

Однак, незважаючи на можливі відмінності у вирішенні питань адаптування до ринкових умов окремих виробників, маркетингологами на підприємствах мають бути створені умови для всебічної узгодженості дій структурних підрозділів щодо забезпечення ефективної товарної політики, оскільки саме це забезпечує гарантії збереження та розвитку організацій як соціально-економічних систем.

Отже, маркетинг, як система діяльності, має свої напрями, методи, цілі та завдання реалізації. Провідним напрямом маркетингової діяльності підприємств-виробників товарів, послуг вважається проведення ефективної політики щодо якості та асортименту продукції, формування цін, організації збуту й комунікацій. Головними методами, які використовують фахівці, працюючи з ринком, є: облік, аналіз, моделювання, прогнозування, проектування та коригування процесів. Маркетингова система підприємства спрямована на комплексне й всебічне розв'язання таких завдань:

- глибоке дослідження ринку;
- вивчення потенційного попиту та тенденцій його розвитку;
- планування товарного асортименту;
- розроблення конкурентоспроможної цінової політики;
- планування та здійснення збуту;
- своєчасне адаптування системи управління маркетингом відповідно до ринкових вимог.

СЕКЦІЯ:
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІСТОРІЇ, МУЗЕЄЗНАВСТВА
ТА ПАМ'ЯТКОЗНАВСТВА

М. Тортіка

**ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА СПЕЦИФІКА ЕКСПОЗИЦІЙНОЇ РОБОТИ В МУЗЕЯХ
ІСТОРИЧНОГО ПРОФІЛЮ РЕСПУБЛІКИ БОЛГАРІЇ
(НА ПРИКЛАДІ МУЗЕЮ АРХЕОЛОГІЇ НАІМ)**

М. Tortika

**STAGES OF FORMATION AND SPECIFICITY OF EXPOSITION WORK
IN THE MUSEUMS OF THE HISTORICAL PROFILE OF THE REPUBLIC
OF BULGARIA (ON THE EXAMPLE OF NAIM, THE MUSEUM OF ARCHEOLOGY)**

Ідею створення в Болгарії музейної інституції національного рівня слід віднести аж до сорокових років XIX ст. Далі, вже у 1869 р., більш конкретно, у межах статуту Літературного товариства (майбутня БАН, Товариство почало працювати в Софії тільки після проголошення незалежності Болгарії, тобто у 1878 р.), подібна ідея вперше прозвучала як цілком слушна та стратегічна. Саме на цій основі, в умовах війни та подальшого звільнення Болгарії, тобто в рамках тимчасового управління 1877/1879 рр., була сформована та почала функціонувати центральна Публічна бібліотека, при якій було створено спеціальний музейний відділ. Спочатку в контексті діяльності такого відділу йшло накопичення первинного музейного фонду, формування якого відбувалося, насамперед, шляхом дарування. Потім процес створення музейних колекцій став більш усвідомленим, оскільки до формування національної бази культурної спадщини приєдналися освітні установи, за ініціативи

яких до Софії почали відправляти всі матеріали, що становили будь-яку історичну та культурну цінність. Нарешті, у 1892 р. прийнято рішення про формування самостійної музейної установи з науково-дослідницькими та популяризаторськими завданнями, що й закріпив спеціальний указ князя Фердинанда, підписаний 1 січня 1893 р.

Спочатку загальна музейна колекція включала природничий (природознавчий) відділ, відділ старожитностей та етнографічний відділ. Згодом природознавчий та етнографічний відділи набули самостійного статусу (сьогодні це національний етнографічний та національний природничо-науковий музеї), тоді як на базі колекції старожитностей почав формуватися національний археологічний музей, який зараз існує як автономна публічна та наукова структура. У зв'язку з цим слід підкреслити, що більшість болгарських музеїв національного рівня сьогодні є частиною профільних академічних інституцій. Іншими словами, можна сказати, що фактично при Болгарській академії наук (БАН) було створено профільні музейні установи, які, з одного боку, структурно пов'язані з адміністративною вертикаллю профільних науково-дослідних інститутів, а з іншого, вони існують як частина адміністративно-управлінської структури БАН.

Такий підхід, безумовно, не міг не вплинути на специфіку експозиційної стратегії національних історичних музеїв Болгарії. Аналізуючи приклад експозиційного будівництва археологічного музею при Національному інституті археології БАН (НАИМ), перш за все слід зазначити його підкреслено історико-академічний характер.

Водночас сучасний туристичний напрям в економічній політиці Республіки Болгарія вимагає максимального припливу туристів не лише на узбережжя, а й до столиці країни. У цьому контексті комплексний метод побудови експозиції виявляється зручним як для широкого показу музейних колекцій потенційній музейній аудиторії, так і для поглибленого вивчення історико-культурних артефактів профільними фахівцями. Різні за хронологією археологічні пам'ятки ретельно вивчаються співробітниками профільних відділів, проте при експонуванні різні за хронологією, але близькі за типологією пам'ятки комплексно заповнюють музейні (туристичні) локації, які в такому контексті переслідують більш популяризаторські, ніж академічні цілі. Таким чином характер комплексного музейного будівництва, частково продиктований історією формування національної музейної мережі в Болгарії, а частково потребами менеджменту в гуманітарній сфері, виявляється зорієнтованим на завдання широкого туристичного показу. Усе це не применшує значення національних археологічних колекцій, а лише вказує на особливу специфіку їх вивчення та особливості музейного показу.

С. Гаврилюк

РОЛЬ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ЗАПОВІДНИКІВ УКРАЇНИ В ПАМ'ЯТКООХОРОННІЙ СПРАВІ

S. Havryliuk

THE ROLE OF HISTORICAL AND CULTURAL RESERVES OF UKRAINE IN LANDMARK PROTECTION

Історико-культурним заповідникам належить вагома роль в охороні культурних надбань українського суспільства. Відповідно до пам'яткознавчих дефініцій під