

Министерство культуры Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры
«КИРИЛЛО-БЕЛОЗЕРСКИЙ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЙ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»**

**Анализ посещаемости Кирилло-
Белозерского музея-заповедника за 2011-
2013 годы**

А.Н.Репина

В Кирилло-Белозерском музее-заповеднике существует отдел по работе с посетителями, главной задачей, которого является формирование планового потока туристов, экскурсантов и организация работы с индивидуальными посетителями.

Культурно-образовательная работа с посетителями проводится по нескольким направлениям:

- работа в экспозиции – обзорные и тематические экскурсии;
- работа с использованием экспозиционных материалов – музейные праздники и тематические мероприятия;
- работа вне музея – лекции, музейные занятия, мастер-классы на основе фондового материала, которые ориентированы на ознакомление с культурными традициями края.

Каковы бы ни были приоритеты в развитии музейного учреждения, одним из главных показателей его состоятельности является посещаемость. Чем больше посетителей – потребителей услуг, предоставляемых музеем, тем эффективнее работа музейного коллектива.

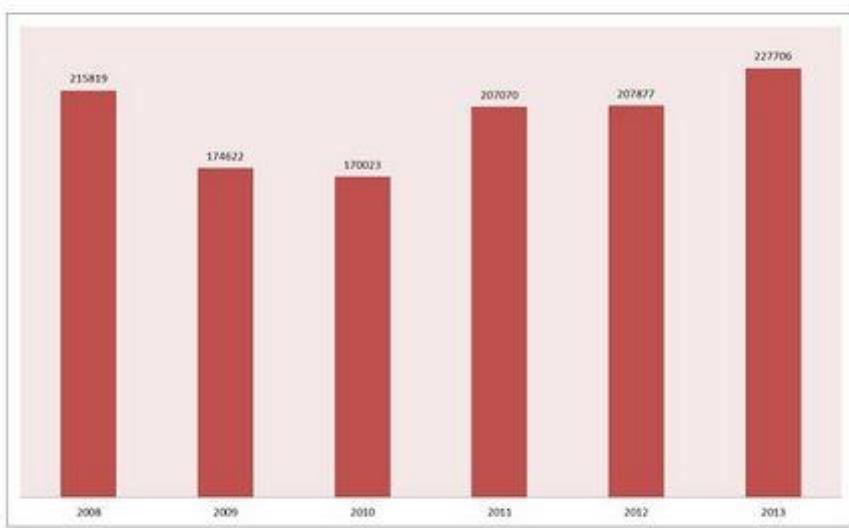
Посещаемость музея.

Для совершенствования деятельности отдела по работе с посетителями и музея в целом необходимо вести работу с посетителем - изучать их потребности и запросы, выявлять целевые аудитории, проводить сегментацию и анализ.

Посещаемость музея с 2008 – 2013 годы (тыс. чел.)

График 1

Посещаемость музея с 2008 – 2013 годы



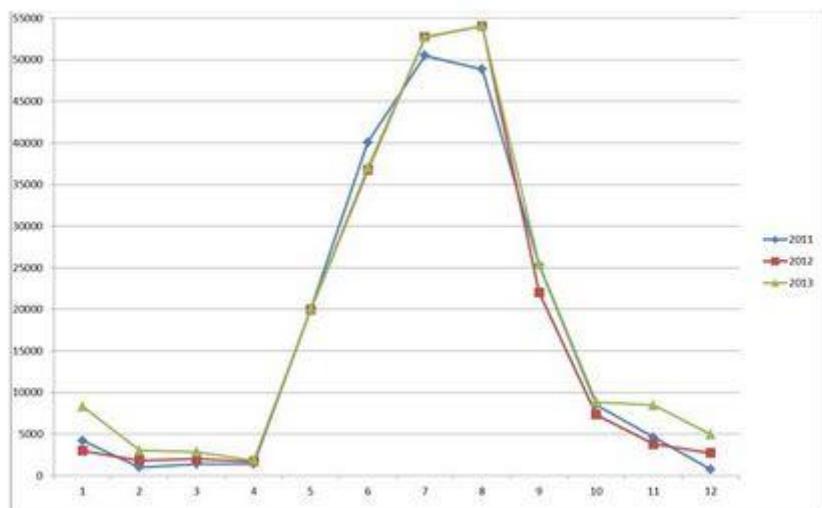
Анализируя общую посещаемость музея за последние шесть лет в 2009 и 2010 годы наблюдается значительный спад, связанный с уменьшением потока туристов в связи с экономическим кризисом, снижением цен на путевки за границу.

На протяжении последних трёх лет видна динамика роста посещаемости в музее. Это связано с планированием посещаемости на каждый квартал и год в целом, пропаганды внутреннего туризма, интерес к родному краю, своей Стране.

Посещаемость музея по месяцам с 2011-2013 годы

График 2

Посещаемость музея по месяцам с 2011-2013 годы

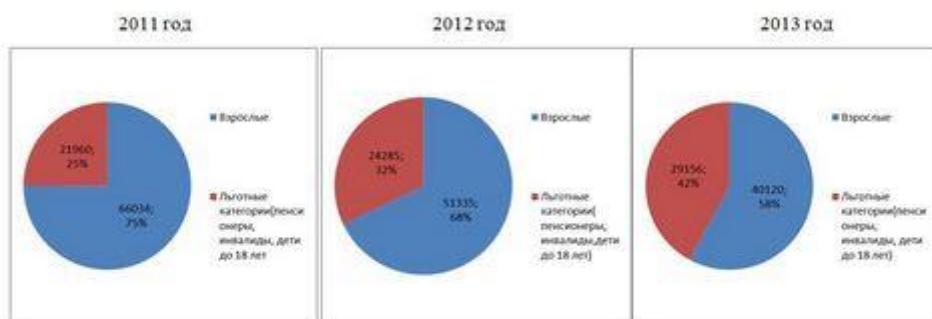


Если рассматривать посещаемость по месяцам можно наблюдать значительный рост с мая по сентябрь, это связано с туристическим сезоном и теплоходными группами. В 2013 году в августе количество туристов составило 54 086 человек, что на 5,5 тысяч больше чем в 2011 году. Всего количество посетителей за туристический сезон 2013 года (за шесть месяцев) составило 198 224 человека, что на 5,2 тысячи человек больше чем в 2012 году и на 4,8 тысяч человек, чем в 2011 году.

График 3

Посещаемость музея по категориям за 2011- 2013 годы

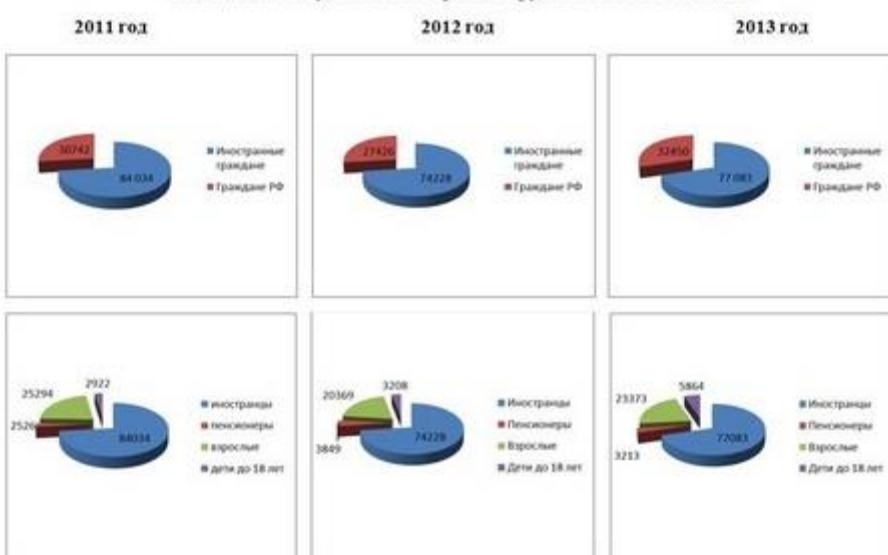
Индивидуальные посетители



Большая часть посетителей - это иностранные граждане, что составляет 73 % всех туристов на протяжении последних трех лет. Увеличилось количество льготных категорий посетителей. Если в 2011 году доля льготников составляла 25 % из общего количества индивидуальных посетителей, то в 2013 уже 42%.

График 4

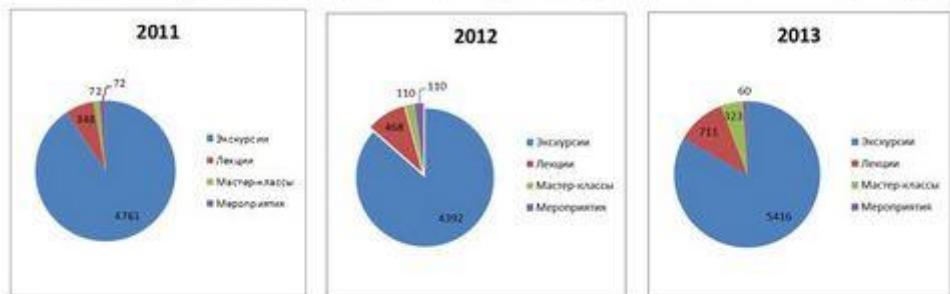
Посещаемость музея по категориям в группах за 2011-2013 годы



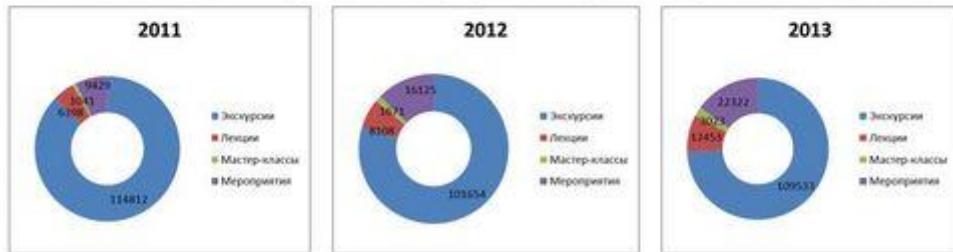
Традиционно в музее проводятся дни открытых дверей для бесплатного посещения экспозиций льготными группами населения. За год таких дней -16 (4 дня открытых дверей и 12 дней семейного отдыха). Всего за 2012 год бесплатно музей посетило 30 603 человека. В 2013 году 48 897 человек, что составляет пятую часть всех посетителей.

В период так называемого межсезонья музей активизирует работу с местным населением. Для этого составляются планы совместной деятельности с образовательными учреждениями города и района. В результате активной работы со школой во второй половине 2013 года, посещение музеиных объектов местным населением по сравнению с 2012 годом увеличилось и составило более 20% от общей посещаемости музея. За 2013 год проведено 98 музейных занятий разных форм для воспитанников дошкольных образовательных учреждений. В современных условиях музею приходится конкурировать со сферой досуга, растить своего посетителя необходимо с самых юных лет.

Количество экскурсий, лекций, мероприятий, мастер классов, проведенных за 2011-2013 годы График 5



Количество посетителей экскурсий, лекций, мероприятий, мастер классов, проведенных за 2011-2013 годы



Программно-проектная деятельность музея.

Неизменным интересом пользуются музейные программы и экскурсии с элементами интерактива.

На сегодняшний день музей работает по 13 научно-просветительным и образовательным программам. Каждая программа ориентирована на свою целевую аудиторию. Из них: дошкольные (*Знакомьтесь, музей*), школьные (*Музей и школа, Ура! У нас каникулы*), молодежные (*Для вас, студенты*), для пенсионеров (*Старшее поколение*), для семейной аудитории (*В музей всей семьей*), прочие (*Народная мастерская, Выездной музей, Музей – Вологодчине, Мы вместе*).

Количество посетителей по музейным программам за 2012 год составило - 15 335 человек, в 2013 году увеличилось более чем на 1,5 тысячи человек. Основную долю, которых составляют дети до 18 лет.

Организация музейных мероприятий и акций остается одной из важнейших форм работы в основном с местным населением. В течение 2013 года в музее проведено 60 мероприятий, которые посетило более 20 тысяч человек. Это и массовые праздники, ставшие уже традиционными (Масленица, Заснеженный город, военно-исторический фестиваль «Стать Севера», пасхальный фестиваль «Красна Горка» и др.) и игровые программы (Волшебный сундучок, Клад в монастыре и др.) Распространенной формой работы является проведение мастер классов. Только за 2013 год было проведено 323 мастер-класса, на которых присутствовало 3023 человека.

Для привлечения внимания широкой общественности и подогревания интереса к своей деятельности музей проводит различные акции. Акция – один из самых действенных способов привлечения аудитории. Другой способ привлечения музейной аудитории – проведение различных конкурсов. Так в 2013 году в связи с юбилейной датой музея, были объявлены четыре конкурса, ориентированные на различную целевую аудиторию, но объединённые одной целью развитие интереса к музею, его роли в жизни общества.

Для успешного функционирования музей должен выполнять самые разные функции, максимально эффективно использовать все свои ресурсы и потенциал, становясь информационным, образовательным, научным, культурным и досуговым центром одновременно. На сегодняшний день вопрос привлечения посетителей в музеи приобретает первостепенное значение. Он должен учитывать потребности и запросы своих посетителей, внедряя новые формы работы. Ставка делается на развлекательный аспект и работу с массовым посетителем, а также можно включить дополнительные сервисы, такие как тематическое кафе, кинозал, детская площадка, которые позволяют музеям стать альтернативой иным местам проведения досуга.