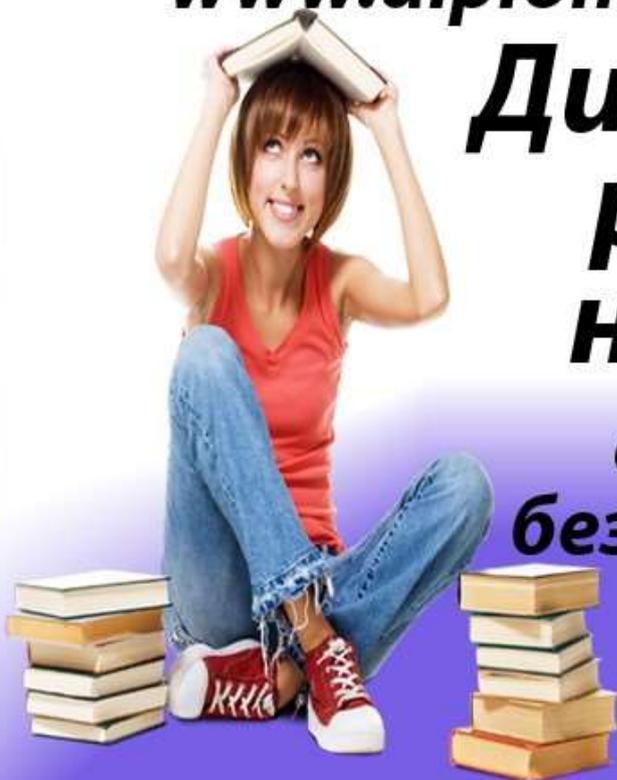


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**



Тема «Внедрение маркетингового подхода в деятельность музея»

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 2. Исследования перспектив внедрения маркетингового подхода в деятельность МУК «РИХМ».....	3
2.1 Краткая характеристика МУК «РИХМ».....	3
2.2 Анализ существующей системы управления музея	4
2.3 Анализ маркетингового подхода основных конкурентов.....	16
Глава 3.	28
Приложения	28

**Глава 2. Исследования перспектив внедрения маркетингового подхода в
деятельность МУК «РИХМ»**

2.1 Краткая характеристика МУК «РИХМ»

2.2 Анализ существующей системы управления музея

Проведем анализ существующей системы управления музеем. Структура построена по линейно-функциональному принципу и представлена в Приложении 1. Возглавляет МУК «Раменский Историко-Художественный музей»- директор. В его подчинении находится ученый секретарь, отдел музейных фондов и коллекций, отдел комплексной безопасности и административно-хозяйственной деятельности. Ученому секретарю подчиняются: заведующий отделом ЭВЦ, заведующий отделом ТИЦ «Раменское», отдел культурно просветительской деятельности. Отдел музейный фондов и коллекций возглавляет: главный хранитель; заведующий отделом учета фондов, ему подчиняются старший и младший научный сотрудник, музейный смотритель, электроник. Отдел коммерческой безопасности и административно-хозяйственной деятельности возглавляет заместитель директора по комплексной безопасности и АХД, ему подчиняются начальник хозяйственного отдела, уборщицы, электромонтер по обслуживанию, слесарь сантехник, рабочий. В отделах экскурсионно-выставочной деятельности и ТИУ «Раменское» работают методисты и лектор-экскурсовод. В основном работники музея работают на полную ставку, однако по некоторым вакансиям прием осуществляется на 0,5 ставки, к таким относятся: уборщица отдела ТИЦ «Раменское», слесарь- сантехник, электромонтер по обслуживанию и ремонту.

Управление музеем осуществляется в соответствии с законодательством РФ и Уставом музея, представленном в Приложении 2. Заключает и прекращает трудовой договор с директором музея Председатель комитета по культуре и туризму Администрации Раменского Муниципального района по согласованию с руководителем Администрации Раменского Муниципального района. Основными функциями и полномочиями учредителя являются: реорганизация и ликвидация Музея, утверждение Устава Музея и внесение изменений, согласование крупных сделок и принятие решения об одобрении сделок с участием Музея; распоряжение недвижимым имуществом учреждения, в том

числе и передача его в аренду, финансовое обеспечение выполнения муниципального задания, контроль за деятельностью Учреждения, осуществляет иные функции.

Полномочиями Директора Музея являются: текущее руководство деятельностью Музея, обеспечение организации работ по хранению, изучению и публичному представлению музейных предметов; назначение и освобождение от должности работников, определяет их обязанности, заключает с ними контракты; принимает к работникам меры поощрения и взыскания; заключает договоры, выдает доверенности, открывает расчетные и иные счета Музея, утверждает положения и инструкции, издает приказы и дает указания, контролирует выполнение всех указаний; представляет интересы Музея в государственных органах, во взаимоотношениях с российскими, зарубежными юридическими и физическими лицами и осуществляет другие функции в соответствии с Уставом (Приложение 2). Основными видами деятельности Музея являются: научно-исследовательская деятельность, учетно-хранительская и научно-фондовая работа, научно-реставрационная работа, научно-экспозиционная работа, научно-просветительская работа, туристско-информационная работа (Приложение 2). Органом самоуправления трудового коллектива Музея является общее собрание трудового коллектива, которое осуществляет следующие функции: рассматривает проект коллективного договора с Администрацией Музея и утверждает его; рассматривает и решает вопросы самоуправления трудового коллектива в соответствии с законодательством РФ; определяет порядок проведения Общего собрания трудового коллектива и нормы представительства.

Итак, выше были рассмотрены основные функции и структура управления Музея культуры. В продолжении темы рассмотрим динамику и структуру численности сотрудников Музея. Среднесписочная численность работников Муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» по состоянию на конец 2019г. составляет 29 человек, а это на 14,7% ниже показателя начала анализируемого периода, рисунок 2.1.

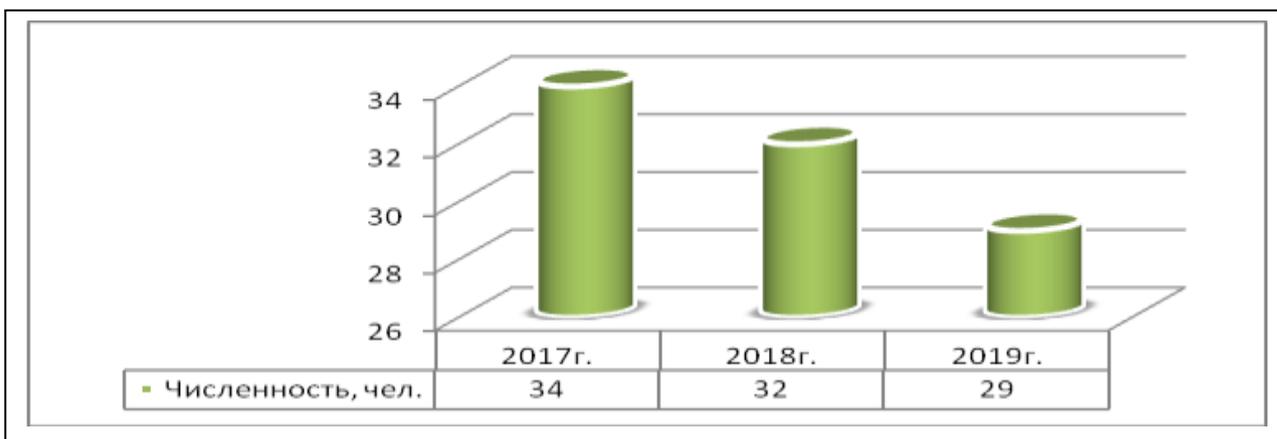


Рисунок 2.1-Динамика среднесписочной численности работников муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» с 2017-2019гг.

Наибольший удельный вес в общей структуре приходится на работников со среднеспециальным образованием и по данным на 2019г. доля этих работников составляет 48,27%, высшим образованием насчитывается 8 человек, а это занимает 27,58% от общего количества. Небольшой удельный вес приходится на сотрудников со средним образованием, их доля составила 24,14%, рисунок 2.2.

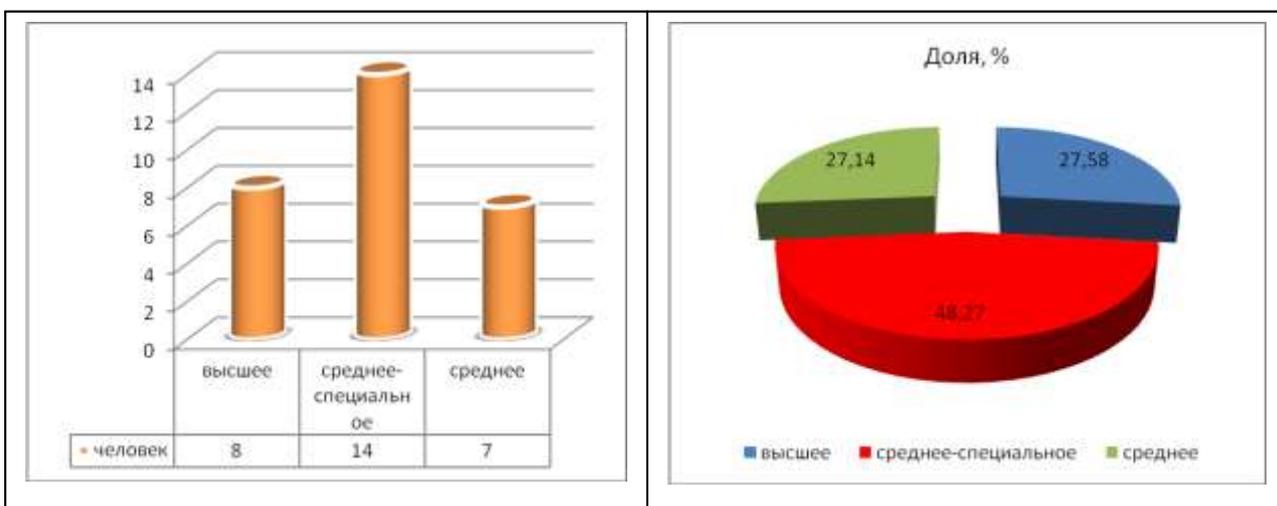


Рисунок 2.2. Структура работников муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» по уровню образования в 2019г.

По гендерному признаку большинство работников муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей»

приходится на женщин, их доля составляет более 50%, доля мужчин составила 34,48%, рисунок, рисунок 2.3.

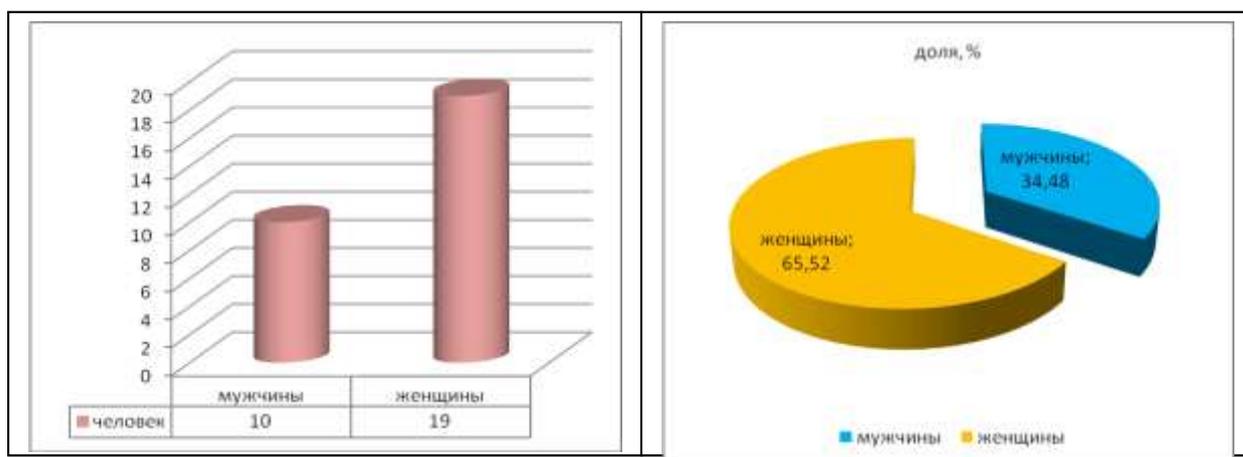


Рисунок 2.3 Структура работников муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» по гендерному признаку в 2019г.

Таким образом, динамика численности Музея показывает ежегодное снижение, доля женщин в структуре численности превосходит мужчин, большинство работников имеют среднее специальное образование. Взаимоотношения работников и директора Музея на основе трудового договора, регулируются законодательством о труде, коллективным договором и локальными актами, принятыми в Музее. Рассмотрим подробнее взаимоотношения работников и работодателя муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей». Прежде чем принять нового сотрудника, с ним организуется собеседование, которое может проводиться, опираясь на данные анкеты на прием на работу, которую претендент на вакантную должность должен заполнить, либо основываясь на данных его резюме. Если принято решение о принятии работника в штат Музея, то необходимо правильно оформить его прием на работу, который предполагает оформление соответствующих документов:

Оформление приема сотрудника на работу в Раменский историко-художественный музей осуществляется на основании следующих документов: заявление работника: прежде всего, новый работник должен написать заявление о приеме на работу; приказ руководителя: на основании заявления

работника, от имени руководителя составляется приказ о приеме на работу, на предприятии используется специально разработанная унифицированная форма Т-1 (для приема одного работника) или Т-1а (для приема группы работников); личная карточка: на основе приказа о приеме на работу на нового сотрудника заполняется личная карточка по типовой форме Т-2.

Рассмотрим, какие первичные документы применяются в учреждении «Раменский историко-художественный музей» при переводе на другую работу. В процессе работы сотрудник может быть переведен на новую должность, в другое структурное подразделение. Оформление перевода начинается с заявления работника с просьбой о переводе на новое место, на основании которого уже составляется приказ о переводе сотрудника на другую работу. Унифицированные формы этого приказа: Т-5 (для одного работника) и Т-5а (для группы работников).

Оформление ухода работника в отпуск в учреждении «Раменский историко-художественный музей» осуществляется на основании действующего законодательства. Трудовым законодательством установлено право работника пойти в отпуск: ежегодный оплачиваемый: после того, как отработает первые полгода на предприятии, работник может пойти в ежегодный оплачиваемый отпуск, ТК РФ установлена минимальная продолжительность этого отпуска – 28 календарных дней в год; отпуск без содержания: по согласованию с работодателем при наличии уважительной причины работник может пойти в отпуск без содержания; отпуск по беременности и родам: данный отпуск положен беременной женщине (так называемый, декретный отпуск), его продолжительность 140 дней при одноплодной беременности и 194 дней при многоплодной; отпуск по уходу за ребенком – после рождения ребенка работник может взять отпуск по его уходу до 1,5 лет или до 3-х лет.

Какой бы отпуск не брал работник, его документальное оформление начинается с написания сотрудником заявления на отпуск, в котором он излагает просьбу о предоставлении ему отпуска и указывает его вид. После чего на основании заявления составляется приказ о предоставлении отпуска

работнику, его типовая форма Т-6 (для одного сотрудника) и Т-6а (при оформлении отпуска группе сотрудников). Помимо этого, стоит отметить, что ежегодный оплачиваемый отпуск предоставляется работнику, руководствуясь графиком отпусков форма Т-7, этот документ составляется в конце года на год следующий и включает в себя предполагаемые даты начала отпуска каждого сотрудника предприятия.

Рассмотрим оформление командировки в учреждении «Раменский историко-художественный музей». В процессе работы работник также может быть направлен в командировку – поездку за пределы населенного пункта, где расположен работодатель, с целью выполнения служебных поручений. Документальное оформление командировки включает в себя: заявление работника; приказ о направлении в командировку Т-9 и Т-9а; служебное задание Т-10а, заполняется руководителем и содержит в себе задание, которое работник должен выполнить, находясь в командировке, и отчет сотрудника о проделанной работе; командировочное удостоверение форма Т-10, заполняется работником в процессе командировки и содержит сведения, подтверждающие нахождение его по месту назначения; авансовый отчет форма АО-1, документ, по которому работник отчитывается за потраченные в процессе командировки суммы.

Оформление поощрений и взысканий в учреждении «Раменский историко-художественный музей». В процессе работы за определенные заслуги работник может быть премирован (поощрен), в качестве поощрения может выступать почетная грамота, денежная премия или материальный подарок, также может быть объявлена благодарность. Прежде чем премировать сотрудника его непосредственный начальник составляет представление к поощрению, на основании которого уже составляется приказ о премировании работника Т-11. Помимо поощрения к работнику может быть также применено взыскание, например, за нарушения трудового распорядка, невыполнение трудовых обязанностей, кражу, порчу имущества и прочие провинности.

Взыскание к работнику применяется на основании приказа о дисциплинарном взыскании.

Первичные документы, которые используются для расчета и выплаты зарплаты в учреждении «Раменский историко-художественный музей»: форма Т-49 «Платежно-расчетная ведомость» используется для расчета и выплаты заработной платы; форма Т-51 «Расчетная ведомость» используется для расчета и начисления заработной платы»; форма Т-53 «Платежная ведомость» предназначена для выплаты зарплаты работникам. Учреждение для документирования оплаты труда своим работникам может применять либо документ Т-49, либо две формы Т-51 и Т-53.

Увольнение сотрудника в учреждении «Раменский историко-художественный музей» регламентируется ТК РФ. Приняв решение об увольнении, работник должен написать заявление на увольнение, на основании которого уже составляется приказ на увольнение форма Т-8 (при увольнении одного работника) и Т-8а (для группы работников). При увольнении по собственному желанию работник обязан отработать на предприятии две недели (если с работодателем не согласован другой срок), если же сотрудник работает по срочному трудовому договору, то достаточно будет отработать 3 дня. После чего работнику делается расчет, считается компенсация за неиспользованный отпуск, оформляется увольнение и делается соответствующая запись в трудовую книжку с указанием статьи, по которой работник уволен.

Кроме указанных выше бланков и форм к кадровым документам, которые применяются в учреждении «Раменский историко-художественный музей» можно также отнести: штатное расписание форма Т-3, в котором отражается штатный состав предприятия с указанием должностей, количества штатных единиц для каждой должности, оклада и месячного бюджета на заработную плату; отработанные работником дни (часы) отражаются в таблице учета рабочего времени форма Т-12 и Т-13. Итак, выше были рассмотрены первичные документы по работе с кадровым составом учреждения «Раменский историко-художественный музей».

Основными направлениями кадровой политики учреждения являются: подбор, оценка и использование персонала; мотивация персонала; социальная политика; корпоративные коммуникации. Система управления персоналом учреждения «Раменский историко-художественный музей» включает в себя: определение целей управления кадровым потенциалом компании, построение организационной структуры, осуществление взаимодействия специалистов и руководителей, осуществление принятия и реализации управленческих решений.

Рассмотрим подробнее систему управления человеческими ресурсами учреждения «Раменский историко-художественный музей». Подбор и набор кадров осуществляется с помощью размещения вакансий на сайте Музея, а также на различных сайтах по поиску работников: JOB.RU; HEADHUNTER.RU; РАБОТА.RU. Не менее важными показателями системы управления человеческими ресурсами является оплата труда и материальная и нематериальная мотивация. По имеющимся данным муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» на протяжении 2017-2019гг. наблюдается рост заработной платы и начислений на оплату труда. В 2019г. фонд оплаты труда составил 12470218,58 рублей, а это на 33,07% выше показателя 2017г., рисунок 2.4.

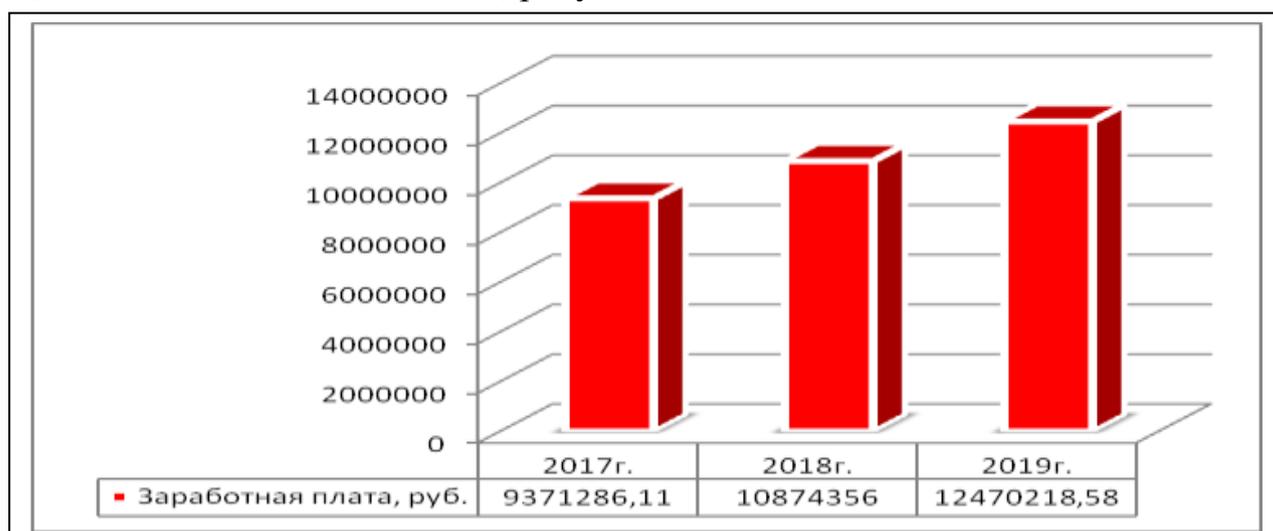


Рисунок 2.4. Динамика фонда заработной платы муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» с 2017-2019гг.

Произошел рост и начислений на выплаты по оплате труда и в 2019г. этот показатель составил 3880856,98руб., а это выше уровня начала анализируемого периода на 37,48%, рисунок 2.5.

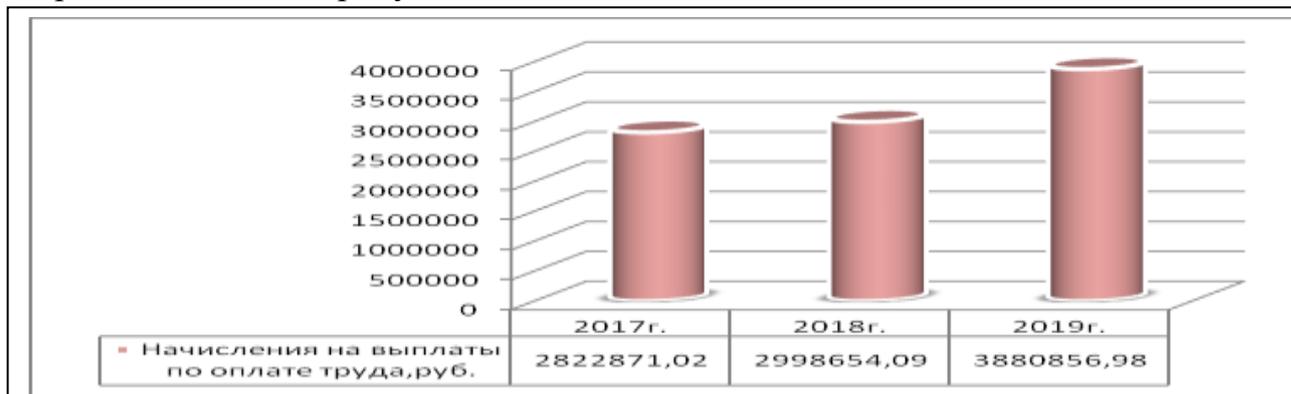


Рисунок 2.5. Динамика начислений на выплаты по оплате труда муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» с 2017-2019гг.

В среднем на одного работника муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» приходится 35833,96 руб. оплаты труда в месяц, а по отношению к уровню 2017г. рост среднемесячной заработной платы составил 56,01%, рисунок 2.6.

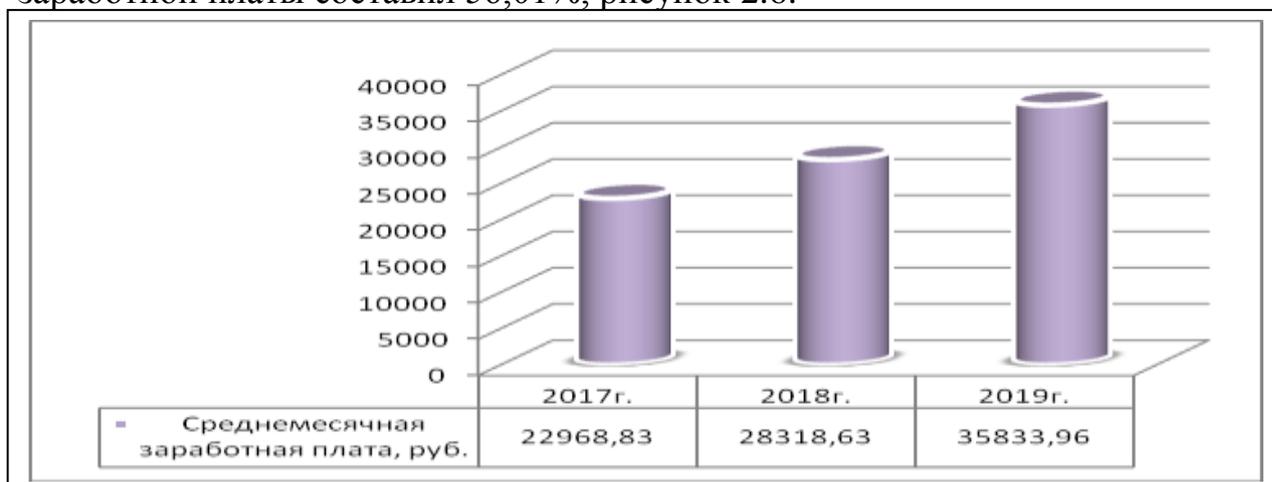


Рисунок 2.6. Динамика среднемесячной заработной платы муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» с 2017-2019гг.

Рассмотрим подробнее материальную и нематериальную мотивацию труда работников Музея. Система вознаграждения направлена на мотивацию труда и стимулирование работников, квалификация и результативный труд которых обеспечат успешное выполнение поставленных перед Музеем задач

с максимальной эффективностью. В муниципальном учреждении культуры «Раменский историко-художественный музей» существует несколько основных форм прямой материальной мотивации персонала: заработная плата, премии, льготы, штрафы, рисунок 2.7.

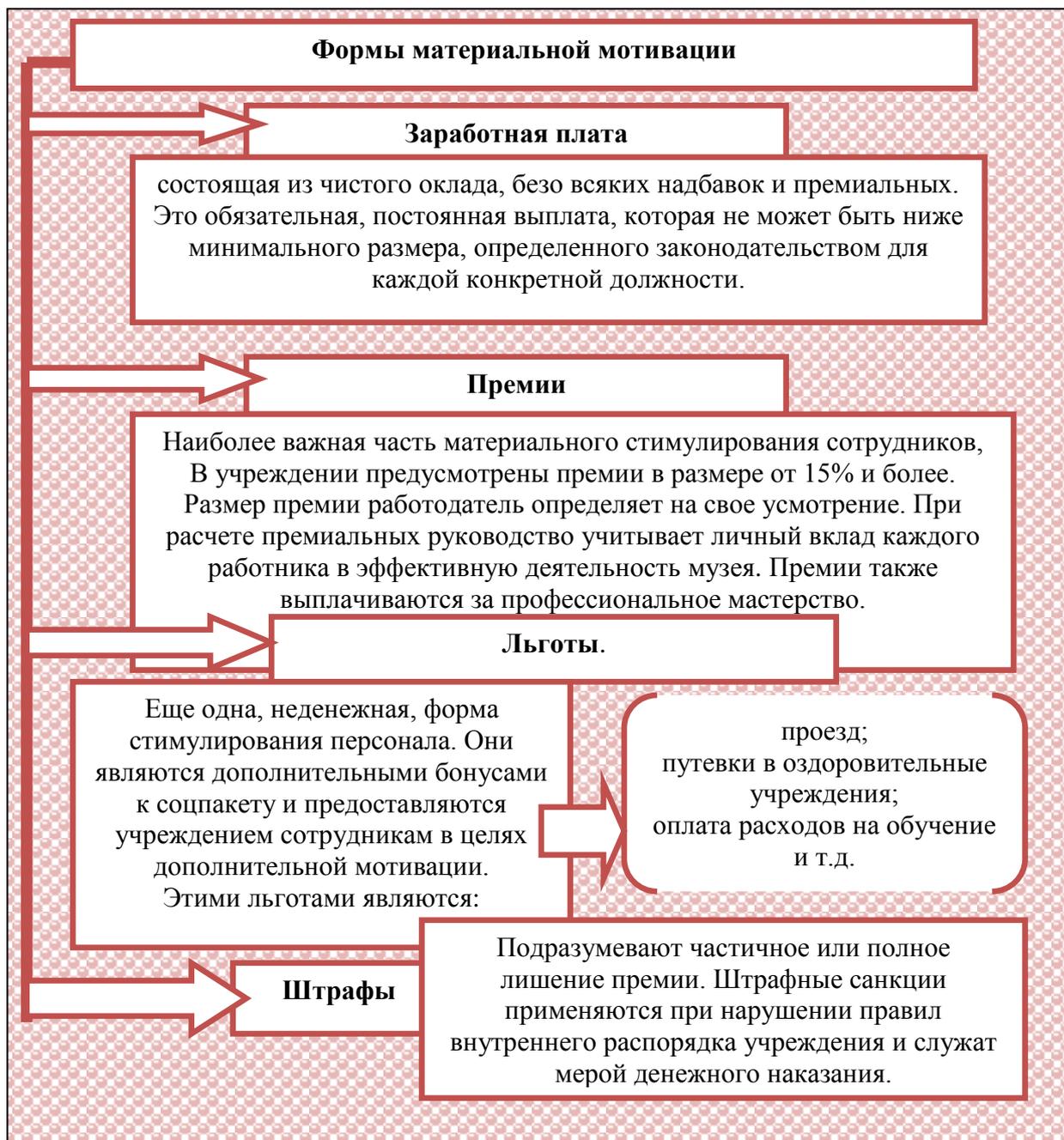


Рисунок 2.7. Формы материальной мотивации сотрудников муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей»

Кроме выше перечисленного, существует также нематериальная мотивация, которая включает в себя: социальную, психологическую, моральную и организационную мотивацию, рисунок 2.8.



Рисунок 2.8. Виды нематериальной мотивации муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей»

Отметим, что в настоящее время в Музее применяются следующие методы нематериального стимулирования персонала: предоставление оплачиваемых отгулов, дополнительных дней отпуска; обеспечение гибкого графика работникам; вручение билетов на культурные мероприятия,

туристических путевок; организация корпоративных мероприятий; персональная публичная похвала; поздравление работников со значимыми датами (юбилей, свадьба, рождение ребенка); создание комфортных условий труда; предоставление большей свободы действий при выполнении поставленных задач; проведение мотивирующих совещаний; привлечение сотрудников к принятию решений; поощрительные командировки; информирование коллектива о достижениях сотрудника. При разработке системы нематериального стимулирования муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей», учитываются следующие факторы: система мотивации ориентируется на развитие наиболее значимых направлений работы Музея; система мотивации вовлекает всех работников учреждения; мотивационная программа подвергается периодическому пересмотру и обновлению; для эффективной работы системы выявляются потребности всех работников и «подстраиваются» подходы и инструменты стимулирования под каждую группу. Еще одно важное требование к действующей системе нематериального стимулирования персонала - документальное закрепление. Это значительно повышает ее прозрачность и позволяет ознакомиться с системой мотивирования каждому сотруднику Музея.

Нематериальная мотивация сотрудников выливается в определенные затраты для предприятия. Но в совокупности они дают гораздо больший эффект, чем затраты на прямую выплату премий. Дополнительный фактор успеха - подбор персонала с внутренней самомотивацией. Таких сотрудников легко «настроить» на максимальную эффективность и высокую лояльность компании. Энергичные, активные и инициативные работники – это залог успеха, поэтому грамотно построенная система стимулирования персонала - важнейшая задача кадровой политики муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей».

Итак, выше была рассмотрена система управления муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей».

Структура управления построена по линейно функциональному принципу, возглавляет учреждение- директор музея, в его подчинении находятся все остальные сотрудники компании. Численность музея небольшая, при этом наблюдается снижение числа сотрудников, в компании в основной наблюдается средний уровень образованности, большинство работающих – женщины. Общий фонд оплаты труда на протяжении 2017-2019гг. ежегодно увеличивается, растет и среднемесячная заработная плата. В учреждении предусмотрены как материальная, так и нематериальная мотивации, работники осуществляют свою деятельность на основании должностных инструкций, в целом, взаимоотношения между работником и работодателем построены на основании трудового договора и трудового законодательства РФ, применяются первичные документы при работе с кадровым резервом. Кроме системы премирования предусмотрено и депремирование за нарушения трудовой дисциплины. Основными направлениями кадровой политики муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей» являются: подбор, оценка и использование персонала; мотивация сотрудников музея; социальная политика; корпоративные коммуникации. Однако, для успешной деятельности учреждения является необходимым не только эффективно построенная система управления, но и маркетинговые направления. Для того, чтобы провести анализ маркетинговых подходов основных конкурентов, перейдем к следующему параграфу исследования.

2.3 Анализ маркетингового подхода основных конкурентов

Эффективно разработанные маркетинговые стратегии учреждения культуры положительно влияют на увеличение охвата потребителей и , тем самым обеспечивая рост показателей доходности. Для разработки и совершенствования существующей системы маркетинга муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей», целесообразно оценивать маркетинговые подходы основных конкурентов. При

этом, основную конкуренцию данному музею составляют художественные музеи, особенно музеи двух столиц- Москвы и Санкт-Петербурга.

По имеющимся данным за 2018-2019гг. самыми посещаемыми музеями являются: Государственный Эрмитаж (Санкт-Петербург), Музеи Московского Кремля(Москва),Государственная Третьяковская галерея (Москва), Государственный Русский музей(Санкт-Петербург), Мультимедиа Арт Музей, Москва/Музей «Московский дом фотографии»(Москва), Государственный музей изобразительных искусств им. А.С.Пушкина(Москва), Государственный исторический музей(Москва), Музей Фаберже(Санкт-Петербург), Музей современного искусства «Гараж»(Москва), Музейное объединение «Музей Москвы» и другие, рисунок 2.9¹.

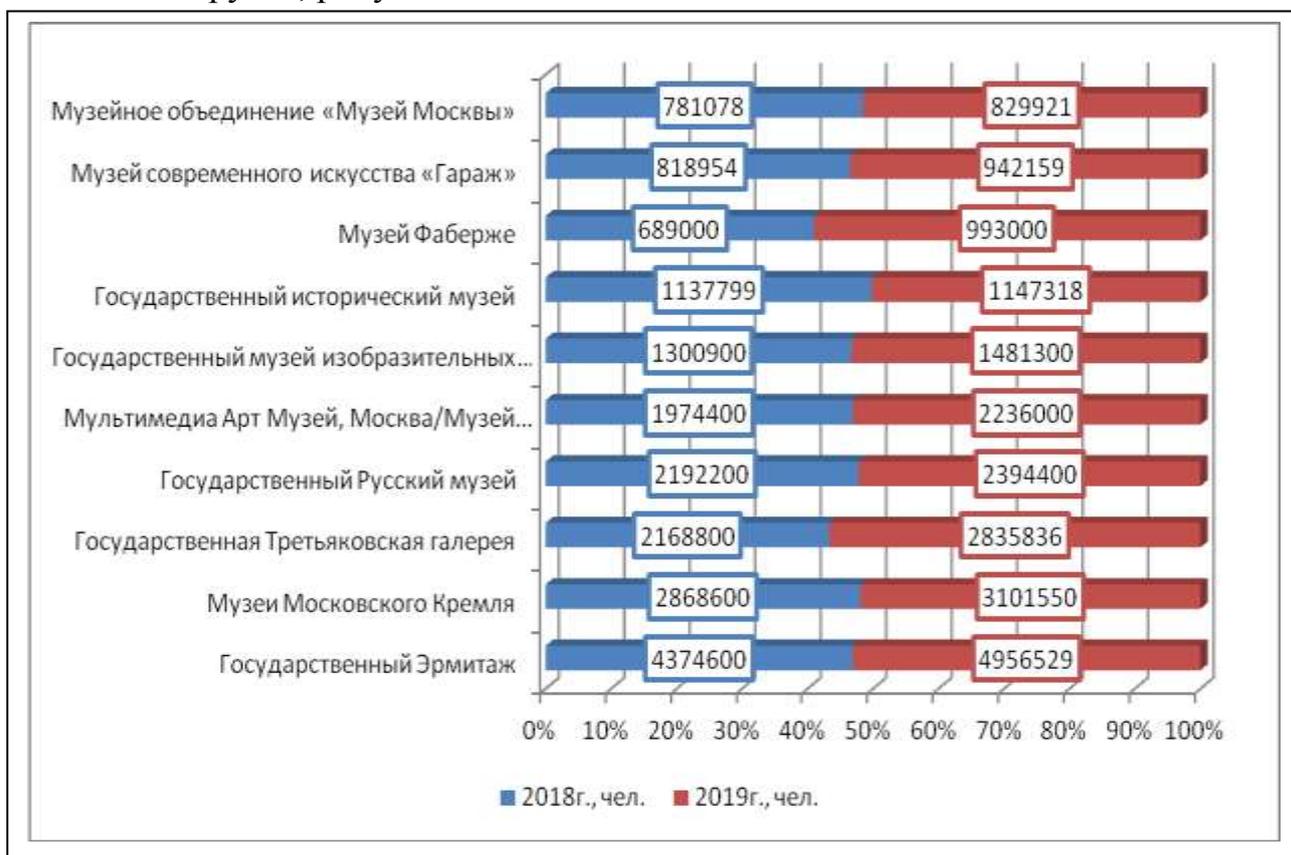


Рисунок 2.9. Показатели посещаемости лидирующих художественных музеев Москвы и Санкт-Петербурга с 2018-2019гг.

Безусловным лидером рейтинга является первая тройка музеев, которые не меняют свое положение на протяжении анализируемого периода, ими

¹ Рейтинг российских музеев — 2020: когда музеи были офлайнными [Электронная версия][Ресурс: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/>]

являются: Государственный Эрмитаж, Музеи Московского Кремля, Государственная Третьяковская галерея, рисунок 2.10.



Рисунок 2.10. Рейтинг художественных музеев Москвы и Санкт-Петербурга в 2019г.²

Самими посещаемыми художественными музеями регионов являются: Музейно-выставочный комплекс Московской области «Новый Иерусалим» (Истра), Музейный центр «Площадь Мира»(Красноярск), Ярославский художественный музей (Ярославль), Феодосийская картинная галерея им. И.К.Айвазовского (Феодосия), Волго-Вятский филиал Государственного центра современного искусства (Нижний Новгород), Пермская государственная художественная галерея (Пермь), Вятский художественный музей им. В.М. и А.М.Васнецовых (Киров), Государственное музейное объединение «Художественная культура Русского Севера» (Архангельск), Иркутский областной

² Рейтинг российских музеев — 2020: когда музеи были офлайнными [Электронная версия][Источник: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/>]

художественный музей им. В.П.Сукачева (Иркутск), Омский областной музей изобразительных искусств им. М.А.Врубеля(Омск) и другие (Приложение 3). Следует отметить, что «Раменский историко-художественный музей» не является лидирующим по посещаемости и не входит в рейтинг регионов. Отметим, что согласно подсчетам Министерства культуры РФ, в 2019 году в целом по России было зафиксировано более 155 млн. музейных посещений, включая участников образовательных программ и массовых мероприятий. Это на 1 млн. больше, чем годом ранее. То есть рост был не взрывной, но все же ощутимый. Таким образом, спрос на услуги музеев продолжает набирать обороты, а поэтому маркетинговые направления необходимо ежегодно совершенствовать, с целью привлечения нового числа потребителей. В рамках данной работы, достаточно сложно рассмотреть подробно виды деятельности успешных музеев России, остановимся лишь на оценке маркетинговых подходов успешных музеев нашей страны.

Государственный Эрмитаж, основанный в 1764 году Екатериной Второй, входит в число величайших музеев мира наряду с парижским Лувром и лондонским Британским музеем и является главной туристской достопримечательностью Санкт-Петербурга. Музейный комплекс состоит из пяти зданий, где в более 1000-ти помещениях собрано более 3 млн. экспонатов. Рассмотрим текущие маркетинговые программы Эрмитажа.

Такие музеи, как нью-йоркский Метрополитен, осуществляют программы «культурной коммерции», предоставляя посетителям возможность «обучаться развлекаясь», открывая для них тематические рестораны, магазины и проч. В результате посетители тратят деньги не только на билет, но и на другие дополнительные покупки. Благодаря этому опыту, Эрмитаж разработал следующие маркетинговые инициативы, которые позволят финансировать текущие расходы музея: 1)магазин, в котором посетители музея смогут приобрести книги, сувениры и др.; 2) кафе; 3) лекционные курсы по истории, художественному восприятию и т.д., как для детей, так и для взрослых; 4) образовательно-технологический центр для посетителей, желающих изучить

художественные сокровища Эрмитажа; 5) специальные временно действующие экспозиции (например, выставка японской каллиграфии), размещаемые вдоль наиболее популярных экскурсионных маршрутов по Эрмитажу; 6) концерты в Театре Эрмитажа; 7) издание книг и мультимедийных CD с фотографиями и рассказами об Эрмитаже и его коллекциях; продажа лицензий на издание таких книг и CD. Кроме этого, для развития Эрмитажа, были созданы стратегические альянсы для изыскания средств на развитие Музея:

1) «Спонсоры музея» — программа сотрудничества с российским правительством и правительствами зарубежных стран, некоммерческими организациями и частными лицами, которые перечисляют Эрмитажу крупные пожертвования и предоставляют музею гранты.

2) «Клуб друзей Эрмитажа», объединяющий людей, жертвующих на нужды Эрмитажа. В зависимости от размера пожертвований предусмотрено четыре уровня членства в «Клубе друзей Эрмитажа». Чем больше сумма пожертвований, тем больше льгот получает член «Клуба друзей». Членство в клубе возобновляется ежегодно.

3) Партнерство с зарубежными музеями. Эта программа позволяет представить экспозицию Эрмитажа многочисленной зарубежной аудитории. Недавно, например, в лондонском Сомерсет-Хаус была открыта экспозиция «Сокровища Екатерины Великой». В специальном «Зале Эрмитажа» демонстрировались 500 живописных картин, ювелирных изделий и других произведений искусства из коллекций Эрмитажа. Аналогичный «Зал Эрмитажа» планируется открыть в Амстердаме. Кроме того, Эрмитаж разработал совместную акцию с нью-йоркским Музеем Гуггенхайма, в соответствии с которой весной 2001 года в Нью-Йорке будут экспонироваться картины импрессионистов, постимпрессионистов и ранних модернистов из коллекции Эрмитажа. Взамен Музей Гуггенхайма окажет помощь в ремонте здания Генерального штаба, входящего в музейный комплекс Эрмитажа.

4) Организация специальных временно действующих выставок из других музеев. В качестве примера можно привести экспонировавшуюся в Эрмитаже

выставку американского абстракционизма, которую привез в Санкт-Петербург нью-йоркский Музей современного искусства.

5) Партнерство с представителями мирового бизнеса. Корпорация IBM выделила Эрмитажу грант на \$2 млн. для создания Интернет- сайта музея и цифровой библиотеки, в которую входит вся коллекция Эрмитажа.

Таким образом, в Эрмитаже для стимулирования продаж предусмотрены различные дополнительные виды услуг для посетителей музея. Кроме этого, для развития Эрмитажа были привлечены спонсоры (созданы стратегические альянсы).

Государственный историко-культурный музей-заповедник «Московский Кремль» также является лидирующим по посещаемости. В настоящее время включает в себя Оружейную палату и архитектурный ансамбль Соборной площади, в который входят Успенский, Архангельский, Благовещенский соборы, церковь Ризположения, Патриаршие палаты с Церковью Двенадцати Апостолов, ансамбль колокольни «Иван Великий», а также выставочные залы в Успенской звоннице и Патриарших палатах.

В Музеях Московского Кремля, для повышения лояльности потребителей, предусмотрена целая система льготных категорий граждан, которые могут посещать музей бесплатно. Пенсионеры и студенты дневной формы обучения, являющиеся гражданами РФ, бесплатно посещают архитектурный комплекс Московского Кремля без права осмотра музеев-соборов и временных выставок. В пределах режима работы Музеев бесплатно Музеи Московского Кремля посещают: граждане, удостоенные званий Героя Советского Союза, героя Российской Федерации или являющиеся полными кавалерами ордена Славы; участники ВОВ и приравненные к ним лица, являющиеся гражданами РФ и СНГ; лица, не достигшие 16-ти летнего возраста, независимо от гражданства; инвалиды I группы, дети-инвалиды и лица, их сопровождающие (в количестве 1 человека, для «инвалидов-колясочников» не более двух), инвалиды II группы (являющиеся гражданами РФ и СНГ); сотрудники музеев системы Министерства культуры РФ; члены

Международного совета музеев ИКОМ (ICOM); служители культа, являющиеся гражданами РФ (только архитектурный ансамбль Соборной площади); военнослужащие срочной службы. Каждый второй вторник месяца бесплатно Музеи Московского Кремля посещают: обучающиеся по основным профессиональным образовательным программам (граждане РФ); лица, не достигшие 18-ти лет (граждане РФ); члены многодетных семей (граждане РФ).

Государственная Третьяковская галерея, самый известный музей России и визитная карточка столицы. В музейный комплекс входят два основных здания - коллекция классического искусства в Лаврушинском переулке и искусство XX-XXI веков в Новой Третьяковке; выставочный Инженерный корпус, храм-музей Святителя Николая в Толмачах, а также несколько мемориальных музеев - дом-музей В. Васнецова и мемориальная квартира А. Васнецова, мастерская скульптора А. Голубкиной, дом-музей П. Корина. Третьяковская галерея обладает сильным брендом.

Одним из интересных маркетинговых подходов галереи является работа в digital. Галерея активно использует digital-инструменты для продвижения. Они позволяют решать задачи по повышению узнаваемости, информированности, так и по фактическим действиям, например, «купить билет». В первой части рекламной кампании к выставке «Василий Верещагин» маркетологи Галереи сделали всю ставку на онлайн. Вышли интерактивные погружающие материалы на Lenta.Ru, в «Вокруг света», проект с «Батенька, да вы трансформер». Рекламные размещения на «ЛитРес» и LiveLib, где основная аудитория пересекается с приоритетными сегментами Галереи.

Любая маркетинговая активность, реклама, инсайты направлены на просвещение и пропаганду того, что в музеи ходить просто, доступно и интересно. Работа мультимедиа-направления делится на два блока. Первый - это все то, что сопровождает гостей на выставке: графика, информация о контексте эпохи, биография художника - в виде интерактивных экранов, слайд-шоу или тач-панелей. Второй блок - весь онлайн: сайт, социальные сети.

Третьяковская Галерея планирует развивать образовательные программы онлайн, потому что чувствуется запрос аудитории.

Соцсети - это прямой канал связи с аудиторией Третьяковской Галереи. Онлайн Третьяковская Галерея делится сюжетами и темами, которые доступны для широкой аудитории. Кроме этого, Третьяковская Галерея разделяет аудиторию во ВКонтакте, Facebook, Instagram. Каждый год анализируются самые популярные публикации и самые животрепещущие, которые вызывают споры и критику. Основными принципами работы Третьяковской Галереи в социальных сетях являются: уникальный контент; многоголосье - материалы о работе разных отделов пишут сами сотрудники; активная работа с жалобами и пожеланиями; материалы, которые интересны потребителю; интерактив с фолловерами: конкурсы, фото и работы посетителей на страницах.

Кроме всего выше перечисленного, для привлечения потенциальных потребителей, в Третьяковской Галереи предусмотрена индивидуальная программа лояльности «Друзья Третьяковской галереи». Третьяковская галерея ежегодно реализует многие выставочные, исследовательские и образовательные программы, проекты по развитию музея. Поддержка друзей и партнеров Третьяковской галереи помогает в осуществлении значительной части этих проектов.

Персональная карта оформляется на один год и действует на постоянные экспозиции и временные выставки Третьяковской галереи, Новой Третьяковки и Инженерного корпуса. Карта является собственностью Галереи. В настоящее время предусмотрены четыре уровня карт лояльности. Рассмотрим подробнее.

1) Уровень I / Карта Молодежная (до 26 лет) / 4000 Р.

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета. На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения.
- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно) ;

- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;

- Скидка 10% на покупки в музейном магазине и кафе;

- Новостная рассылка Галереи;

- Скидка 7% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш»;

- Скидка 7% в сети багетных салонов «Арт Рама».

2)Уровень I / Карта 60+ / 4000 Р.

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета. На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения;

- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно) ;

- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;

- Скидка 10% на покупки в музейном магазине и кафе;

- Новостная рассылка Галереи;

- Скидка 7% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш»;

- Скидка 7% в сети багетных салонов «Арт Рама».

3)Уровень I / Персональная карта / 7000 Р.

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета.На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения;

- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно);

- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;

- Скидка 10% на покупки в музейном магазине и кафе;

- Новостная рассылка Галереи;

- Скидка 7% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш»;

- Скидка 7% в сети багетных салонов «Арт Рама».

4) Уровень I / Семейная карта (2 взрослых + 3 детей до 18 лет) / 12 000 Р.

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета. На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения;
- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно);
- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;
- Приоритетная покупка абонементов на занятия в творческой мастерской на Крымском Валу;
- Скидка 10% на покупки в музейном магазине и кафе;
- Новостная рассылка Галереи;
- Скидка 7% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш» ;
- Скидка 7% в сети багетных салонов «Арт Рама».

5) Карта II уровня (+1 гость) / 25 000 Р .

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета. На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения;
- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно);
- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;
- Лучшие места в кинозалах Галереи;
- Приоритетная покупка абонементов на занятия в творческой мастерской на Крымском Валу;
- Экскурсии по выставкам в сопровождении научного сотрудника Галереи;
- Скидка 10% на покупки в музейном магазине и кафе;
- Приглашения на вернисажи Галереи;
- Новостная рассылка Галереи;

- Скидка 10% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш»;
- Скидка 10% в сети багетных салонов «Арт Рама» .

6) Карта III уровня (+2 гостя) / 50 000 Р .

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета. На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения;

- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно) ;

- Участие в специальных мероприятиях Галереи;

- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;

- Лучшие места в кинозалах Галереи;

- Приоритетная покупка абонементов на занятия в творческой мастерской на Крымском Валу;

- Экскурсии по выставкам в сопровождении научного сотрудника Галереи;

- Скидка 10% на покупки в музейном магазине;

- Скидка 15% в кафе и ресторане «Братья Третьяковы»;

- Скидка 10% на экскурсионное обслуживание;

- Приглашения на вернисажи Галереи;

- Новостная рассылка Галереи;

- Скидка 15% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш»;

- Скидка 15% в сети багетных салонов «Арт Рама».

7) Карта IV уровня (+3 гостя) / 100 000 Р .

Возможности карты лояльности:

- Посещение Галереи без очереди, без билета. На временные выставки и выставки по сеансам могут действовать специальные условия посещения;

- Посещение Галереи по понедельникам и в утреннее время (даты и время сообщаются дополнительно) ;

- Участие в специальных мероприятиях Галереи;

- Приоритетная покупка лекционных абонементов и билетов на фестиваль VIVARTE;
- Лучшие места в кинозалах Галереи;
- Приоритетная покупка абонементов на занятия в творческой мастерской на Крымском Валу;
- Скидка 15% на экскурсионное обслуживание;
- Экскурсии по выставкам в сопровождении научного сотрудника Галереи;
- Экскурсии по постоянной экспозиции Галереи;
- Скидка 10% на покупки в музейном магазине и кафе;
- Скидка 15% в кафе и ресторане «Братья Третьяковы»;
- Упоминание имени участника программы в ежегодном отчете Галереи;
- Приглашения на вернисажи Галереи;
- Новостная рассылка;
- Скидка 15% в сети художественных магазинов «Красный Карандаш» ;
- Скидка 15% в сети багетных салонов «Арт Рама».

Итак, выше были рассмотрены основные маркетинговые подходы лидирующих художественных музеев России. При этом, было выявлено, что для привлечения потенциального потребителя и увеличения объемов продаж музеев, организуются дополнительные виды услуг (открываются кафе, музейные магазины, издаются книги и мультимедийные CD с фотографиями и рассказами о Музее и др.); работа с потенциальными потребителями в сети Интернет и социальных сетях; разработка различных программ лояльности. Таким образом, те или иные маркетинговые мероприятия, позволяют учреждению культуры привлекать посетителей, тем самым повышая объемы продаж и прибыли Музея. Для того, чтобы разработать проект мероприятий для муниципального учреждения культуры «Раменский историко-художественный музей», необходимо перейти к следующей главе исследования.

Глава 3.
Приложения