

НАЧАЛО МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МУЗЕЕ

Серьезные социальные и экономические преобразования, происходящие в нашей стране, оказывают глубокое воздействие на все стороны культурной жизни, в т.ч. и на музеи, которые вынуждены теперь искать новые способы выживания и которые все еще находятся в переходном состоянии.

Чувашский национальный музей располагает богатой и разнообразной коллекцией, осуществляет многостороннюю деятельность, постоянно расширяет ее сферы, но жизнь не стоит на месте и возникает необходимость разрабатывать все новые и новые направления в деятельности музея, учитывая, прежде всего, запросы и желания посетителей. К изучению музейной аудитории, как показывает жизнь, в наше время нужно подходить более серьезно, так как изменения во вкусах и воззрениях людей происходит чрезвычайно быстро. С этой целью в Чувашском национальном музее в отчетном году было проведено маркетинговое исследование.

Для сбора данных о посещаемости, демографических характеристиках и особенностях образа жизни посетителей экскурсионно-методический отдел совместно с ведущими филиалами провел анкетирование, анализ итогов которого поможет улучшить работу с музейной аудиторией.

Наш музей, как музей разнопрофильный, в значительной степени нацелен на работу с подрастающим поколением, поэтому основными посетителями являются учащиеся школ и студенты (126 000 чел.). Мы надеемся, что разработанная система социологического исследования поможет в будущем создать специальную программу для совместной работы и эффективного сотрудничества со школами и учебными заведениями города и республики.

По данным анкетирования (было опрошено 100 человек в Чувашском национальном музее и его филиалах) 40% посетителей музея составляет молодежь в возрасте от 15 до 22 лет. Частота посещений существенно колеблется: от случайных единичных до более одного раза в год (школьники и студенты, посещающие музей в рамках школьного и вузовского образования).

Типичный посетитель музея имеет высшее образование (40%). Частота посещений среди женщин выше, чем у мужчин (52%). Возрастной диапазон посетителей зависит от содержания музейной экспозиции: краеведческий отдел и Музей воинской Славы привлекательны для школьников, студентов и семей, одиночные посетители предпочитают посещать выставки разного профиля. После 55 лет люди реже ходят в музей (всего 6% опрошенных).

Как и прежде, любимыми средствами коммуникации для многих посетителей являются осмотр экспозиций и выставок с экскурсоводом – это относится и к группе, и к одиночному посетителю. 89% опрошенных посетителей указали на потребность участвовать в экскурсии, прослушать её, а затем осмотреть музей самостоятельно. Чаще всего посетителей побуждает прийти в музей добрая молва, живой отклик знакомого человека.

Замечания и пожелания посетителей можно разделить на две группы: одни полностью удовлетворены обслуживанием посетителей и содержанием выставок и экспозиций, другие желают, чтобы услуги были более разнообразными, так как музей ими рассматривается не только как средство получения информации и объект туризма, но и как способ заполнения досуга и развлечения.

Для увеличения числа посетителей и поощрения повторных посещений желательно применить конкретные меры, такие, например, как установление сниженной входной платы для семей, рекламная кампания, розничная торговля фирменной продукцией, органи-

зация общественного питания. Все это в общем – забота об удобствах для посетителей, которая окажет благотворное влияние на мнение общественной среды о музее.

Материалы исследования в значительной степени дали нам реальную картину того, что представляет собой музейная публика, социальный статус музея, позволили выявить проблемы в культурно-образовательной деятельности музея.

Но самым эффективным и результативным подходом в изучении посетителей является её планомерность и систематичность. Нужно разработать исследовательскую программу, рассчитанную на несколько лет. Условием успеха такой программы станет участие в ней всех сотрудников музея и его филиалов, работающих с публикой, и включение в нее образовательных программ и книги отзывов посетителей.