає до координації всіх видів наявних ресурсів за децентралізованої діяльності у сфері культури, забезпечення держано-приватного партнерства. Він виступає як ефективна модерна модель менеджменту у сфері культури.

Факторами, які перешкоджають успішному впровадженню проєктного підходу у соціокультурну практику, є, насамперед, недостатня увага щодо розробки наукових та практичних підходів до проєктної діяльності у сфері культури, освіти та виховання, відсутність досвіду інтеграції кращих зарубіжних та вітчизняних зразків проєктного підходу.

Виділяючи проєктну діяльність як особливий вид організаційно-управлінської діяльності суб'єктів культурної політики, ми дійшли висновку, що проєктна діяльність впливає на розвиток культурного різноманіття; сприяє інтеграції суб'єктів культурної діяльності; активізує взаємодію різних суб'єктів у сфері реалізації культурної політики. Використання інноваційних проєктних технологій у процесі реалізації проєктів у сфері культури виявили суспільні потреби з урахуванням еволюційних змін та з урахуванням тенденції до розширення цільового сегмента впливу, активізувати зворотний зв'язок із суб'єктами культурної політики, сформувати інформаційно-комунікаційний культурний простір, збільшити системну ефективність культурної діяльності. Управління проєктами закріплює практику партнерства між державним, приватним та некомерційним секторами; сприяє залученню додаткових ресурсів у сферу культури, прискорює адаптацію організацій та закладів культури до сучасних умов. Ми визначили специфіку проєкту як організаційно-управлінської форми культурної діяльності – його фінансову та організаційну гнучкість; відсутність посилення на певні заклади культури; орієнтація на соціокультурні результати, що дозволяє адекватно вирішувати проблеми соціокультурної сфери в контексті трансформацій.

На прикладі досвіду підготовки та проведення культурно-масового заходу “Свято Покрови Пресвятої Богородиці та День українського козацтва” на базі Житомирського фахового коледжу культури і мистецтв імені Івана Огієнка проілюстровано проєктний підхід у соціокультурній практиці як підтримку локальної (але виключно необхідної) культурної активності; залучення уваги до актуальних проблем соціокультурного розвитку.

Література:

1. Бала О. І., Мукан О. В., Бала Р. Д. Принципи корпоративної культури підприємства: сутність та види. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2010. № 682. С. 11–15.
2. Wrike – Офіційний сайт продажу продуктів компанії URL: <https://www.wrike.com/>
3. Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми забезпечення всебічного розвитку і функціонування української мови як державної в усіх сферах суспільного життя на період до 2030 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 травня 2021 р. № 474-р Київ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/474-2021-%D1%80#Text>
4. Комплексна цільова програма розвитку культури міста "Нова основа культурного розвитку в місті Житомирі на 2018–2020 роки", затвердження із змінами і доповненнями, внесеними рішеннями Житомирської міської ради у редакції від 7 лютого 2019 року N 1348. URL: <https://ips.ligazakon.net/docum ent/ZI170299>
5. Про культури: Закон України 2778-VI у редакції від 02.10.2021 Відомості Верховної Ради України. 2011. №24. ст. 1668. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#n264>
6. Конвенція про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження. Конвенцію ратифіковано Законом N 1811-VI (1811-17) від 20.01.2010. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_008#Text
7. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. Про приєднання до Конвенції див. Закон N 132-VI (132-17) від 06.03.2008. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text
8. Про театри і театральну справу. Закон України 2605-IV у редакції від 02.10.2021. Відомості Верховної Ради. 2005. № 26. ст. 350. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2605-15#Text>
9. Конституція України. Закон України 254к/96-ВР у редакції від 01.01.2020. Відомості Верховної Ради України. 1996. №30. ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
10. Поплавський М. Менеджер культури: підручник. МП «Лес», 1996. 416 с.
11. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.

References:

1. Bala, O.I., Mukan, O.V, & Bala, R.D. (2010). *Pry`ncy`py` korporaty`vnoyi kul`tury` pidpry`emstva: sutnist` ta vy`dy`*. [Principles of corporate culture of the enterprise: essence and types.]. *Visny`k Nacional`nogo univerty`tetu «L`vivs`ka politexnika» - Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, 682, 11–15 [in Ukrainian].
2. Wrike – Oficijny`j sajt prodazhu produktiv kompaniyi [Wrike - The official site for selling the company's products]. Retrieved from <https://www.wrike.com/> [in Ukrainian].
3. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny` «Pro sxvalennya Konceptsiyi Derzhavnoyi cil`ovoyi nacional`no-kul`turnoyi programy` zabezpechennya vsebichnogo rozvy`tku i funkcionuvannya ukrayins`koyi movy` yak derzhavnoyi v usix sferax suspil`nogo zhy`ttya na period do 2030 roku» [Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Concept of the State target national and cultural program to ensure the comprehensive development and functioning of the Ukrainian language as the state language in all spheres of public life for the period up to 2030"]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/474-2021-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
4. Kompleksna cil`ova programa rozvy`tku kul`tury` mista "Nova osnova kul`turnogo rozvy`tku v misti Zhy`tomu`ri na 2018–2020 roky`", zatverdzhennya iz zminamy` i dopovnennyamy`, vneseny`my` rishennyamy` Zhy`tomu`rs`koyi mis`koyi rady` u redakciyi vid 7

lyutogo 2019 roku N 1348. [Comprehensive target program for the development of the city's culture "New basis for cultural development in the city of Zhytomyr for 2018-2020", approval with changes and additions made by the decisions of the Zhytomyr City Council in the wording of February 7, 2019 N 1348]. Retrieved from <https://ips.ligazakon.net/document/ZI170299> [in Ukrainian].

5. Zakon Ukrainy` «Pro kul'tury`» [Law of Ukraine "On Cultures"]. (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#n264> [in Ukrainian].

6. Konvenciya pro oxoronu ta zaوخochennya rozmayittya form kul'turnogo samovy`razhennya [Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions.] Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_008#Text [in Ukrainian].

7. Konvenciya pro oxoronu nematerial`noyi kul`turnoyi spadshhy`ny`. [Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage.] Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text [in Ukrainian].

8. Zakon Ukrainy` «Pro teatry` i teatral`nu spravu» [Law of Ukraine "On Theaters and Theater Business"] (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2605-15#Text> [in Ukrainian].

9. Konstytuciya Ukrainy` [Constitution of Ukraine] (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].

10. Poplavsky, M. (1996). Menedzher kul'tury` [Manager of culture]. Kyiv: MP «Les» [in Ukrainian].

11. Balabanova, L. V, & Sardak, O. V. (2011). Upravlinnya personalom [Personnel management]. Kyiv: Centr uchbovoyi literatury` [in Ukrainian].