

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОК В РОССИИ. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУЗЕЕВ

Нигматуллина Г.Р.

*студентка 2-го курса факультета менеджмента,
стажер-исследователь Лаборатории экономики культуры
НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург*

Abstract. Community development is accompanied by the development of all public institutions, which implies the need for innovation in many areas of life. The interaction of innovation and management of exhibition programs is an interesting symbiosis of modern times.

Внедрение управленческих инноваций в деятельность музеев и выставочных комплексов является интереснейшим симбиозом нового времени, а также актуальным объектом исследований. К таким инновациям мы относим внедрение принципов процессного управления, реализацию проектного менеджмента в деятельности музеев, развитие методов стратегического управления.

Эти инструменты в системе управления в настоящее время достаточно мало освоены в российской музейной практике и являются предметом актуальных исследований Г. Арта, Б. Лорда, В. Золберга, В. Матвеева, М.В. Матецкой и др.

В докладе рассматриваются вопросы совершенствования системы управления в музее, основные механизмы разработки стратегии развития, построения системы стратегического планирования.

Стратегическое планирование определяет цели организации, учитывая будущие изменения внешней среды, от 5 до 15 лет и также определяет, какие действия должны выполнить сотрудники для достижения этих целей [Востряков, 2004].

Разработка стратегического плана — индивидуальный процесс для каждой организации, но существует ряд обязательных пунктов, которые следует выполнить менеджеру организации, разрабатывая стратегический план:

- определение миссии и целей организации;
- анализ внешней среды с точки зрения открывающихся возможностей и существующих опасностей для развития музея;

- анализ внутреннего положения организации, ее сильных и слабых сторон;
- определение общего направления развития и разработка стратегии, соответствующей установленным целям музея;
- уточнение потребности в финансовых ресурсах и экономических показателей;
- механизм мониторинга и оценки эффективности работы музея.

Цель музейного управления можно описать так: облегчение принятия и содействие исполнению решений, которые направлены на осуществление миссии музея, исполнение полномочий учреждения, а также реализация целей и задач, которые соответствуют различным функциям музея [Лорд, 2002. С. 7].

Иногда цели могут противоречить друг другу. Таким образом, согласование всех компонентов целевой структуры музея — важнейшая задача менеджмента. К примеру, целями деятельности Эрмитажа являются:

- а) осуществление культурно-просветительской, научно-исследовательской и образовательной деятельности;
- б) хранение музейных предметов и музейных коллекций;
- в) выявление и собирание музейных предметов и музейных коллекций;
- г) изучение музейных предметов и музейных коллекций;
- д) публикация музейных предметов и музейных коллекций⁵.

Особое внимание уделено реализации принципов проектного менеджмента в деятельности музея. Для этих целей автором рассматривается кейс-стади «Организация выставок как пример проектного управления в деятельности музея» на примере Государственного Эрмитажа.

«Основой музейной деятельности в любой области должно быть понятие проекта — уникальное понятие конца XX века: в рамках системы проектов может быть достигнуто новое качество дифференциации научных исследований и выставок по тематике, характеру, методу, может быть реализовано межструктурное взаимодействие, предполагающее методологический

⁵ Устав Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Государственный Эрмитаж».

элект
ственн
тура +
аспира
[Гиме

Из

вацию,
к коли

выдели

включа

проспе
нация

формат
оценка

Внед
мушест

заданн

Упра
ся опре

нение пр

показате

а также

лям резу

Успех

решающ

вается, т

ство рабо

стве мето

календар

календар

1. Восст

логия куль

2. Гимел

ральной ре

ного образа

эkleктизм, междисциплинарность, многозадачность. Художественному музею следует отказаться от жесткой схемы «структура + функция» в пользу схемы «процесс + проект», полагает аспирант факультета политологии СПбГУ Я.Г. Гимельштейн [Гимельштейн, 1997].

Из этого следует, что выставку можно рассматривать как инновацию, как пример реализации проектного менеджмента, что ведет к количественному и качественному улучшению. Также следует выделить, что процесс организации выставки — сложный процесс, включающий следующие этапы: формирование концепции; план-проспект (выставочный бриф); эскизное проектирование (комбинация проекций и эскизов); детальное проектирование; оценка формата выставки; сооружение и монтаж; подготовка к вернисажу; оценка результатов работы.

Внедрение проектного менеджмента обеспечивает такие преимущества, как точное достижение согласованных целей в точно заданных временных диапазонах.

Управление проектом — трудоемкий процесс, который является определенным видом деятельности, направленной на выполнение проекта с наилучшими качественными и количественными показателями в условиях ограниченности во времени, в ресурсах, а также при ограничениях по каким-либо техническим показателям результатов проекта.

Успех проекта во временном ограничении зачастую является решающим показателем, так как если реализация проекта затягивается, то происходят и дополнительные расходы ресурсов, и качество работ оставляет желать лучшего. Таким образом, в большинстве методов управления проектами основное внимание уделяется календарному планированию работ и контролю над соблюдением календарного графика.

Литература

1. Востряков Л. Современный музейный менеджмент. Архангельск: Экология культуры, 2004. 6 с.
2. Гимельштейн Я.Г. Управление образами: креатив как принцип либеральной реформы современного художественного музея. В поисках музейного образа. Материалы научной конференции. СПб., 2007. 137 с.

3. *Либерзон В.* Управление проектами. М., 1997. С. 42.
4. *Лорд Б.* Менеджмент в музейном деле. М.: Логос, 2002. 254 с.
5. *Майлз Р.* Планирование — основной инструмент менеджмента. М.: Прогресс-Традиция, 2001. 127 с.
6. *Матвеев В.Ю.* Эрмитаж провинциальный, или империя Эрмитаж. СПб.: Славия, 2011. 333 с.
7. *Пайн II Дж.-Б., Гилморт Дж.-Х.* Экономика впечатлений: работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М.: Вильямс, 2005. 200 с.
8. *Тульчинский Г.Л., Герасимов С.В.* Менеджмент специальных событий в сфере культуры. СПб.: Лань, 2010. 132 с.

А
probl
impro

В
потр
шим
госу
зрен
В да
прав
ного
В
пери
прав
перво
на зл
верж
спец
гласн
гражд
лицом
нов, 2
цани
право
прин
тивоп
произ
собой
как о