

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

Научная статья

# **Анализ результатов социологического исследования мнения турфирм о предлагаемых музеем услугах**

Л.Н. Акимова

В 2016 году сотрудниками отдела по работе с посетителями Кирилло-Белозерского музея-заповедника было разработано социологическое исследование различных целевых групп музея. Основной целью исследования являлось изучение структуры аудитории, мнений и интересов посетителей, их удовлетворенности посещением музея, а также выявление ключевых моментов в его работе с посетителями с целью повышения качества и доступности услуг. Объектом исследования является музейная аудитория (потенциальные и реальные посетители музея).

Для реализации поставленных исследовательских задач предполагалось проведение исследования в несколько этапов с заключительным обобщением и анализом результатов в конце года.

На первом этапе исследования музейной аудитории объектом являлись реальные посетители музея. Для них было предложено несколько форм анкетирования, что является одним из наиболее эффективных методов получения информации об интересах аудитории. В печатном виде анкета для социологического опроса распространялась по экспозициям и кассам музея, где посетители могли заполнить ее непосредственно в момент посещения. В электронном виде анкета была размещена с помощью электронного ресурса [webanketa.com](http://webanketa.com) на официальном сайте музея и в социальных сетях с возможностью онлайн-заполнения<sup>1</sup>. Анализ результатов данного исследования уже был опубликован ранее<sup>2</sup>.

На втором этапе исследования предполагалась работа в фокус-группах, изучение мнения различных целевых групп, таких как школьники, студенты, учителя, представители туристических фирм о предлагаемых музейных продуктах.

В апреле 2017 года было проведено исследование для дошкольных образовательных учреждений, являющихся также целевой аудиторией в рамках музейной программы «Знакомьтесь, музей!». В социологическом опросе, проводившемся в четырех дошкольных образовательных учреждениях г. Кириллова, приняли участие 152 респондента. Для исследования был выбран метод анкетирования, определены две целевые группы: 1) методисты и воспитатели дошкольных образовательных учреждений; 2) родители дошкольников средних, старших и подготовительных групп. Данное исследование продемонстрировало результативность реализации программы «Знакомьтесь, музей!» и выявило такие ее недостатки, как несоответствие некоторых занятий возрастным особенностям детей, недостаточное применение игровых приемов на экскурсиях. В связи с этим, было принято решение о доработке методики проведения экскурсии и занятий для дошкольников<sup>3</sup>.

Следующей целевой группой для исследования мнения о работе и услугах музея были выбраны туристические фирмы, сотрудничающие с музеем-заповедником. Ежегодно количество посетителей в составе организованных экскурсионных групп составляет около 40% от общего количества всех посетителей музея. Большинство турфирм работает с музеем на основе договора. В текущем году были заключены договоры с 37 турфирмами, но наиболее эффективно сотрудничают с музеем примерно 15 из них. Среди этих фирм и был проведен опрос.

Для сопровождающих экскурсионных групп в печатном виде анкета с социологическим опросом распространялась по кассам музея, в электронном виде она была сформирована с помощью электронного ресурса [webanketa.com](http://webanketa.com) и разослана по электронной почте сотрудникам турфирм с возможностью онлайн-заполнения.

В социологическом опросе приняло участие 14 турфирм, занимающихся въездным туризмом. Анкета для опроса содержала 11 вопросов по таким разделам, как качество сотрудничества в целом, финансовая сторона сотрудничества, качество предоставляемых музеем услуг и уровень его инфраструктуры.

Качество сотрудничества оценивалось по таким направлениям, как партнерские отношения и заинтересованность турфирмы в сотрудничестве с музеем.

Большинство турфирм присвоили максимальный балл по 10-ти балльной шкале отношениям с музеем и своей заинтересованности в них (Рис. 1).

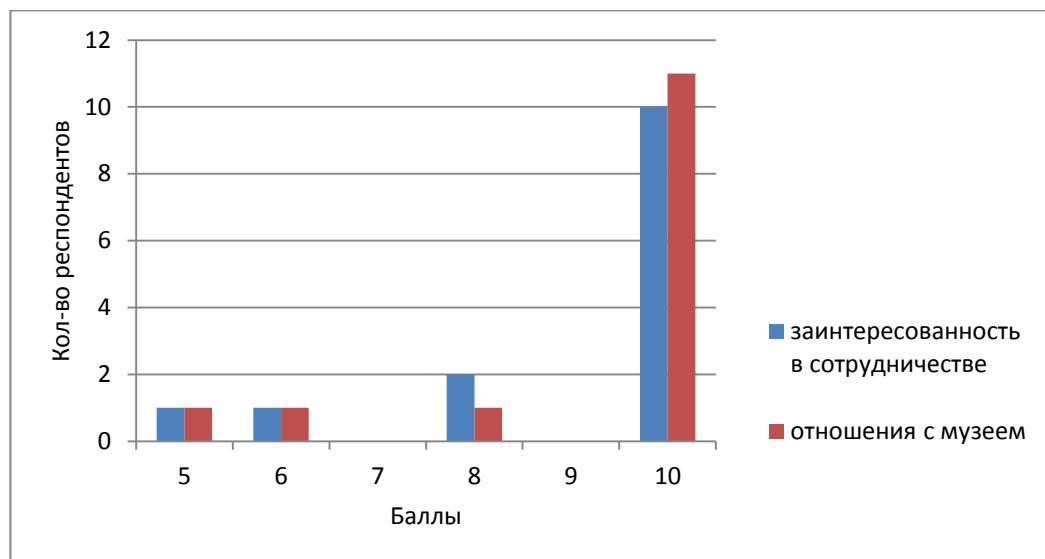


Рис. 1. Оценка партнерских отношений с музеем и заинтересованности турфирмы в них

В разделе «Финансовая сторона сотрудничества» требовалось оценить по трем критериям (занесенная, адекватная или заниженная) стоимость предоставляемых в музее услуг, а также соответствие цены их качеству. Большинство респондентов (93%) отметило цены музея как «адекватные», и лишь один человек назвал их заниженными (Рис. 2).

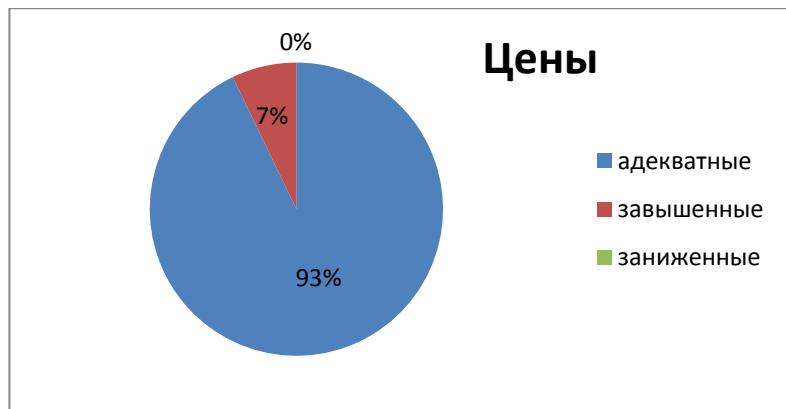


Рис. 2. Уровень цен на посещение музея

Для 50% опрошенных цена полностью соответствует качеству предоставляемых музеем услуг (Рис. 3).

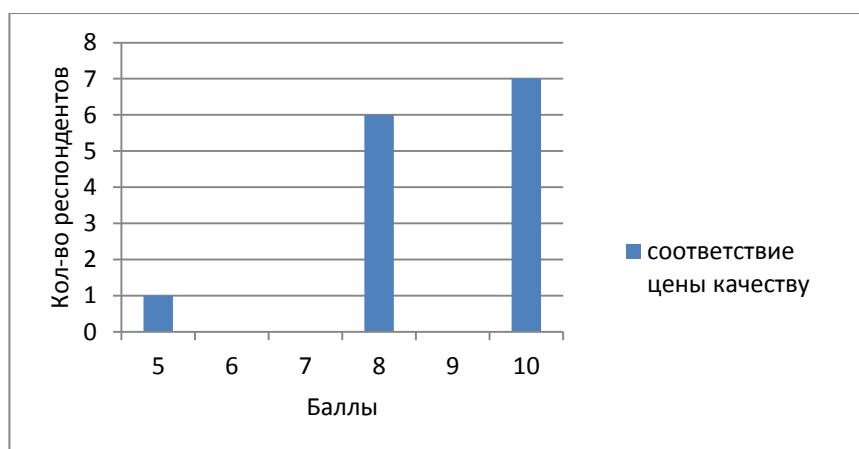


Рис. 3. Соответствие цены качеству предоставляемых музеем услуг

В разделе «Качество услуг» респонденты поставили достаточно высокие баллы практически по всем параметрам. Уровень предоставления информации о предлагаемых музеем услугах 50% опрошенных оценили как «высокий», еще 50% – как «средний».

Для 79% представителей турфирм процедура покупки билетов была оценена как удобная и очень удобная, 21% назвал данную процедуру неудобной (Рис. 4).

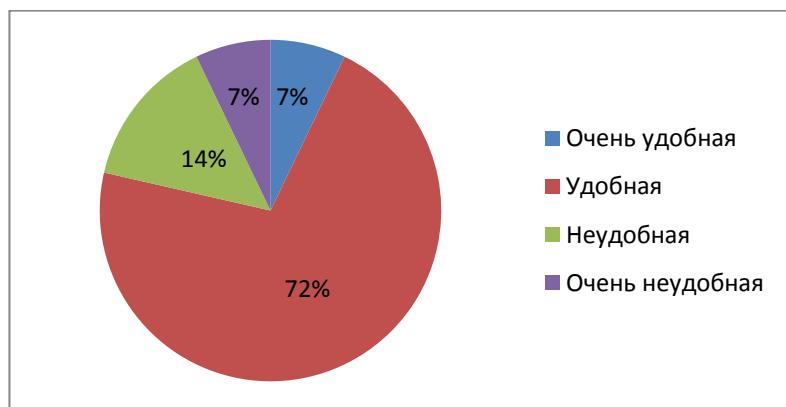


Рис. 4. Оценка процедуры покупки билетов

Большой интерес, по мнению представителей турфирм, у экскурсантов вызывают экскурсии, выставки и экспозиции. Но большая часть опрошенных выбрала вариант ответа «Все интересно» (Рис. 5).

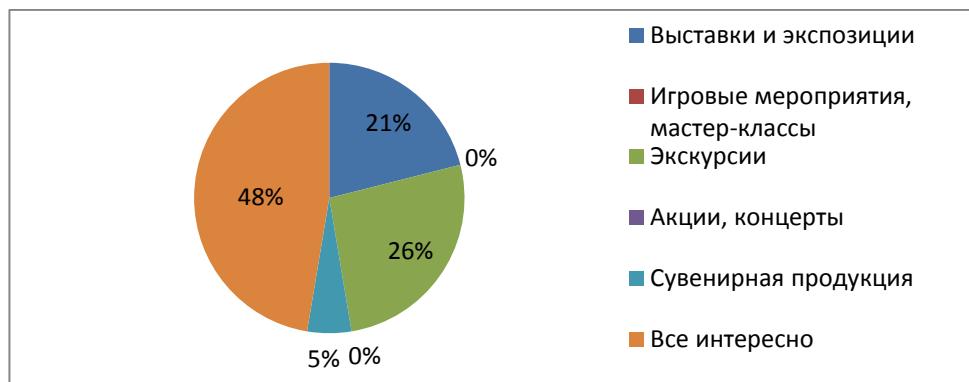


Рис. 5. Распределение экскурсантов по интересам

Каждая третья турфирма готова заложить в тур на посещение музея более двух часов, но большинство (64%) придерживается традиционной схемы и организует посещение музея в течение одного-двух часов (Рис. 6).

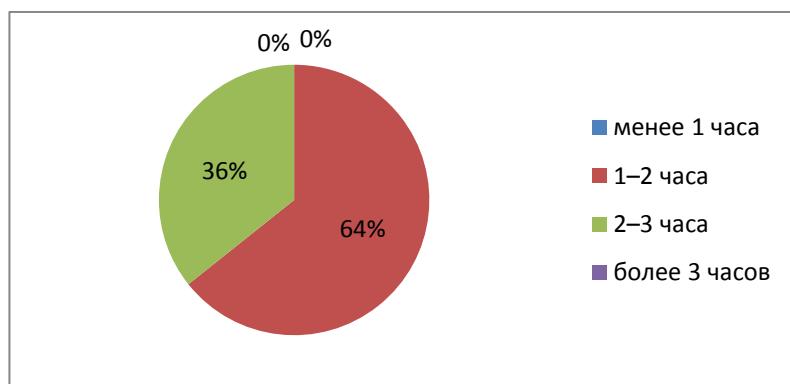


Рис. 6. Количество часов на посещение музея, которое турфирма готова заложить в тур

Качество проводимых в музее экскурсий предлагалось оценить по 10-ти балльной шкале. Большинство (93%) респондентов дали оценку качеству экскурсий от 8 до 10 баллов, и лишь 1 человек – средний балл (Рис. 7).

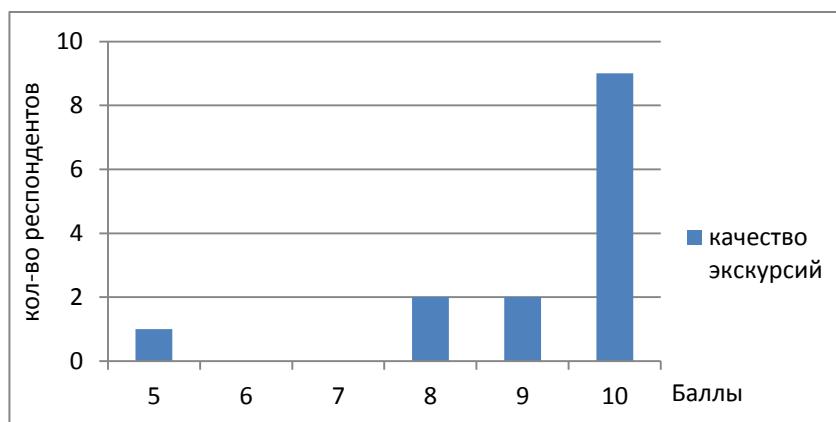


Рис. 7. Оценка качества экскурсионного обслуживания в музее

Также турфирмам при опросе предлагалось оценить по трехбалльной шкале (хорошо/средне/плохо) уровень комфортности посещения музея по следующим параметрам: вежливость сотрудников, вход в музей, проход групп по залам, места для отдыха в залах, удобство ориентирования в залах и на территории музея, благоустроенность территории. Были получены следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1. Оценка комфортности посещения музея

Параметры	Количество человек			Средний балл
	Хорошо	Средне	Плохо	
Гостеприимство, вежливость сотрудников	11	3	0	2,8
Вход в музей	12	2	0	2,9
Проход групп по залам	12	2	0	2,9
Места для отдыха в залах	8	6	0	2,6
Удобство ориентирования в залах музея	9	5	0	2,6
Удобство ориентирования на территории музея	10	4	0	2,7
Благоустроенность территории музея	8	5	1	2,5

Согласно данным таблицы, наименьшее количество баллов набрали пункты «Благоустроенность территории музея», «Места для отдыха в залах» и «Удобство ориентирования в залах музея», т.е. это те аспекты работы музея, на которые необходимо обратить особое внимание и которые нуждаются в улучшении.

По всем параметрам большинство респондентов присвоили оценку «хорошо», одна отрицательная оценка была дана благоустроенности территории, треть опрошенных дали среднюю оценку удобству ориентирования в залах и на территории музея, благоустроенности территории и наличию мест для отдыха в залах (Рис. 8).

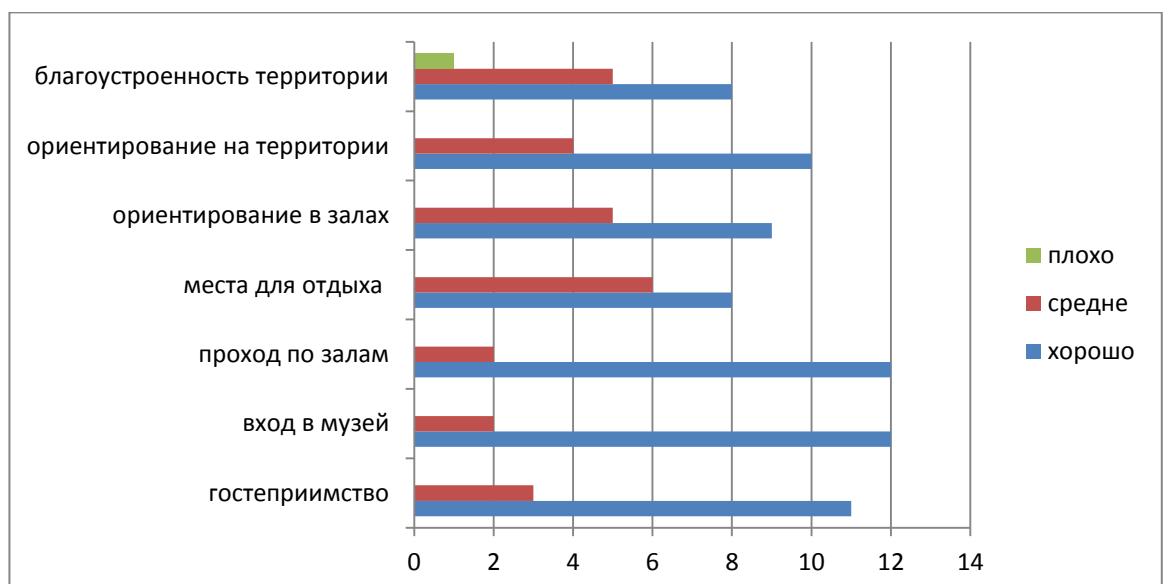


Рис. 8. Оценка комфортности посещения музея

В разделе «Уровень инфраструктуры» требовалось отметить те элементы инфраструктуры музея, которые, по мнению респондентов, нуждаются в улучшении, и внести свои предложения по ее изменению. Анализ пожеланий опрошенных показал, что им бы хотелось улучшить такие элементы инфраструктуры музея как зоны отдыха (43%), автостоянка (36%), кафе (14%), туалеты (14%). 36% респондентов устраивает абсолютно все (рис. 9).

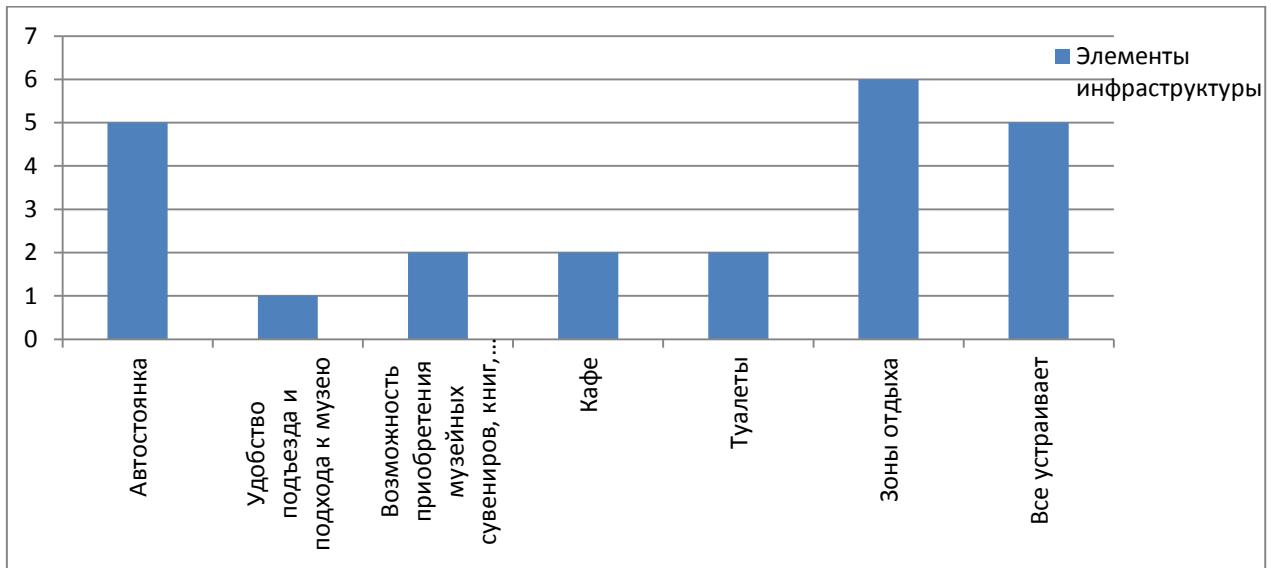


Рис. 9. Элементы инфраструктуры музея, нуждающиеся в улучшении

Также респондентам было предложено выбрать ответы или написать свое мнение о тех изменениях в работе музея, которые бы им хотелось видеть. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2. Предложения по изменениям в работе музея

Изменения в работе музея	Количество человек
Оборудовать места для отдыха	64% (9 человека)
Разместить больше стендов с информацией об истории и памятниках музея	43% (6 человек)
Проводить больше мероприятий	50% (7 человек)
Привести в порядок зеленые насаждения	43% (6 человек)

Для улучшения инфраструктуры музея и более комфортного пребывания туристов на его территории большинство турфирм (64%) предложило оборудовать места для отдыха, больше трети опрошенных предложили увеличить количество стендов с информацией об истории и памятниках музея, проводить больше мероприятий (мастер-классов, интерактивных занятий, фестивалей) и привести в порядок зеленые насаждения. Отдельно было высказано пожелание оборудовать гардеробы в Трапезной палате и Архимандричьем корпусе.

Кирилло-Белозерский музей-заповедник, безусловно, влияет на туристический потенциал региона, имеет высокую степень популярности в туристической сфере и, соответственно, включается в различные туристические маршруты. Но для того чтобы продолжалось и развивалось дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество музея и туристических организаций, необходимо выявление сильных и слабых сторон во взаимоотношениях музея с туристическим сообществом и решение имеющихся проблем, в чем и могут помочь результаты проведенного исследования.

---

<sup>1</sup> Акимова Л.Н. Изучение музейной аудитории // сайт: Кирилло-Белозерский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник. URL:

[http://kirmuseum.org/issledovatelyam/64\\_elektronnaya\\_biblioteka/stati\\_sotrudnikov/4229\\_file.pdf](http://kirmuseum.org/issledovatelyam/64_elektronnaya_biblioteka/stati_sotrudnikov/4229_file.pdf) (дата обращения: 10.11.2017).

<sup>2</sup> Акимова Л.Н. Анализ результатов социологического исследования музейной аудитории // сайт: Кирилло-Белозерский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник. URL:

[http://kirmuseum.org/issledovatelyam/64\\_elektronnaya\\_biblioteka/stati\\_sotrudnikov/4953\\_file.pdf](http://kirmuseum.org/issledovatelyam/64_elektronnaya_biblioteka/stati_sotrudnikov/4953_file.pdf) (дата обращения: 10.11.2017).

<sup>3</sup> Усова Т.В. О результативности реализации программы «Знакомьтесь, музей!» // сайт: Кирилло-Белозерский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник. URL:

[http://kirmuseum.org/issledovatelyam/64\\_elektronnaya\\_biblioteka/stati\\_sotrudnikov/7146\\_file.%D0%92](http://kirmuseum.org/issledovatelyam/64_elektronnaya_biblioteka/stati_sotrudnikov/7146_file.%D0%92) (дата обращения: 10.11.2017).

Любовь Николаевна Акимова  
зав. сектором методической работы  
отдела по работе с посетителями,  
Кирилло-Белозерский историко-архитектурный  
и художественный музей-заповедник  
e-mail: [luba\\_akimova@mail.ru](mailto:luba_akimova@mail.ru)