

ВНЕШНЯЯ СРЕДА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЕВ

При использовании концепции маркетинга музеям необходимо постоянно учитывать факторы, оказывающие непосредственное влияние на эффективность ее реализации. Отдельные авторы, среди большого числа таких факторов выделяют контролируемые и неконтролируемые. Контролируемые факторы определяются деятельностью управленческого персонала фирмы (в нашем случае – музейного учреждения), и прежде всего высшего руководства и службы управления маркетингом. Контролируемые факторы вместе с факторами, обусловленными деятельностью поставщиков, конкурентов, посредников, потребителей и контактных аудиторий, определяют так называемую микросреду маркетинга [1, с. 21].

Факторы макросреды определяют развитие сферы культуры в целом и музейных учреждений в частности. В то же время, как отмечает Е.Л. Шекова, рассматривая внешнюю среду некоммерческих организаций, «сфера культуры отличается устойчивыми обратными связями со своей макросредой, которые заключаются в непосредственном влиянии на формирование личности, уровень развития нации, что, в конечном счете, воздействует на само отношение к некоммерческой сфере» [2].

Политические факторы, несомненно, оказывают значительное влияние на сферу культуры. В период нахождения белорусских земель в составе Российской империи в качестве нескольких губерний (кон. XVIII в. – 1917 г.) на территории нашей страны действовала так называемая политика «роскоши царского двора», которая предполагала активное финансирование театров и музеев в качестве «вместилищ» коллекций произведений искусства. Во время СССР музеи являлись одним из инструментов активной пропаганды советской идеологии. Хорошим наглядным примером является Дом-музей I съезда РСДРП (Минск) – музей в память о I съезде Российской социал-демократической рабочей партии (РСДРП), проходившем в Минске. Среди его экспонатов – документы и материалы о возникновении и деятельности первых марксистских кружков в России, группы «Освобождение труда», «Союза борьбы за освобождение рабочего класса», экземпляр манифеста РСДРП, изданного в Бобруйске, номера газеты «Искра» и др. При советской власти в этом музее проводились пионерские и комсомольские слёты, вручались комсомольские билеты, проходили встречи с ветеранами партии. В правовом и финансовом плане все музеи в то время полностью зависели от государства.

Современным примером роли музеев в политике суверенного белорусского государства служит Музей современной белорусской государственности, который был создан как филиал Национального исторического музея Беларуси. Он призван стать одним из важнейших центров по сбору, изучению, сохранению и презентации материалов по современной истории Беларуси. Главный лейтмотив музейной экспозиции – достижения страны за годы государственной независимости, международное признание национальной идентичности белорусского народа и суверенитета белорусского государства.

В настоящее время, согласно Закону «О музеях и Музейном фонде Республики Беларусь» 2005 г. № 70-3 государственное регулирование в сфере музейной деятель-

ности осуществляет Президент Республики Беларусь, Совет министров Республики Беларусь, Министерство культуры Республики Беларусь, местные исполнительные и распорядительные органы, а также иные государственные учреждения в соответствии с их компетенцией. Международная деятельность белорусских музеев также регулируется Законом Республики Беларусь «О культуре в Республике Беларусь» от 4 июня 1991 г. N 832-ХІІ и иными актами законодательства, а также международными договорами.

Экономические факторы имеют первостепенное значение для музейной деятельности, поскольку вся сфера культуры, ввиду ее финансовой несамостоятельности, зависит от экономического благосостояния страны. Социально ориентированная рыночная экономика Республики Беларусь соединила в себе черты социально ориентированной экономической среды, где государство выделяет значительные средства на финансирование культуры, и рыночно ориентированной экономической среды, где организации культуры, подобно коммерческим предприятиям, обеспечивают свое содержание и развитие самостоятельно. Согласно Закону «О музеях и Музейном фонде Республики Беларусь», финансирование музеев может осуществляться за счет средств государственного либо местного бюджетов (для государственных музеев); средств основателя (для частных музеев); средств, полученных музеями от осуществления деятельности, приносящей доход (плата за посещение экспозиций и выставок, экскурсионное обслуживание, производство и реализация печатной и сувенирной продукции и др.); пожертвований музею; а также из иных источников, не запрещенных законодательством Республики Беларусь. С учетом вышеизложенного, на данном этапе развития особенно важным является создание дополнительных экономических стимулов для вовлечения коммерческого сектора в формирование бюджета культурных проектов, в частности, проектов музейных учреждений.

Демографические факторы подразумевают прежде всего демографические изменения, оказывающие влияние на музейную аудиторию, например, старение населения; усиление конкурентной борьбы за финансовые ресурсы и посетителя, вызванные, например, появлением новых видов развлечений и досуга; новые возможности рынка, связанные с ростом туризма, обменом выставками; усиление роли музеев в решении социальных проблем.

При разработке музейных программ и мероприятий важно принимать во внимание следующие статистические данные:

- общая численность населения, его состав по возрасту, полу, состоянию в браке, уровню образования, национальностям, языку и источникам средств к существованию;

- национальный состав населения;
- численность населения, обучающегося в учреждениях образования;
- население отдельных национальностей по полу, возрасту, состоянию в браке, образованию, источникам средств к существованию, лингвистическим признакам;
- занятое население Республики Беларусь по уровню образования и месту нахождения работы;
- население, временно проживающее (пребывающее) на территории Республики Беларусь.

По данным бюллетеня по итогам переписи населения Республики Беларусь 2009 года Национального статистического комитета Республики Беларусь, категория «трудоспособного возраста» составляет 61,6 % от общей численности населения, «моложе трудоспособного» – 15,9%, «старше трудоспособного» – 22,5%. В городе Минске эти

проценты составляют соответственно 66,1%; 14,3%; 19,6%. По общереспубликанским данным на 1000 мужчин приходится 1150 женщин; средний возраст населения 39,5 лет [3].

Также, для формирования целостной картины численности потенциальных посетителей, музеям следует учитывать не только жителей своей страны, но и потоки туристов, которые часто посещают учреждения культуры. Так, по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, численность организованных туристов, прибывших в республику в 2013 году, составила 136,8 тыс. человек, что на 15,2% больше, чем в 2012 году. Из стран СНГ прибыло 114,2 тыс. человек (на 18,9% больше уровня 2012 года). Лидирующие позиции среди стран Содружества по организованным туристам сохранились за Россией – 111,3 тыс. человек (увеличение на 18,2% по сравнению с 2012 годом) и Украиной – 2 тыс. человек (по сравнению с 2012 годом – увеличение на 37,3%). Среди стран вне СНГ лидерами по числу посещений республики являлись: Германия, Италия, Латвия, Литва, Польша, Соединенное Королевство, Турция. На долю этих стран в 2013 году приходилось 56,4% от общего числа туристов из стран вне СНГ (в 2012 году – 62,7 %). В 2013 году, так же как и в 2012 году, средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в Республике Беларусь составила 4 дня [4].

Природные факторы в основном имеют значение для таких видов музеев, как музеи-заповедники и музеи под открытым небом, в особенности тех, которые являются частью агротуристических комплексов (например, Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта в Строчицах). В целом, сельский туризм (агротуризм, «зеленый» туризм) – очень широкое понятие, общепризнанного определения которому пока не дано. С точки зрения географической – это туризм за пределами городской черты на территории с низкой плотностью населения. С точки зрения туристского продукта – это набор разнообразных услуг от проживания в сельском доме, экологических туров, приключенческих походов до непосредственного участия в жизни местного населения [5]. Популярность и роль агротуризма в Беларуси все возрастает. Согласно статистическим данным, численность туристов, воспользовавшихся услугами агроэкотуризма за 2013 год, составила 271,7 тыс. человек, что на 22,1% больше, чем в 2012 году. Граждане Республики Беларусь в общем числе агроэкотуристов составили 86,3% [4].

Научно-технические факторы проявляются в росте требований и ожиданий со стороны посетителей по мере усовершенствования стандартов подачи музейных коллекций и средств коммуникации; широком распространении компьютеризированных систем, предоставляющих постоянный круглосуточный доступ к информации.

Примером высокой технической оснащенности может служить Государственный литературный музей Янки Купалы в Минске, который в настоящее время называют первым 3D-музеем в Беларуси [6]. При входе в музей расположен touch-монитор, который не только выполняет функции инфокиоска, но и является книгой отзывов: с его помощью можно сфотографироваться, а также побывать на виртуальных экскурсиях в филиалах музея. Во время экскурсии посетителям предлагают специальные очки для просмотра фильма в 3D-формате о народном белорусском празднике Купалье. Каждый зал оснащен мониторами, позволяющими пролистать рукописи и другие документы Янки Купалы, что тоже является весомым преимуществом этого музея.

Тем не менее, по мнению заместителя директора Национального исторического музея А. Хромого, «многие музейные технологии, на которые в других странах уже и не обращают внимания, настолько они давно используются, у нас все еще считаются

достижением» [7]. Основными проблемами музейные работники считают проблемы замены устаревшего оборудования, отсутствие сетевой инфраструктуры между зданиями музея, проблемы с периферийными устройствами в отделах музея.

Факторы развития культуры. Культуролог О.И. Кускарова, ссылаясь на труд известного социолога П.А. Сорокина «Социальная и культурная динамика», утверждает, что развитие культурного процесса зависит от внутреннего состояния культурной системы и от воздействий окружающей среды. Внешние и внутренние факторы тесно взаимодействуют друг с другом, вызывая изменения в структурных образцах культуры данного сообщества и определяя темпы их протекания. А основным результатом культурных процессов является выработка и внедрение в сознание людей норм социальной адекватности жизни в данном коллективе и допустимых способов осуществления тех или иных практических или символических действий, отражающих социальный опыт данного сообщества [8]. Наряду с процессами формирования поликультурной среды, проявляются признаки возрождения этнического самосознания людей, возрастает интерес к своему культурному наследию и самобытным традициям. В обществе растёт признание значимости проявлений уникальной национальной культурной специфики. Это означает возрастание интереса к музеям как хранилищам и передатчикам культурного наследия.

Современные факторы развития культуры (в их числе также урбанизация, компьютеризация, коммерциализация) создают и актуальные проблемы для развития музейной деятельности. Их нужно знать, понимать и учитывать в разработке маркетинговых планов и программ.

Список использованных источников:

1) Акулич, И.Л. Маркетинг: – учебник / И.Л. Акулич. – Мн, Высш. шк., 2002. – 447 с.

2) Шекова, Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: учебное пособие / Е.Л. Шекова. – СПб, 2003. – 242 с.

3) Бюллетень по итогам переписи населения Республики Беларусь 2009 года, подготовленный Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь: статистические публикации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/perepic/2009/itogil.php>

4) Туризм в Республике Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь: пресс-релизы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>

5) Бороздин, М.Б. Агротуризм как идея бизнеса в Беларуси / М.Б. Бороздин // Инвестиционные проекты и предложения в on-line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belinvest.info/art-235.html>

6) Пальчук, Н. Технологям – да! Первый в Беларуси 3D-музей открылся / Н. Пальчук // Туристический портал в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.holiday.by/blog/902>

7) Гриц, М. Белорусы плохо ходят в музеи. Почему? / М. Гриц // Беларуский портал pl.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nl.by/news/2014/01/30/576440.html>

8) Кускарова, О.И. Социокультурный процесс: состояние, особенности, факторы взаимодействия / О.И. Кускарова. – Вестник Адыгейского государственного университета: Серия 1. – №3. – 2011.