

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

Научно-популярная статья  
**Результаты исследования  
мнения посетителей музея за 2019 год**

Н.В. Зовутина

Музей как культурный центр в большей степени обращен к личности, берет на себя функции организации досуга граждан, реагируя на социальный заказ, стиль жизни. Именно аудитория выдвигает запросы музею, формируя вектор его развития, поэтому так важно исследование её мнения<sup>1</sup>.

Кирилло-Белозерский музей-заповедник ежегодно проводит социологический опрос среди своих посетителей, целью которого является изучение их мнения о качестве и доступности музейных услуг. Для этого в 2016 году сотрудниками отдела по работе с посетителями была разработана анкета. Ежегодно она включала 23 вопроса и предполагала один или несколько вариантов ответа, а также «открытый» вариант или оценку. Структура исследования содержит несколько аспектов: социальный портрет посетителей музея, информированность о деятельности музея, периодичность и причина посещения музея, удовлетворенность посетителей качеством предоставляемых услуг, целевые ожидания посетителей. В течение года желающие заполняют анкету на экспозициях и кассах музея. По окончании года результаты анкетирования изучались и обрабатывались.

В 2019 году также был проведён социологический опрос среди посетителей музея, в нём приняли участие 26 человек. Большинство из них приехали в музей из Москвы и Вологды, а некоторые туристы прибыли из Мурманска, Саратова, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Череповца, Московской и Архангельской областей.

Согласно результатам анкетирования, преобладающую часть посетителей составили женщины (65%), остальная часть опрошенных – мужчины (35%). По возрасту посетители делились на несколько групп: до 15 лет, 16–25 лет, 26–35 лет, 36–55 лет и старше 55 лет. По сравнению с 2016 годом возраст опрашиваемых не изменился, основная часть посетителей музея в возрасте 36–55 лет, что составило ровно половину всех опрашиваемых (50%), в возрасте от 16 до 25 (25%), от 26 до 35 лет (15%), старше 55 лет (12%). Соответственно, произошло распределение по группам и по роду занятий – большинство посетителей работают – 80%, студентов – 11%, пенсионеров – 8%, из них высшее образование имеют 62% участников опроса, среднее профессиональное – 23%, среднее 15%.

По результатам анкетирования в 2019 году большинство туристов посетили музей впервые – 62%, но некоторые посещали его 3–4 раза в год – 11% и даже 1 раз в месяц – 7%. Соответственно, музей обладает небольшой постоянной аудиторией, поэтому необходимо привлекать, как новых посетителей, так и мотивировать тех, кто уже его посещал.

Интересно, что в последнее время основным информационным источником о музее, по оценкам респондентов, становятся друзья и знакомые, которые бывали в музее раньше и, им здесь очень понравилось. Подавляющее большинство опрошенных (58 %) назвали этот информационный канал в качестве основного и наиболее предпочтительного. Некоторые посетители связаны с музеем своей профессиональной деятельностью (15%), или родились в городе Кириллов (3%). Небольшое количество туристов узнали о музее самостоятельно, но не уточнили об источнике знаний. И лишь незначительная часть респондентов была осведомлена о музее из рекламы и интернета (по 3%), это говорит о недостаточной и не всегда полной представленностью информации о музее в современном информационном пространстве.

Существуют различные причины, по которым посетители приезжают в музей, в одном из вопросов анкеты необходимо было их указать. Так как история Кирилло-Белозерского монастыря насчитывает несколько веков, она невероятно богата и интересна, эти места, несомненно, притягивают туристов. Поэтому значительная часть респондентов выбрали вариант «интересуюсь историей» (35%), и несколько человек ответили «люблю музеи» (15%), но большинство гостей отметили вариант «всегда хотели побывать в музее» (50%), скорее всего это те посетители, которые приехали в музей впервые. Также незначительная часть опрошенных – 19% приехали в музей, чтобы поучаствовать в его мероприятиях, на праздник «Масленица» и фестиваль «В снегах Кириллова».

Следующие вопросы касались исследования мнения посетителей музея о качестве и доступности музейных услуг и их оценки.

Как отмечают большинство посетителей, добираться до музея им было удобно (82%) и лишь небольшая часть отметила, что неудобно (8%).

Значительная часть посетителей оценила уровень предоставления информации о предлагаемых музеем услугах как высокий (54%) и средний (42%), очень низкий выбрало небольшое количество респондентов (8%).

Для большей части людей стоимость билетов в музей на услуги и посещение выставок приемлемая, так как значительная часть респондентов в этом вопросе отметила вариант «средняя», но для некоторых туристов (23%) она всё-таки кажется высокой. Несколько респондентов не покупали билеты, а просто гуляли по территории музея и посетили сувенирные магазины.

Основная часть посетителей (58%) оценили процедуру покупки (бронирования) билетов как удобную или очень удобную (19%), и только незначительной части респондентов (7%) было неудобно приобретать билеты.

Как оказалось, многим гостям в музее интересно всё, но на большинство всё-таки произвели впечатление постоянные экспозиции (58%). В меньшей степени интерес вызвали экскурсии, игровые мероприятия, мастер-классы и временные выставки. Это связано, вероятно, с тем, что большинство респондентов самостоятельно знакомилось с музеем (92%). В процессе осмотра экспозиции значительная часть респондентов получила достаточно информации о ней (54%), либо скорее достаточно (31%), и лишь небольшое количество гостей, отметили вариант «скорее недостаточно» (8%). Туристам, которые знакомились с музеем на экскурсии (8%), понравилось экскурсионное обслуживание, посетители, воспользовавшиеся для осмотра музея аудиогидом (4%), были удовлетворены качеством предоставленной им информации.

Время, которое одиночные посетители выделяют для осмотра музея, индивидуально. Большинству требуется для ознакомления с экспозициями и территорией более двух часов (по 31 %) или от одного до двух часов (на экспозицию (31%), на территорию (19%). Небольшая часть респондентов проводит в экспозиционных залах и на территории музея менее одного часа, чаще всего это связано с тем, что туристы были либо проездом в музее, либо в составе туристической группы, где время посещения ограничено.

В ходе опроса выяснилось, что некоторым респондентам в музее понравилось всё, но больше всего экспонаты (31%), а также информативность экспозиции (18%) и художественное оформление (20%). Несколько человек отметили, что им «не понравилось» в музее стоимость услуг (3%) и техническое оснащение (3%).

Конечно, клиенты заинтересованы изучить представленные музеем материалы, но совершить это каждому намного удобнее в комфортной для него форме. Несколько респондентов (31%) поставили наивысшую оценку («хорошо») комфортности посещения музея по всем параметрам: гостеприимство, вежливость сотрудников, освещённость, температура воздуха в залах, место для отдыха в залах, удобство ориентирования в залах музея, удобство ориентирования на территории музея, благоустроенность территории музея. Большинство респондентов дали наивысшую оценку (по 88 %) гостеприимству и вежливости сотрудников музея, освещенности и температуре воздуха в залах. В основном наивысшая оценка комфортности посещения музея поставлена посетителями по всем параметрам, в меньшей степени – средняя, и только некоторые участники отмечали плохое ориентирование на территории музея (19 %).

Не всех туристов полностью удовлетворяет и инфраструктура музея, некоторые из них считают, что в улучшении нуждаются туалеты (39%), автостоянка (35%) и зоны отдыха (35%). Полностью же всё устраивает незначительную часть посетителей (23%).

В соответствии с этим многие респонденты (42%) предлагают оборудовать места для отдыха, большинство (50%) считают, что необходимо отреставрировать исторические здания и разместить больше стендов с информацией об истории и памятниках музея (53%). Некоторые гости предложили обеспечить возможность приобретения билетов на всех выставках и экспозициях, а также увеличить количество туалетов и сделать их бесплатными для туристов.

Несмотря на замечания, большинство посетителей (88%) собираются вернуться в музей вновь и порекомендуют его своим близким друзьям и знакомым, а значит, в целом у них остались положительные эмоции от его визита.

В дальнейшем в процессе своей работы сотрудники музея будут продолжать изучение мнения посетителей о качестве и доступности музейных услуг, а в настоящее время с целью их повышения необходимо учесть все замечания и отрицательные оценки опрашиваемых посетителей.

Наталья Владимировна Зовутина  
экскурсовод 1 категория  
отдела по работе с посетителями,  
Кирилло-Белозерского историко-архитектурного  
и художественного музея-заповедника  
[www.kirmuseum.org](http://www.kirmuseum.org)

#### Список литературы

Акимова Л.Н. Анализ результатов социологического исследования музейной аудитории. 2016, 15 с. Сайт Кирилло-Белозерского музея-заповедника. Режим доступа: [https://kirmuseum.org/ru/issledovatelyam/64\\_elektronnaya\\_biblioteka?page=1](https://kirmuseum.org/ru/issledovatelyam/64_elektronnaya_biblioteka?page=1)

---

<sup>1</sup> Глухова, И. Л. Музей и посетитель: новые подходы во взаимодействии в современном мире / И. Л. Глухова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 24 (210). — С. 341-344. — URL: <https://moluch.ru/archive/210/51413/> (дата обращения: 26.10.2020).