

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления наименование	Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» наименование
Направление подготовки	43.03.02 «Туризм» код и наименование
Профиль	«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

«Разработка рекомендаций Пензенской областной картинной галереи
по повышению качества экскурсионного обслуживания»

Студент	18ЭТ1 номер группы	16.06.2022 подпись, дата	Сухова Анастасия Антоновна ФИО полностью
Руководитель	ФГБОУ ВО «ПГУ» наименование организации	К.Э.Н., доцент звание, должность	Бижанова Е.М. фамилия, инициалы
Нормоконтролёр	К.Э.Н., доцент звание, должность	16.06.2022 подпись, дата	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № ____)

И.о. заведующего кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

Гамидуллаева Л.А.
подпись фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № ____)

Секретарь ГЭК

Балахонова Е.В.
подпись фамилия, инициалы

Пенза 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»

д.э.н., проф. _____ Семеркова Л.Н.

ЗАДАНИЕ
по бакалаврской работе студенту
Суховой Анастасии Антоновне

(ФИО)

1. Тема работы: «Разработка рекомендаций Пензенской областной картинной галереи по повышению качества экскурсионного обслуживания».

2. Срок сдачи студентом законченной работы: 16 июня 2022 г.

3. Исходные данные к работе: Аналитика музейных услуг, Разработка рекомендаций по улучшению экскурсионного обслуживания в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого.

4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов):

Исследование состояния и тенденций на рынке музейных услуг в мире и в России, Анализ опыта применения цифровых технологий в музеях России, Анализ деятельности предприятия ГБУК «Пензенская областная картинная галерея им. К. А. Савицкого» и его конкурентов рынке г. Пенза, Экскурсионное обслуживание с использованием цифровых технологий в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого, Разработка рекомендации по внедрению аудиогuida для улучшения экскурсионного обслуживания, Расчет стоимости внедрения разработанных рекомендаций

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей): демонстрационные слайды, раздаточный материал

Дата выдачи задания: 21 февраля 2022 г.

Руководитель: _____
(подпись)

Задание принял к исполнению: 21 февраля 2022 г.

(дата)

(подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	21.02.2022	13.06.2022	
Введение	12.06.2022	13.06.2022	
1.1 Исследование состояния и тенденций на рынке музейных услуг в мире и в России	21.02.2022	01.04.2022	
1.2 Анализ опыта применения цифровых технологий в музеях России	12.03.2022	05.05.2022	
1.3 Анализ деятельности предприятия ГБУК «Пензенская областная картинная галерея им. К. А. Савицкого» и его конкурентов рынке г. Пенза	12.05.2022	08.06.2022	
2.1 Экскурсионное обслуживание с использованием цифровых технологий в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого	12.05.2022	08.06.2022	
2.2 Разработка рекомендации по внедрению аудиогuida для улучшения экскурсионного обслуживания	01.06.2022	09.06.2022	
2.3 Расчет стоимости внедрения разработанных рекомендаций	01.06.2022	09.06.2022	
Заключение	09.06.2022	13.06.2022	
Глоссарий	12.06.2022	13.06.2022	
Список использованных источников	09.06.2022	13.06.2022	
Приложения	09.06.2022	14.06.2022	

Руководитель бакалаврской работы _____
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: «Разработка рекомендаций Пензенской областной картинной галереи по повышению качества экскурсионного обслуживания»

Автор бакалаврской работы: Сухова А.А., группа 18ЭТ1

Руководитель бакалаврской работы: Бижанова Е.М.

Год защиты бакалаврской работы: 2022.

Актуальность темы состоит в том, что с развитием цифровизации и автоматизации на рынке музейных услуг изменился спрос посетителей на экскурсионное обслуживание. Чтобы активно продвигаться на российском и рынке и делиться культурным просвещением с музейной аудиторией, необходимо внедрять инновационные технологии в работу предприятия и специфику оказания услуг.

Целью бакалаврской работы является разработка рекомендаций Пензенской областной картинной галереи по повышению качества экскурсионного обслуживания.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- Проанализировать состояние и тенденции на рынке музейных услуг в мире, России и Пензе.
- Проанализировать опыт внедрения цифровых технологий в музеях России.
- Проанализировать деятельность предприятия Пензенской областной картинной галереи им. К. А. Савицкого и ее конкурентов на рынке г. Пенза.
- Разработать рекомендации по внедрению аудиогuida для улучшения экскурсионного обслуживания.
- Рассчитать стоимость внедрения разработанных рекомендаций.

В ходе выполнения работы проанализированы отчеты агентств маркетинговых исследований ГидМаркет и DiscoveryResearchGroup, посещены конференции специалистов в области туризма: «Moscow Guide Day», «Количественные исследования в индустрии гостеприимства, туризма и спорта». В ходе проведенного анализа (исследования) выявлены высокий уровень качества обслуживания и ценность музейных фондов российских музеев на мировом рынке, а так же растущий уровень спроса на услуги Пензенской картинной галереи.

В работе обоснована эффективность и востребованность рекомендаций по внедрению инновационных технологий в процесс экскурсионного обслуживания в музее.

Автором работы предложен проект по внедрению инновационной системы аудиогuida на русском и английском языках в основную экспозицию Пензенской картинной галереи.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: кабинетное исследование и составление анкеты и проведение анкетирования.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в возможности реализации проекта при согласовании предложения с директором Пензенской областной картинной галереи им. К. А. Савицкого.

Объем бакалаврской работы составляет 79 страниц формата А4. Работа содержит 7 таблиц, 28 рисунков и 2 приложения, 64 использованных источника.

Содержание

Введение	4
1 Аналитика рынка музейных услуг	7
1.1 Исследование состояния и тенденций на рынке музейных услуг в мире и в России	7
1.2 Анализ опыта применения цифровых технологий в музеях России ...	20
1.3 Анализ деятельности предприятия ГБУК «Пензенская областная картинная галерея им. К. А. Савицкого» и его конкурентов на рынке г. Пенза	29
2 Разработка рекомендаций по улучшению экскурсионного обслуживания в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого	46
2.1 Экскурсионное обслуживание с использованием цифровых технологий в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого	46
2.2 Разработка рекомендации по внедрению аудиогuida для улучшения экскурсионного обслуживания	55
2.3 Расчет стоимости внедрения разработанных рекомендаций	60
Заключение	65
Глоссарий	68
Список использованных источников	71
Приложения	80

Введение

В условиях современного мира возникает острая необходимость в развитии внутреннего туризма. Благодаря тому, что у России насыщенная история государства и культуры, а так же богатый музейный фонд, страна обладает огромным потенциалом к развитию внутреннего туризма. Конкуренция на сегодняшний день среди музеев и галерей доказывает, что ценный музейный фонд не является основным критерием успешного привлечения посетителей. Немаловажную роль играет наличие нового технического оснащения, цифровых технологий и оборудования.

Актуальность темы выпускной работы состоит в том, что с развитием цифровизации и автоматизации за последние пять лет изменился спрос посетителей культурных объектов на экскурсионное обслуживание. Для того, чтобы активно продвигаться на российском и мировом рынке, а так же делиться культурным просвещением с широкой музейной аудиторией, необходимо внедрять инновационные технологии в работу предприятия, а так же в специфику оказания услуг.

Однако инновации необязательно должны представлять из себя исключительно новый туристский продукт, инновацией может быть в несколько раз усовершенствованный туристский продукт или услуга. С использованием модернизации процессов организации экскурсионного обслуживания музей учитывает спрос и потребности своей аудитории, а так же создает доступную среду для различных сегментов посетителей.

Наличие в музее усовершенствованной экскурсии с инновационным техническим оборудованием сразу возвышает тот в глазах посетителей. Одновременно с этим, для формирования наиболее успешного инновационного экскурсионного обслуживания музеем требуется систематическое общение со своей аудиторией и получение обратной связи. Теперь социальные сети и официальный сайт музея являются не только средством продвижения на рынке,

но и средством коммуникации со своими посетителями, а так же одним из способов организации инновационной экскурсии.

Сегодня посетитель музея требует новые формы подачи информации, ценит наличие на территории проведения экскурсии аудио- и видеоконтента. Кроме того, в условиях пережитой пандемии спрос на активное посещение туристских объектов снизился, как и сам интерес к культуре и истории. Из-за того, что музеи зачастую не меняют организацию экскурсионного обслуживания и не заказывают техническое оборудование для своих экспонатов, среди потенциальной аудитории снижается интерес и господствуют предрассудки о «скучности и неинтересности» экскурсии.

Благодаря развитию инновационных подходов к организации экскурсионного обслуживания, возникает шанс использовать новейшие технологии и достижения техники в музеях. На рынке музейных услуг в условиях растущей конкуренции, среди российских музеев появится стимул к дальнейшему развитию, что обеспечит массовое культурное просвещение и вернет интерес молодежи к истории и искусству.

Целью бакалаврской работы является разработка рекомендаций Пензенской областной картинной галереи по повышению качества экскурсионного обслуживания.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

1) Проанализировать состояние и тенденции на рынке музейных услуг в мире, России и Пензе.

2) Проанализировать опыт внедрения цифровых технологий в музеях России.

3) Проанализировать деятельность предприятия Пензенской областной картинной галереи им. К. А. Савицкого и ее конкурентов в г. Пенза.

4) Разработать собственные рекомендации по улучшению экскурсионного обслуживания.

5) Разработать порядок реализации проекта по внедрению аудиогuida в Пензенской картинной галерее.

б) Рассчитать объем необходимых расходов и их окупаемость.

Объектом исследования в данной работе является предприятие ГБУК «Пензенская картинная галерея им. К. А. Савицкого».

Предмет исследования данной работы – деятельность Пензенской картинной галереи им. К. А. Савицкого по организации и реализации экскурсионного обслуживания.

В ходе выполнения работы были проанализированы состояние и тенденции на рынке музейных услуг в мире и России, а так же рассмотрен опыт внедрения цифровых технологий в обслуживание посетителей музея в России.

Кроме того, в работе проведено исследование деятельности Пензенской областной картинной галереи им. К. А. Савицкого, наличие и уровень цифровой обеспеченности ее конкурентов в г. Пенза. В работе рассмотрен опыт внедрения инновационных экскурсионных услуг в работу учреждений в составе ПФО.

Методы исследования представлены в виде кабинетных исследований, то есть изучение прессы, научной литературы и интернет-ресурсов, а так же полевое исследование – составление и проведение анкетного опроса. В содержание работы включены результаты проведенного опроса и выявлены особенности спроса и объем потребителей среди молодежи.

В ходе проведенного анализа (исследования) были выявлены высокий уровень качества обслуживания и ценность музейных фондов среди российских музеев на мировом рынке, а так же растущий уровень спроса на услуги Пензенской картинной галереи, разнообразие цифровых технологий, внедряемых на сегодняшний день в работу предприятия.

В работе обоснована эффективность и востребованность рекомендаций по внедрению инновационных технологий в процесс экскурсионного обслуживания в музее. Результаты проведенного исследования могут быть направлены на удовлетворение спроса отдельных групп потребителей, привлечение активной группы молодежи, повышение эффективности организации работы учреждения Пензенской картинной галереи.

1 Аналитика рынка музейных услуг

1.1 Исследование состояния и тенденций на рынке музейных услуг в мире и в России

Рынок музейных услуг отличается своей спецификой и в современном мире рынок искусства считается молодым. Особенно, если идет речь об арт-рынке, т.е. реализации художественных полотен на заказ. Специфика музейного рынка заключается в том, что с развитием цифровизации и активным внедрением электронной коммерции в маркетинг стали меняться и услуги, оказываемые в учреждениях культуры, а так же способ их организации и некоторые требования к самим учреждениям.

Итак, прежде чем более подробно изучить состояние рынка музейных услуг на сегодняшний день, необходимо рассмотреть основные понятия и характеристики музейных услуг в сфере культурно-познавательного туризма в России. Под сферой музейных услуг понимается совокупность учреждений, оказывающих услуги постоянного экспозиционного обслуживания, организации и проведения выставок, экскурсионного обслуживания и пр. Музей (картинная галерея) представляет собой учреждение, занимающееся сбором, изучением, хранением и экспонированием предметов – памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, а также просветительской деятельностью и деятельностью по популяризации объектов культуры.

В число услуг, оказываемых музеями и другими учреждениями культуры, например, картинными галереями и выставочными пространствами, входят:

- а) организация постоянного экспозиционного обслуживания;
- б) организация экскурсионного и лекционного обслуживания;
- в) организация и проведение выставок;
- г) организация работы лекториев, школ и курсов по различным отраслям знаний и иных форм просветительской деятельности;

д) проведение различных по своей тематике и формам культурных мероприятий;

е) предоставление иных видов досуговых и сервисных услуг в сфере культуры и смежных отраслях.

Объем рынка и тенденции в данной сфере оценить в общем и целом не трудно, так как места посещения и туристской аттракции в данной сфере со своей спецификой предоставления музейных услуг являются государственными учреждениями культуры, за исключением любительских объединений. Таковыми могут являться, например, студенческие сообщества или молодежные организации, которые продвигают определенные идеи и содействуют распространению культурного просвещения в современном обществе. Кроме них, можно упомянуть отдельные предпринимательские проекты, однако и те находятся под строгим контролем государственных предприятий. Более того, предприниматели данной сферы с государством сотрудничают для того, чтобы придать огласку собственной деятельности или личности, а так же спонсируя деятельность учреждений культуры.

Следовательно, рынок представляет собой монополистическую конкуренцию. Все последовательные действия на рынке строго регулируются Министерством культуры РФ и их Положениями. В современных реалиях более сокровенно относятся к экспонатам и предметам культуры и искусства, государством строго отслеживается музейных Фонд и его пополнение. Ежегодно музеи отчитываются перед Министерством культуры РФ об объеме заполнения Государственного каталога РФ, в который заносится вся информация о хранении, качестве и исторической ценности экспонатов.

Рынок России в сфере культуры и особенно в оказании услуг один из наиболее развитых в мире, так как в высоко развитых промышленных странах число занятых в сфере культуры 5-10 % [19]. Когда как в РФ статистика доля услуг в валовом внутреннем продукте в определенные периоды и сезоны доходит до 60 %. На развитие и рост успехов в рынке музейных услуг РФ существенно повлияла либерализация, глобализация и широкая

информатизация. В наше время многие произведения культуры России теперь являются достоянием всего мира и становятся широко признаны. Таким образом, формируется поток туристов в определенные регионы, которые являются Родиной того или иного деятеля искусства.

На основе исследования Федерального агентства по туризму можно сделать вывод о самых востребованных видах туризма этим летом 2022 г. (см. рисунок 1).

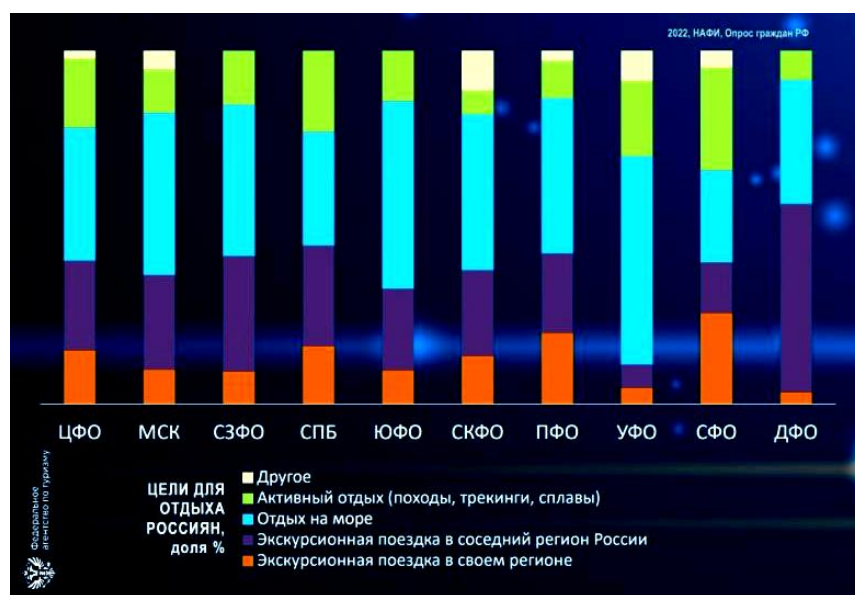


Рисунок 1 – Статистика востребованности видов отдыха в России 2022 г.

Преимущество почти традиционно отдается отдыху на море, рекреационному туризму (57 %), а на втором месте после снятия пандемийных ограничений резко вырос спрос на культурный туризм.

Стоит отметить востребованность поездок именно в соседние регионы. Тем не менее, в ПФО экскурсионное путешествие в соседний и свой регион в равном объеме востребованно среди россиян. Данная статистика предоставляет достаточно положительную картину современного состояния культурного туризма.

По расчету ГидМаркет, выполненному на основе данных Министерства культуры РФ, данных газеты «Арт Газета России» (The Art Newspaper Russia), объем рынка музеев в 2019 г. России составил 177 млн посещений, включая

посетителей постоянных экспозиций и временных выставок (в том числе в составе экскурсий), а также участников культурно-образовательных программ и массовых мероприятий (см. рисунок 2) [2].

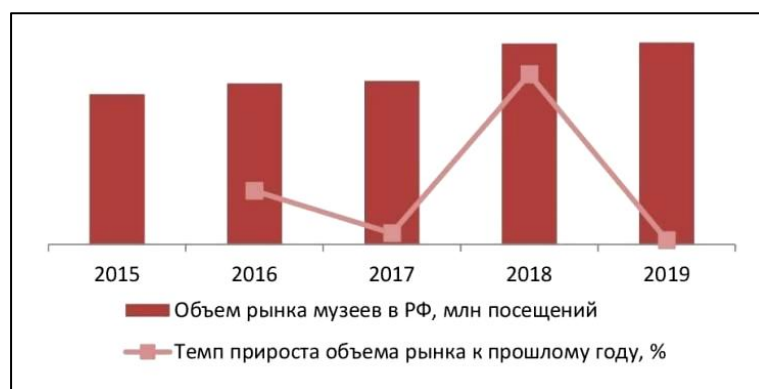


Рисунок 2 – Динамика объема российского рынка музеев 2015-2019 гг., млн посещений

Благодаря участию в международных выставках, культура и искусство в России находят мировое признание. Например, сотрудничество картинных галерей и музеев с государственной организацией РОСИЗО. Данная организация является инициатором участия и проведения выставок как по всей территории России, так и на международных мероприятиях за границей.

Более того, по причине развития в России массовости сети Интернет, происходит широкая цифровизация на рынке музейных услуг. А в условиях пандемии 2019-2021 гг. цифровизация произошла вынужденно среди предприятий культуры. У каждого музея и галереи обязательно есть свой сайт или платформа в социальных сетях, где посетителей и целевую аудиторию оповещают о музейном фонде, ассортименте предоставляемых услуг на базе культурного учреждения. Благодаря продвижению в сети Интернет культурные учреждения расширяют и модернизируют свои услуги. Таким образом, организовываются онлайн-экскурсии, мультимедиа-квесты, аудиогиды, онлайн-лектории и культурные кинопоказы.

В Москве в ЦВК Экспоцентр в рамках деловой программы Международной туристической выставки «Интурмаркет-2022» Координационный центр выступил со своим Межрегиональным культурно-

познавательным проектом «Узоры городов России» [13]. Первостепенной целью данного мероприятия несомненно являлся деловой обмен опытом и формирование новых сотрудничеств между туристскими и культурными организациями, а так же индивидуальными профессионалами в сфере туристического бизнеса. Благодаря этому обмену сформировывается творческое пространство, главной задачей которого является сохранение культурного наследия и продвижение в современном мире идеи культурного просвещения. Финансирование мероприятия и его поддержку организовало Министерство туризма в РФ и Федеральное агентство по туризму.

Более того, обратим внимание на то, что 2022 г. объявлен годом «Культурного наследия России» Министерством туризма РФ. Благодаря этому в 2022 г. уделяется особенное внимание, так как с незапамятных времен до сегодняшнего дня к культурному и историческому наследию относились как к чему-то сакральному. При этом сфера культуры недостаточно финансировалась – не хватало средств на реставрацию усадеб, музеев и картинных галерей, многие культурные учреждения не имеют технического оснащения и далеко не все музеи имеют свои отделы реставрации музейного фонда.

В наше время наблюдается активная конкуренция предприятий на территории России. Преимущественно в крупных городах и наиболее развитых регионах. Кроме того, благодаря росту развития исследуемого рынка развивается культурный туризм. Теперь он не такой однообразный и «скучный». Вместо «скучных лекций» и «долгих рассказов» экскурсовода в музеях и картинных галереях размещают QR-коды с интересными фактами и так называемыми «точками интереса». Посетители с помощью различных сайтов и приложений могут принять участие в тематических квестах на территории картинной галереи или после экскурсии пройти квиз или викторину. А подростки могут «оживить» экспонаты музеев с помощью приложений установленных на базе российских музеев, например «Артефакт» (Artefact), «Орфео Групп» (Orpheo Group), МТС и пр.

В свою очередь, культурный туризм так активно наращивает обороты по спросу, благодаря развитию цифровизации и обширным инновационным внедрениям, которые своей спецификой могут заинтересовать и объединить большое количество посетителей музеев и картинных галерей.

Рейтинг музеев с самым большим количеством подписок в социальных сетях представлен на рисунке 3. Как можно заметить из данного топа-10, лидирует, как и во многих других рейтингах, «Эрмитаж».

Место в рейтинге, 2021 год (2019 год)	Общее число подписчиков, 2021 год (2019 год)	Музей
1 (1)	1 967 950 (1 491 387)	Государственный Эрмитаж
2 (3)	1 361 764 (975 203)	Государственная Третьяковская галерея
3 (2)	976 863 (979 219)	Государственный исторический музей (включая Покровский собор)
4 (4)	695 702 (466 229)	Государственный музей изобразительных искусств им. А.С.Пушкина (включая Государственный центр современного искусства)
5 (5)	631 539 (427 955)	Государственный Русский музей (включая виртуальный Русский музей)
6 (6)	532 138 (421 795)	Музеи Московского Кремля
7 (8)	496 906 (374 620)	Музей современного искусства «Гараж»
8 (7)	439 567 (394 269)	Музей современного искусства «Эрарта»
9 (–)	405 952	Центр современного искусства «Винзавод»
10 (9)	306 267 (317 876)	Екатеринбургский музей изобразительных искусств

Рисунок 3 – Статистика российских музеев с наибольшим количеством подписчиков в социальных сетях за 2018-2019 гг., чел.

Данная статистика приводит к выводу о том, что немаловажным на сегодняшний день является ведение социальных сетей и продвижение на данных площадках для культурных учреждений. С помощью Вконтакте, Тик-Ток, Телеграм и других социальных сетей музей продвигает себя, заинтересовывает, находит своих посетителей. Чем больше активность и качество организации работы аккаунта в социальных сетях, чем больше вероятность привлечения большего количества посетителей на новую выставку.

Кроме этого, благодаря растущему спросу в 2020-х гг. на музейные услуги учреждения культуры могут развивать свои собственные кружки и художественные центры, работать с молодежью и студенческими

сообществами, организовывать конкурсы и выставки современных художников. Благодаря таким возможностям музеи и картинные галереи могут интенсивно развиваться на рынке музейных услуг, конкурировать между собой на российском рынке и даже составлять конкуренцию на международном рынке среди дружественных стран. Кроме того, для культурных учреждений открывается отличная возможность развивать собственную финансовую устойчивость за счет подобного расширения предоставляемых услуг, а так же повышать их качество и качество выпускаемой продукции (сувенирной, образовательной и художественной).

Факторы, которые влияют на рынок музейных услуг, а соответственно и на спрос с предложением, одними из первых являются экономическими. Далее представлена динамика средних потребительских цен на посещение музеев и галерей в России (см. рисунок 4).

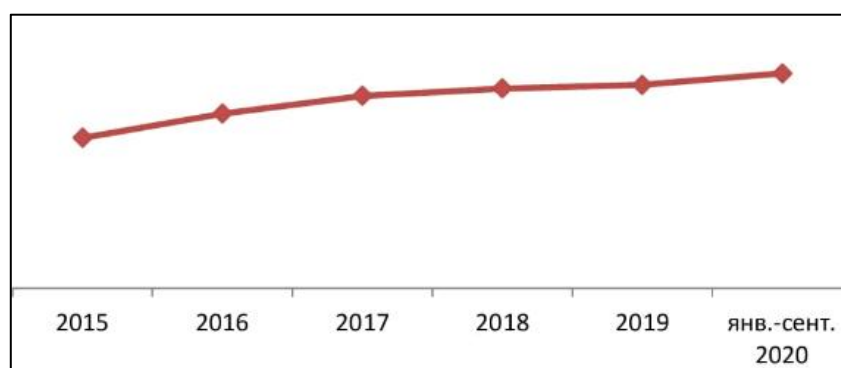


Рисунок 4 – Динамика средних потребительских цен на посещение музеев и галерей в РФ, 2015-2019 гг., январь-сентябрь 2020 г., руб./билет

Как можно отметить из динамики изменения цен, средняя стоимость на услуги в музеях России растет. При этом важно признать, что далеко не в каждом музее улучшается внешний вид здания, проводится косметический ремонт или меняются стенды, ограждения, освещение для экспонатов.

В целом, цена на вход или экскурсию варьируется от 100 до 5 000 руб. Средняя стоимость по всей России билета на посещение культурного арт-объекта 70-1 000 руб. В стоимость входит как обычная цена за вход, к которой можно за дополнительную плату посетить дополнительные залы,

объекты, приобрести тематическую экскурсию, открыть доступ на временную выставку, приобрести аудиогид и т.д., так и услуга покупки экскурсионного обслуживания в группе или индивидуально.

С рейтингом посещаемости художественных выставок за 2019 г. можно ознакомиться рисунке 5.

Место в рейтинге	Среднее число посетителей в день	Общее число посетителей	Количество дней	Выставка	Площадка	Даты
1	11 404	478 964	42	Сальвадор Дали. Магическое искусство	Центральный выставочный зал «Манеж» (организатор выставки — Музей Фаберже, Санкт-Петербург), Москва	28.01 – 16.03
2	7 863	62 906	8	Фестиваль современного искусства Artlife 2020*	Центральный выставочный зал «Манеж», Москва	19.09 – 27.09
3	3 160	268 606	85	Линия Рафаэля. 1520–2020**	Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург	10.12.20 – 28.03.21
4	1 782	74 840	42	(Не)время для любви. Истории влюбленных, переживших холокост*	Еврейский музей и центр толерантности, Москва	28.01 – 18.03
5	1 388	138 757	100	Русская сказка. От Васнецова до сих пор	Государственная Третьяковская галерея, Москва	20.02 – 20.09
6	1 381	125 647	91	Железный век. Европа без границ. Первое тысячелетие до новой эры***	Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург	11.11.20 – 28.02.21
7	1 371	46 629	34	Лаборатория будущего. Кинетическое искусство в России	Центральный выставочный зал «Манеж», Санкт-Петербург	14.02 – 18.03
8	1 299	72 764	56	Чжан Хуань. В пепле истории**	Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург	09.09 – 12.11
9	1 200	159 636	133	Художники и коллекционеры — Русскому музею. Дары. Избранное***	Государственный Русский музей, Санкт-Петербург	29.07 – 30.12
10	939	25 359	27	Василий Флорескул. «Моя Киммерия»***	Феодосийская картинная галерея им. И.К.Айвазовского, Феодосия	16.08 – 16.09

Рисунок 5 – Рейтинг посещаемости художественных выставок в России

В топ-10 количеству посетителей лидирует пространство Центрального выставочного зала «Манеж». Самое высокое число посетителей за 2 месяца выставки достигает почти 500 тыс. чел. со средней посещаемостью в день 11 тыс. чел. Вместе с «Манежем» выделяется Государственная Третьяковская галерея и «Эрмитаж».

Издание «Арт Газета» (The Art Newspaper) представило рейтинг самых посещаемых музеев мира по итогам ковидного 2020 года [51]. Составители списка сравнили эти показатели с результатами 2019 года (везде – в сторону значительного сокращения), а также, где это было возможно, уточнили количество дней, которое музеи были закрыты из-за пандемии. В перечень вошли музеи Франции, США, Италии, Южной Кореи, Японии, Великобритании, Польши и др.

В подробный топ-20, опубликованный в издании, попали сразу три российских музея (см. рисунок 6). Впервые в истории самым посещаемым музеем России в списке оказался Русский музей. Кроме него в рейтинг попали Мультимедиа Арт Музей (МAM), Государственный Эрмитаж и Третьяковская галерея.

Место в рейтинге	Общее число посетителей в 2021 году	Музей	Город	Изменение по сравнению с 2020 годом	Изменение по сравнению с 2019 годом
1	2 825 000	Лувр	Париж	+5%	-71%
2	2 260 231	Государственный Русский музей	Санкт-Петербург	+88%	-6%
3	2 242 405	Мультимедиа Арт Музей, Москва	Москва	+42%	0%
4	1 958 000	Метрополитен-музей*	Нью-Йорк	+84%	-68%
5	1 704 606	Национальная художественная галерея	Вашингтон	+133%	-58%
6	1 649 443	Государственный Эрмитаж	Санкт-Петербург	+70%	-67%
7	1 643 108	Центр искусства королевы Софии	Мадрид	+32%	-63%
8	1 612 530	Музеи Ватикана	Ватикан	+24%	-77%
9	1 580 819	Государственная Третьяковская галерея	Москва	+77%	-44%
10	1 501 040	Центр Помпиду	Париж	+64%	-54%
11	1 327 120	Британский музей	Лондон	+4%	-79%
12	1 262 562	Национальный музей Кореи	Сеул	+63%	-62%
13	1 175 296	Национальный музей Прадо	Мадрид	+38%	-66%
14	1 168 821	Королевский замок	Варшава	+80%	-7%
15	1 160 686	Музей современного искусства	Нью-Йорк	+64%	-42%
16	1 156 037	Тейт Модерн	Лондон	-19%	-81%
17	1 049 183	Токийский городской художественный музей	Токио	+106%	-63%
18	1 044 365	Музей Орсе	Париж	+20%	-71%
19	984 978	Сомерсет-Хаус	Лондон	+36%	-65%
20	969 695	Галерея Уффици	Флоренция	+47%	-59%

Рисунок 6 – Рейтинг посещаемости музеев мира 2020-2021 гг.

Дополнительно, позднее был опубликован более расширенный топ-100, в который вошло четыре российских музея, первым из которых оказался музей Фаберже. Оказавшись на 22-ом месте, он показал число посетителей в 2020 году 728,7 тыс. чел. Далее в рейтинг занесены Пушкинский музей с 564,4 тыс. чел., Музей Московского Кремля – 424 тыс. чел. и новое арт-пространство, выставочный музей «Гараж» – 291 тыс. чел. Процентное соотношение посещаемости по сравнению с 2019 годом варьируется от 62 % до 86 %.

В настоящее время уровень спроса на услуги учреждений культуры в большинстве своем зачастую не соответствует ни потенциальному спросу потребителей, ни возможностям самих организаций. Данная ситуация обусловлена социально-экономическими факторами. Речь идет о низком уровне доходов большей части граждан РФ, отсутствие свободного времени и соответствующий образ жизни, высокая занятость, и не менее важное, наличие широкого разнообразия альтернативных способов развлечения. В условиях пережитой пандемии коронавирусной инфекции, которая к сожалению, еще имеет большую угрозу для всего мира, население значительно изменилось в специфике психического мышления. Так как длительное время граждане находились дома, соблюдали карантин и весь досуг и рабочий процесс приобрели «домашний» вид, то изменилось и восприятие мира, сформировались определенные привычки. Ученые выделили 16 типов личности, сформировавшиеся в период пандемии [17]. Из них мы хотели бы выделить «активных» и «интровертных».

«Активные», судя по названию после завершения периода карантина, ведут активную социальную жизнь, наверстывают упущенное. Эти личности с радостью создают спрос на рынке музейных услуг, приобретают групповые экскурсии, общаются с друзьями, ищут новых единомышленников и активно взаимодействуют с экскурсоводом. Данная группа граждан так же с радостью пробует все новые внедряемые инновационные проекты и услуги, такие люди еще больше стали открыты ко всему новому, к получению большого количества эмоций и впечатлений.

Тем не менее, важно учитывать и то число людей, которые относятся к «интровертному» типу. Данный сегмент и является тем, который снижает спрос на посещение выставок, мероприятий. Помимо того, он еще и создает новый спрос. Так как одной из тенденций является внедряемые в территорию музея и галереи аудиогиды, интерактивные доски и информационные теле-стенды, то данный сегмент активно этим пользуется. «Интроверты» заказывают либо индивидуальные экскурсии, либо покупают аудиогид, либо пользуются бесплатным через QR-коды.

За последние пять лет российский рынок стал характеризоваться глубокими изменениями, которые вызваны активным внедрением информационных технологий. В эту отрасль входят процессы цифровизации отрасли культуры и искусства, инновационные музейные практики, новые методики использования гуманитарных ресурсов.

Важная тенденция деятельности современного музея – создание специальных околмузейных и внутримузейных структур. Внутри учреждений культуры и совместно с ними в городах и регионах создаются центры музейной педагогики, центры традиционной культуры, центры общественной жизни, клубы, выставочные арт-пространства, общества. Изменение взаимодействия учреждений и общества проявляется даже в делегировании части функций по их управлению разнообразным ассоциациям, фондам, общественным и частным организациям.

В настоящее время наблюдается тенденция на уменьшение финансирования музеев Минкультуры РФ, государство таким образом подталкивает учреждения культуры к поиску новых источников получения денежных средств. Основными направлениями расходов субсидий из бюджета являются оплата труда работникам, предъявление, изучение и сохранение коллекций. В свою очередь, организацию выставок музеев осуществляют за счет полученной прибыли. Данное обстоятельство заставляет учреждения искать пути повышения эффективности управления и разрабатывать стратегию в области маркетинга. Активно продвигаются идеи сотрудничества крупных

корпораций, промышленных организаций с учреждениями культуры. Получая финансирование в виде формирования партнерских отношений или благотворительности, меценатства, для музеев и галерей открываются возможности в закупке нового технического оборудования, организации выставок и мероприятий. Примерами подобного рода сотрудничества можно выделить финансирование культурных проектов и реставрацию зданий и парков от «Лукойл», «Газпром», «Ситимобил», «Филипс» (Philips), «Юникло» (Uniqlo) и др. Подобные сотрудничества приводили так же к коллаборациям и получению дохода с обеих сторон. Бренды одежды могли печатать произведения живописи и графики на собственной линейке одежды, промышленные организации снимать рекламные ролики на территории музея.

Таким образом, основной тенденций развития рынка музейных услуг является переход от пассивного восприятия информации аудиторией к активному ее участию в деятельности музея и других соответствующих учреждений. В числе подобных тенденций можно подчеркнуть конкретно активное использование современных технологий коммуникации от сайтов и аккаунтов в социальных сетях (которые используются так же как каналы активного продвижения и рекламы) учреждений культуры до специальных мобильных приложений. Развитие сотрудничества музеев и крупных организаций для финансирования деятельности учреждений, а так же расширение внутримузейных структур, открытие социальных центров, школ, исследовательских кружков и клубов. Число посещений и интереса к музеям и картинным галереям за последние несколько лет увеличилось. Количество посетителей выставок в среднем достигает 11 тыс. чел. Несмотря на рост цен на услуги музея, в некоторых учреждениях растет ассортимент и качество оказываемых услуг.

Итак, после подробного исследования состояния и тенденций на рынке музейных услуг, выявлены следующие проблемы:

- 1) Низкая заинтересованность и, соответственно, посещаемость культурных учреждений среди потенциальных посетителей.

2) Малое количество или отсутствие организации культурных мероприятий, связанных с историей и искусством.

3) Низкий уровень цифровизации в работе структурных подразделений культурных учреждений.

4) Отсутствие внедрения инновационных технологий в работу культурных учреждений для обеспечения посетителей передовыми услугами.

5) Недостаток сотрудничества с молодежными и студенческими сообществами.

1.2 Анализ опыта применения цифровых технологий в музеях России

В 2019 г. Министерством культуры РФ был опубликован сводный аналитический отчет «О проблемах и перспективах развития музейного дела в Российской Федерации», в котором упоминались важные темы и проблемы развития музейного дела в России. Одной из поднятых тем была «Основные запросы потребителей», в числе многих можно отметить «внедрение интерактивных технологий». Так как данные технологии создают «эффект присутствия» и повышают «чувство сопричастности» музею. Необходимость в различных способах работы с чувственными переживаниями, проведении интерактивных мероприятий, создании креативных проектов, связанных с тематикой музея. Здесь применение инновационных технологий (например, электронная система навигации, аудиогид) воспринимается экспертами как необходимость соответствия музеев современному уровню развития. Помимо внедрений VR-технологий, театрального сопровождения постоянной экспозиции и временных выставок, а так же наличие доступа в Интернет, каждый пятый сотрудник музея считает перспективными внедрение и использование аудиогuida и проведение лекториев в музее [39].

Несмотря на то, что документ был опубликован три года назад, многие темы, поднятые в нем, всё ещё актуальны на сегодняшний день. Особенно в рамках усиленного развития учреждений культуры после эпидемии Ковид-19, ведь именно во время пандемии и после неё все сферы туризма стали активно внедрять инновации и разрабатывать новые проекты и предложения для туристов.

В отчете Минкультуры РФ были опубликованы опросы, посвященные тому, что посетителей музеев и картинных галерей привлекает больше всего, насколько им важна ценность экспозиций, чего нового они хотели бы видеть и что именно может привлечь их внимание для повторного посещения учреждений культуры. Одним из интересующих опросов был представленный на рисунке 7: «Как вы считаете, что из нижеперечисленного может увеличить

привлекательность музея и поток посетителей?». Из числа театральных постановок, квестов, VR-технологий, кафе и сувениров, выделяется аудиогид. Данная инновация, в качестве приобретения нового технического оборудования, наиболее реальна для внедрения на рынке Пензенского региона в учреждения культуры. Например, в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого.

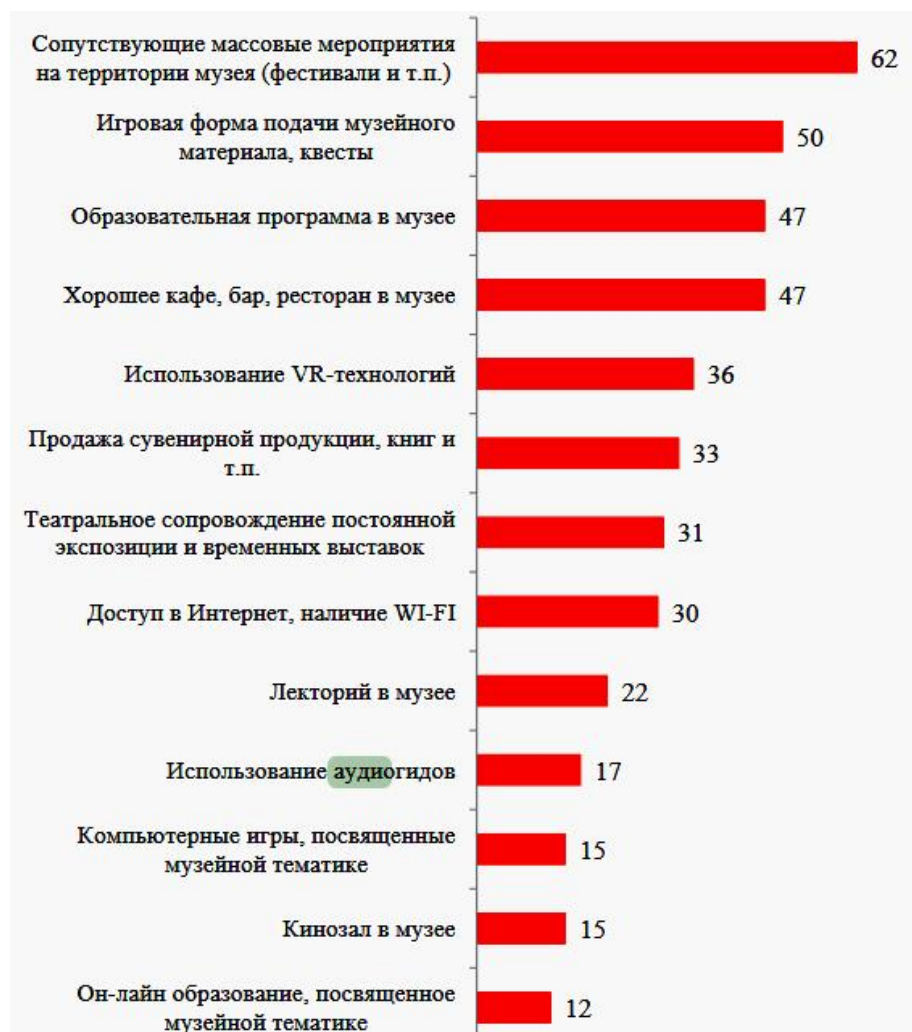


Рисунок 7 – Факторы увеличения привлекательности музея для потока посетителей

Тем более, что информационные технологии и инновационные разработки, которые активно используются для оказания услуг посетителям музея, являются показателем престижности учреждения и высоким уровнем его развитости. Исследования РОСИЗО – российской многопрофильной организации, которая занимается продвижением выставок и культурных мероприятий среди музеев и галерей, показали, что необходимо для

российских учреждений выполнить следующую миссию – реализовать десакрализацию образа музейного пространства. На сегодняшний день они активно занимаются продвижением культуры и искусства среди молодежи. Именно с внедрением цифровых технологий музеи способствуют упрощению и повышению уровня восприятия информации и доступности искусства и культуры для различных слоев населения.

Следующим важным опросом, представленным на рисунке 8, обращено внимание на то, как потребители видят рынок музейных инновационных услуг в 2030 г. Вопрос следующий: «Вы зашли на электронный ресурс музея как посетитель. Как Вам кажется, зачем?».



Рисунок 8 – Факторы, обеспечивающие активное использование электронных ресурсов музея

Предположительно к этому году у каждого предприятия культуры будет свой разработанный сайт и приложение, а так же масса нововведений и услуг.

Здесь как не странно, результаты действительно неожиданны, так как «аудиогид» находится на третьем месте, после «быстрого получения новой информации» и «приобщить к культуре и истории детей, родственников, гостей». Способом привлечения к культуре детей и молодежи является процесс игрофикации (геймификации). Например, благодаря мультимедийным приложениям и гидам с включенными в них мини-играми, викторинами и технологиям дополненной реальности реализуется процесс игрофикации в культурном образовании. Игра, как метод обучения и воспитания определенного уровня культурной образованности, стала использоваться наиболее активно только в последние пять лет.

Данная методика используется не только в культурном образовании, но и в школах, университетах, на курсах повышения квалификации и получения дополнительных профессиональных навыков и знаний, а так же в организации рабочего процесса сотрудников предприятия. Благодаря данной методике многим учащимся и работникам легче справляться с поставленными задачами и вовремя выполнять дедлайны. Геймификация образования и организации труда снижает уровень стресса и тревоги, которые испытывают люди и позволяет с увлечением и более высоким интересом воспринимать информацию и легче ее запоминать.

На сегодняшний день яркой тенденцией среди российских музеев является активное продвижение в социальных сетях и на различных платформах, созданных специально для учреждений культуры РФ. Например, участие в национальном проекте от Министерства культуры РФ «Культура». Любой государственный музей может отправить заявку с представленными экспонатами и получить одобрение. Таким образом, на электронной платформе «Артефакт» находится 445 музеев России. Здесь публикуется интерактивная экскурсия на нескольких языках с аудиогидом, квестами и «точками интереса» (см. рисунок 9). Недавно Русский музей подготовил квест с использованием виртуальной аудио- экскурсии на платформе «Артефакт» [4]. Таким образом, присоединяясь к гиду по музеям России с использованием технологий

дополненной реальности, музеи и галереи могут себя продвигать на рынке и повысить престижность учреждения. Данная платформа работает с помощью сканирования символа «AR» и за последние четыре года получает свое заслуженное признание среди пользователей.

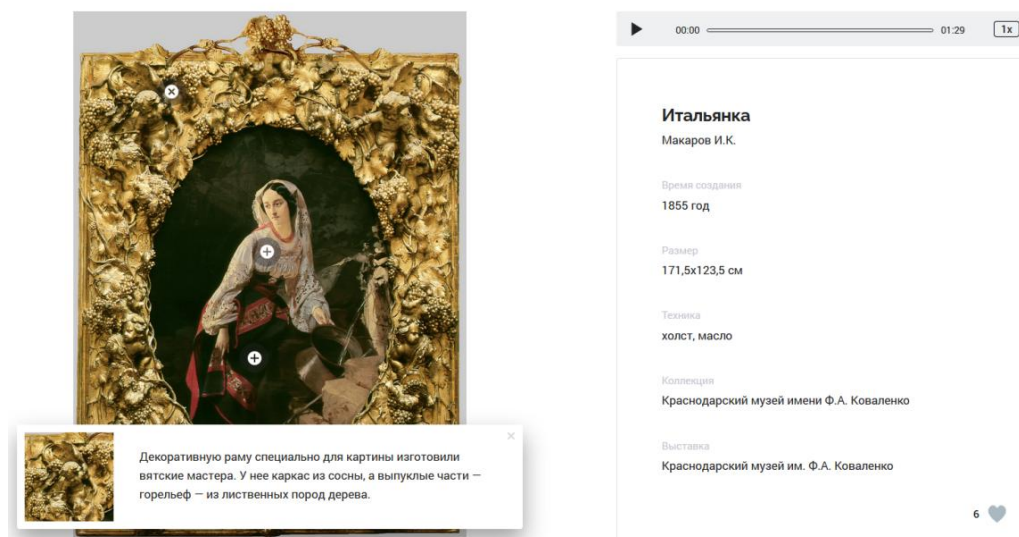


Рисунок 9 – Опубликованная экспозиция на платформе «Артефакт»

Среди российских музеев и картинных галерей широко известны такие платформы как «Культура.РФ» и «На все 360 °». Здесь публикуются виртуальные прогулки в стенах учреждений, где аудиогид сопровождает посетителя по всем экспозициям и музейным предметам. Данная платформа является просветительским проектом, посвященным культуре России. На котором знакомят посетителей сайта с культурой, историей, искусством в любых интернет-форматах (видео-, аудиолекции, статьи, интерактивные фильмы, виртуальные гиды и аудиотуры) [63]. На платформе «На все 360 °» предоставляется больше свободы самому пользователю, он может свободно «передвигаться» между выставочными залами, комнатами и иногда даже «прогуляться» по внешней территории учреждения. При нажатии на экспонаты или картины пользователя ссылка отправляет на видео лекции на «Ютубе» (Youtube).

MatterPort еще одна разработка с использованием 3D-модели музея, где посетитель может выбрать самостоятельно этаж, площадку и зал. Данной

инновацией активно пользуются музеи Калининграда. Например, Янтарный музей. На его платформе можно с помощью телефона «пройтись» по всем залам и, нажимая на экспозиции и картины читать информацию о создателе, истории и материалах музейного предмета. Более того, с помощью этой платформы можно попасть на смотровую площадку музея, откуда открывается потрясающий вид на осенний город Калининград.

Примером внедренной цифровой технологии является так же внедрение мультимедиа гида от МТС «Дендрарий-гид» – мобильное приложение с дополненной реальностью, созданное для самостоятельных экскурсий по самому известному парку в Сочи Дендрарию [23]. Из-за насыщенности гида различными интерактивными элементами, как викторинами, квестами на территории парка, аудиогидом, а так же «живыми» животными при включении камеры, подобная разработка будет интересной как для детей, так и для их родителей.

Аудиогид в крупных городах есть почти у каждого учреждения и объекта культуры. Наличие аудиогuida является показателем современной развитости учреждений культуры города. В Санкт-Петербурге есть возможность прослушать более 500 разных аудиотуров всего лишь с одного сайта «Петербург Центр», а многие картинные галереи и музеи по России аудиотуром не ограничиваются и уже предлагают для своих посетителей театрализованные выставки, VR-туры, мультимедиа приложения с квестами по экспозициям и прочее.

Например, компания «Orpheo Group» как производитель, который внедрился в российский рынок и успешно продвигает свою продукцию, а именно PWA (Progressive Web App) – аналог приложения, которое не нужно скачивать, работающее на всех устройствах как веб-сайт, имеет в наличии карты, списки и сканирование QR-кодов и не требующее обновление. Кроме этого «Orpheo Group» предоставляет и мобильные приложения, которые доступны на платформах IOS в AppStore и на Android в GooglePlay. В приложениях можно заказать индивидуальный дизайн, включить так же карты,

списки, QR-коды и загрузить несколько тематических экскурсий. Более того, приложение подключается к GPS телефона и работает, ориентируясь на геолокацию пользователя (см. рисунок 10).

СЦЕНАРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОБИЛЬНОГО ГИДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

- Экскурсия для делегаций
- Экскурсия для школьников/студентов
- Инструктаж по технике безопасности
- Обучение персонала
- PR-event (запуск новой продукции или др.)
- Корпоративные мероприятия



Рисунок 10 – Возможности использования разработки «Orpheo Group»

Данное решение актуально, если объект культуры и досуга действительно занимает большую площадь. Например, парк или усадьба. Вместе с GPS включено распознавание изображений, VR-режим. Чтобы максимально внедрить данную разработку на предприятие, есть возможность создать паззлы и викторины, которые могут разнообразить привычную «скучную» экскурсию и проверит, что запомнилось. По разработанной карте, которая сканирует местоположение пользователя можно разместить подобные тематические опросы и экскурсии с определенной тематикой. Данное предложение является отличным решением для школьников и студентов направления искусствоведения, туризма, архитектуры.

Все вышеперечисленные инновации, безусловно, адаптируются на требуемые языки. Клиенты компании «Orpheo Group» в России: храм Василия Блаженного, Стрелецкие палаты, музей Спорта, Петропавловская крепость, центральный музей Вооруженных сил РФ, музей-усадьба Архангельское, музей Отечественной войны 1812 г., музей военной формы, парк «Зарядье», Государственный исторический музей.

Аудиогид в Стрелецкие палаты стоит 350 руб. Для того, чтобы привлечь большую аудиторию, то детям по завершении экскурсии в подарок предлагается фото в историческом костюме. Однако стоимость аудиогидов в Архангельское, либо Государственный исторический музей уже варьируется от 600 до 800 руб. Данная платформа, предлагающая столь инновационные проекты точно преобладает в своей конкурентоспособности перед нашим инновационным проектом.

Не менее значимыми стоит отметить и такие платформы, как «Русский музей на русском жестовом языке», «Летний сад. Путеводитель», «Русский музей. Чернецов. Парад», «Царь-Царевич», игру «Сокровища замка», «Русский музей. Дополненная реальность». Здесь и интерактивные игры, карты, сканеры объектов и QR-кодов, готовые загруженные аудиогиды и экскурсии, а так же выставки на языке жестов. Еще одним примером успешного внедрения цифровых технологий является экскурсия на территории Фридландских ворот в Калининграде. В ретро-трамвае для туристов предлагается виртуальная экскурсия с телевизором и аудиогидом.

Кроме вышеперечисленных внедряемых технологий с помощью информационных виртуальных платформ, важна так же специфика оказываемых услуг в музеях с помощью особенного технического оснащения. Оно реализуется путем закупки приборов аудиогидов с наушниками (много- и одноразового использования), 3D-проекторов, телеэкранов, интерактивных досок.

Подводя итоги опыту внедрения цифровых технологий в работу учреждений культуры, а именно музеев и картинных галерей, важно отметить, что цифровизация некоторых услуг происходит успешно. Присоединение музея к государственным и другим крупным онлайн-платформам повышает его престиж не только на российском рынке, но и в глазах посетителя. Многие инновационные услуги оказываются бесплатно, например, аудиогиды или использование интерактивных досок и моделей в музее. Однако, за счет высокого качества внедряемых мультимедиа гидов и AR(VR)-туров, стоимость

оправдывает формирующийся спрос на эти услуги. Кроме этого, можно сделать вывод о том, что рынок музейных услуг со стороны инновационных внедрений активно насыщается и уже спустя пару лет отличается имеющимся широким ассортиментом.

1.3 Анализ деятельности предприятия ГБУК «Пензенская областная картинная галерея им. К. А. Савицкого» и его конкурентов на рынке г. Пенза

Пензенская областная картинная галерея им. К. А. Савицкого была основана в 1892 г. по завещанию пензенского губернатора генерала Н. Д. Селиверстова и является одним из старейших и крупнейших художественных музеев России. Музей занимает два исторических здания в историко-культурной части г. Пензы: «Крестьянский поземельный банк» – двухэтажный каменный особняк стиля модерн начала XX в., построенный по проекту академика А. И. фон Гогена и здание в стиле классицизма, построенное в конце XVIII в., известное как «Губернаторский дом».

В 1955 г. галерее присвоено имя К. А. Савицкого. В настоящее время коллекция составляет более 28 тыс. произведений, в их числе: произведения художественного искусства Ф. Рокотова, Д. Левицкого, Л. Миропольского, И. Макарова, И. Репина, К. Флавицкого, И. Айвазовского, И. Шишкина, И. Левитана, А. Куинджи, Н. Гончаровой. В залах зарубежного искусства экспонируются полотна Я. Виньяли, А. ван Остаде, М. Хоббеми, С. Люттихейса, Я. Янсенса. П. Миньяра Ф. К. Винтерхальтера. Разнообразна коллекция искусства советского периода, современного искусства России, широко представлена Пензенская художественная школа. Постоянная экспозиция музея может удовлетворить самого взыскательного посетителя.

Основная экспозиция здания Пензенской областной картинной галереи им. К. А. Савицкого представлена следующими выставочными залами: Зал К. А. Савицкого, зал Франции, зал Голландии, зал Италии, парадный коридор галереи – экспозиция «Передвижники», Русское искусство первая половина 19-ого в. (Зелёный зал), Русское искусство второй половины 19-ого в., Зал Авангарда, Искусство рубежа 19-20 вв., Зал И. С. Горюшкина-Сорокопудова.

На пензенском рынке у Пензенской картинной галереи есть и свои конкуренты:

- Музей народного творчества;
- Музей В. О. Ключевского;
- Государственный краеведческий музей;
- Литературный музей;
- Музей сценического искусства им. В. Э. Мейерхольда;
- Музей им. И. Н. Ульянова;
- Музей военной техники;
- Музей занимательных наук «Реактор» и пр.

Проведен анализ деятельности конкурентов Пензенской картинной галереи на рынке музеев города (см. таблицу 1). В таблице 1 представлена информация об используемых цифровых технологиях в работе и экскурсионном обслуживании музеев, а так же их наличие.

Таблица 1 – Анализ цифровой обеспеченности конкурентов г. Пенза

Название культурного учреждения	Цифровые технологии
Государственный краеведческий музей	Входит в содержание аудиоэкскурсии «Красная линия» от МТС, «Вдоль дворянской улицы» на платформе Izi.Travel. Есть свой официальный сайт: http://km-penza.ru/ . Активное продвижение в соц.сетях ВК, Телеграм. Редкие публикации на Youtube. На сайте размещен архив с электронной литературой «Книги Памяти Пензенской области».
Музей сценического искусства им. В. Э. Мейерхольда	Входит в содержание аудиоэкскурсии по центру г. Пенза на платформе Izi.Travel. Есть свой официальный сайт: https://dommeyerholda.ru/ . Активное продвижение в соц.сетях ВК, Телеграм.
Музей В. О. Ключевского	Аудиотуры на русском и английском языках на платформе Izi.Travel по основным экспозициям музея. Продвигается как филиал на официальном сайте Пензенского краеведческого музея. Выставка «Мир пензенских сословий: семья и быт XIX-XX вв.» оснащена звуковой техникой, двумя мультимедийными киосками.
Музей спорта Пензенской области	Аудиотур на русском языке на платформе Izi.Travel по основной экспозиции музея. Есть свой официальный сайт: shvsm-penza.ru .

Продолжение таблицы 1

Название культурного учреждения	Цифровые технологии
Никольский музей стекла и хрусталя	Виртуальный тур по музею на платформе Культура.РФ и «На все 360°». Выставка «Никольск – хрустальное сердце России» на платформе «Artefact» на русском и английском языках. Продвигается как филиал на официальном сайте Пензенской картинной галереи: http://penza.gallery/o-muzee/filialy/nikolskij-muzej.html . А так же активное продвижение в соц.сетях галереи ВК и Телеграм.
Музей занимательных наук «Реактор»	Высокая цифровая и техническая оснащенность в силу специфики музея, наличие мультимедиа экранов и VR-техники.

Важно отметить, что среди конкурентов малое количество музеев имеет свой аудиогид, ни один музей не предлагает аудиотур как платную услугу. Такая ситуация обусловлена низкой технической и цифровой обеспеченностью учреждений культуры города Пенза. Конкуренция на территории г. Пенза среди музеев имеет большой потенциал, однако, из-за низкого бюджета государственного финансирования учреждений культуры, ведущей достопримечательностью г. Пенза среди музеев является именно Пензенская картинная галерея им. К. А. Савицкого. Пензенская картинная галерея так же входит в состав Совета музеев Приволжского федерального округа (далее ПФО), систематически участвует в их конференциях и заседаниях. Благодаря этому реализуется обмен опытом и сотрудничество между музеями ПФО. В числе внушительного количества реализованных проектов и выставок на основе сотрудничества, можно выделить следующие: Эрмитаж, Третьяковская галерея, Национальный Союз Пастелистов, Брестский областной краеведческий музей [41], Региональное отделение Союза художников РФ, Международный фонд «Культурное достояние» и др.

Картинная галерея в апреле 2022 г. так же стала участником Национального проекта Министерства культуры РФ «Культура» и теперь часть ее экспозиций с аудиогидами на двух языках (русский и английский) размещены на платформе российских музеев «Artefact» [11]. Среди сотрудничеств в рамках модернизации экскурсионного обслуживания стоит выделить МТС. Широко известная, ведущая российская компания по

предоставлению цифровых, медийных и телекоммуникационных сервисов ПАО «МТС» запустила летом 2021 г. мобильный аудиогид в Пензенской картинной галерее. Интерактивный «Экскурсовод» на русском языке работает посредством сканирования QR-кода. На данный момент он доступен только в зале русского авангарда. Бесплатный аудиогид размещен на популярной платформе Izi.Travel, который прослушать можно и дома, просто набрав в строке поиска название галереи. Данный проект является продолжением реализации туристских проектов от МТС – интерактивного путеводителя «Красные линии» [23]. Здание галереи входит туда в качестве одной из главных городских достопримечательностей.

На данный момент галерея активно сотрудничает с другими крупными музеями России. Уже не один раз в Пензенскую галерею приезжали выставки с коллекциями картин и экспонатов из музеев Санкт-Петербурга и Москвы. В 2021 г. был первый визит в Пензу коллекции Санкт-Петербургской галереи современного искусства PS Gallery и Эрмитажа, а так же выставочной коллекции из Третьяковской галереи Москвы [14]. Тем же летом 2021 г. в августе картинная галерея Савицкого предоставляла 13 произведений для выставки «Великие репинские ученики», которая проходила осенью в Академии акварели и изящных искусств Сергея Андрияки в Москве [42]. Выставочный проект картинной галереи «Встреча с одной картиной» успешно реализовывался в Саратовском краеведческом музее, в Кузнецком музыкальном колледже и впереди открытие проекта в Санатории им. Володарского, где тысячи отдыхающих с разных уголков России смогут познакомиться с коллекцией и историей музея.

Музей тесно сотрудничает с средствами массовой информации, особенно хорошее партнерство сложилось с одной из ведущих газет региона «Наша Пенза». Пензенская картинная галерея ведет активную работу по продвижению деятельности музея в социальных сетях и на официальном сайте, где ежемесячно публикуется свыше 250 новостных сообщений.

С 2019 г. музей направляет несколько проектных предложений в Благотворительный фонд Потанина, и выступает как партнер в двух проектах, заявленных в фонд Президентских грантов. Более того, картинная галерея активно участвует в благотворительной деятельности, участвует в проекте «Доступная среда», работает с благотворительным фондом «Ковчег».

Для выяснения эффективности маркетинговой деятельности выбранного учреждения культуры стоит рассмотреть статистику посещений и приобретения услуг посетителями галереи. На линейной диаграмме (см. рисунок 11) представлена статистика за последние три года по посещениям в общем и посещениям с приобретением экскурсионного обслуживания. На 2022 г. информация на данный момент есть с января по май, картинная галерея прогнозирует увеличение числа посещений по сравнению с прошлым годом и увеличение спроса на предоставление услуг экскурсионного обслуживания, так как за последние два года увеличилось число посетителей, которые заказывают индивидуальные экскурсии или на небольшие группы до 5-6 человек.

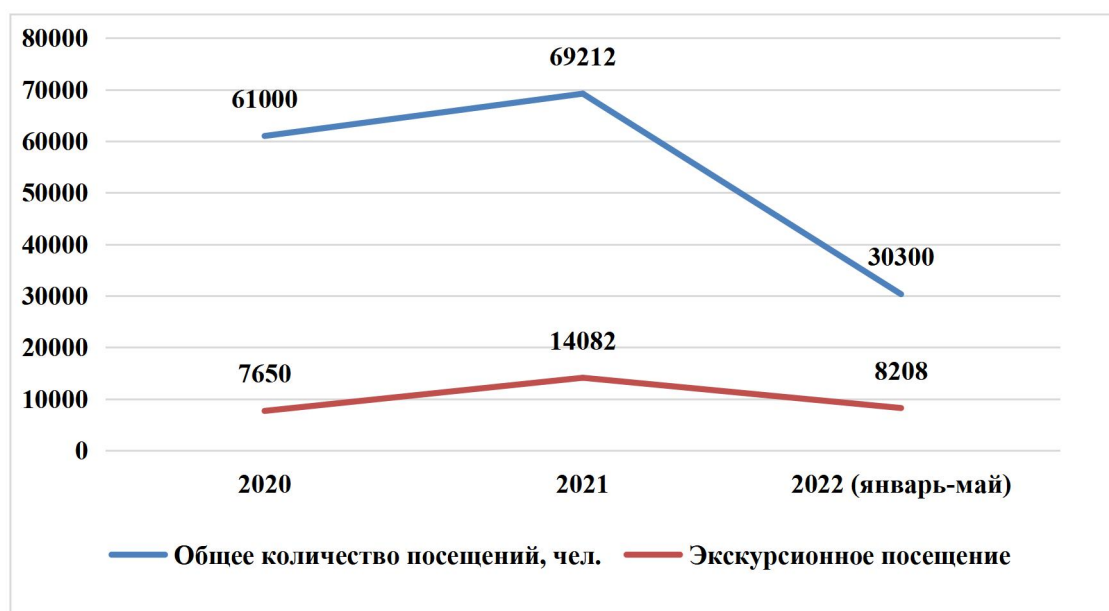


Рисунок 11 – Общее количество посещений Пензенской картинной галереи

В результате исследования, выяснилось, что количество экскурсий после «ковидного» 2020 года резко увеличилось в два раза. Во многом это произошло благодаря сотрудничеству картинной галереи с крупными музеями и галереями

страны, что послужило поводом роста числа организуемых тематических выставок. Кроме того, после коронавирусных ограничений у населения сформировались потребности в высоком и культурно-просветительном времяпровождении. Люди стали больше ценить моменты близости с культурой, искусством и историей, более открыто смотреть на новое для себя и начали пересматривать свое отношение к устаревшим предрассудкам о «скукоте и неинтересности» музея и картинной галереи. Тем более с развитием цифровизации и постоянным нововведениям в учреждениях культуры потребность и интерес у посетителей только растет, что положительно сказывается на числе посещений и доходах предприятий.

На рисунке 12 представлена статистика по сегментам среди всех посетителей, которые выделяет картинная галерея при продаже билетов на экскурсионные группы. Учет ведется следующим образом, выделяются четыре группы среди общего числа посетителей: дети и школьники до 16 лет, студенты, иногородние и местные жители (взрослые).

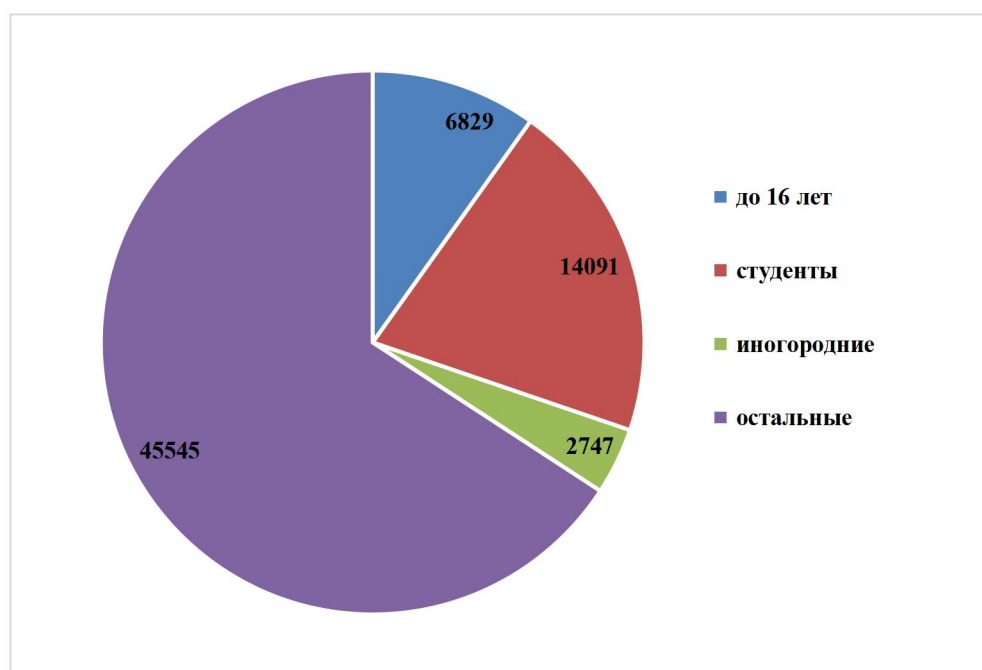


Рисунок 12 – Сегменты посетителей Пензенской картинной галереи, 2021 г., чел.

Важно принимать во внимание то, что при заполнении журнала посещаемости, отделом научно-просветительских работ не учитываются индивидуальные экскурсии. Данное замечание крайне важно, так как при учете статистики объема сегментов посетителей упускается огромный сегмент с оплатой услуг индивидуального экскурсионного обслуживания.

Среди посетителей Пензенской картинной галереи второй по величине сегмент составляют студенты. Объем данного сегмента обусловлен выпуском Пушкинской карты осенью 2021 г. Благодаря этому в картинной галерее есть возможность оплатить посещение выставок, лекториев и мастер-классов.

К сожалению, пока что картинная галерея не начала вести отдельный учет и такой группы посетителей. Необходимо решить эту проблему внедрением новой системы учета статистических данных. При ее помощи появится возможность получения информации по новым группам (сегментам) посетителей. Статистические данные предоставлены научно-просветительским отделом картинной галереи.

В перечень платных услуг, оказываемых картинной галереей, входят мастер-классы, экскурсии (групповые и индивидуальные), лектории, выставки и пр. В последнее время на базе галереи активно пользуется спросом занятия с детьми – «Школа радости». Здесь дети вместе с куратором пробуют рисовать в разной стилистике и разными материалами, знакомятся с великими художниками и расширяют свой кругозор.

Экскурсионное обслуживание различается по тематике и стоимостно по группе посетителей (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Прайс-лист экскурсионного обслуживания посетителей картинной галереи

Экскурсионное обслуживание	Стоимость, (руб.)
Индивидуальное (1-7 чел)	600
Взрослые	550
Студенты	500
Пенсионеры	500
Школьники	450
Дошкольники	400

Группа на экскурсию не должна превышать 20 чел. Средняя продолжительность экскурсии – 45 мин (1 академ. ч).

Посетители так же могут приобрести входной билет для самостоятельного посещения и ознакомления с коллекцией Пензенской картинной галереи, а так же на массовые мероприятия по типу Нового года в Музее, Концерта или Музейного праздника.

Стоимость обычного билета для входа:

- Взрослый - 200 руб.,
- Дети до 7 лет - бесплатно,
- Студенты - 150 руб.,
- Пенсионеры - 130 руб.,
- Школьники - 130 руб.

На территории картинной галереи оказываются различные тематические экскурсии (см. таблицу 3).

Таблица 3 – Перечень циклов экскурсий

Наименование экскурсии	Наименование экскурсии
«Цикл для дошкольников и младших школьников»	«Цикл для старшеклассников, студентов и взрослых посетителей»
«Здравствуй, музей!» - первое знакомство с картинной галереей	«Обзорная экскурсия по галерее»
«О чём рассказывает картина»	«И жизнь природы здесь слышна. Пейзаж в экспозиции ПКГ»
«Четыре времени года. Природа глазами художника»	«У каждого времени лица свои. Искусство портрета»
«Путешествие в мир вещей. Что такое натюрморт»	«Страницы истории в картинах»
«О чём может рассказать портрет?»	«Русское искусство XVIII-I половины XIX века»
«Что такое скульптура? Как работает скульптор?»	«Русское искусство II половины XIX века. Мемориальный музей К. А. Савицкого»
«История фарфоровой чашки»	«Русское искусство рубежа веков. Мемориальный музей И.С. Горюшкина-Сорокопудова»
«Сказка о стеклянной капельке. Стекло в экспозиции музея»	Интерактивная экскурсия «Путешествие в историю Пензенской художественной школы»
Театрализованная экскурсия «В гостях у Незнайки»	«Декоративно-прикладное искусство в собрании ПКГ»

Продолжение таблицы 3

Наименование экскурсии	Наименование экскурсии
«Как строили крепость Пензу»	«Искусство Западной Европы XVII-XIX веков. Италия, Фландрия, Голландия, Франция»
-	«Современное искусство (посещение выставок)»
-	«Губернский город Пенза»

На базе Пензенской картинной галереи экскурсионное обслуживание в группах происходит без цифрового обеспечения. Однако посетитель, который приходит в галерею с индивидуальной экскурсией или же оплачивает только вход может бесплатно воспользоваться аудиогидом посредством сканирования QR-кодов на экспонатах, представленных в основной экспозиции картинной галереи.

Для того, чтобы выделить какие-то конкретные рекомендации и предложения для картинной галереи, необходимо более подробно рассмотреть рынок музейных услуг в Поволжье, уровень развития внедряемых разработок мобильных гидов и приложений в картинных галереях и музеях (см. таблицу 4). Кроме того, рассмотрены возможности музеев в предоставлении цифровых аудиогидов.

Таблица 4 – Конкуренты на рынке ПФО

Наименование учреждения	Цифровая обеспеченность
Казанский Кремль	Аудиогид с наушником на русском и английском языках по выставке «Золотой век фламандского искусства». Стоимость проката – 300 руб. Оснащение экскурсовода планшетом для видеогиды (для людей с инвалидностью). Мобильное приложение «Аудиогид Казанский Кремль».
Нижегородский государственный художественный музей	Мультимедийная VR-экскурсия «Воззвание Минина». Прокат аудиогиды на русском языке – 200 руб. Интерактивное приложение «Маковский». Бесплатный аудиогид на русском языке на Izi.Travel.

Продолжение таблицы 4

Наименование учреждения	Цифровая обеспеченность
Музей Э.А. Рязанова	Оборудование для прослушивания аудиогидов с платформы Izi.Travel на английском и русском языках – 250 руб.
Самарский областной художественный музей	Виртуальный филиал (техническое оснащение компьютером и наушниками) – 250 руб.
Мировая интерактивная выставка «Динозавры морских глубин»	Роботизированные экспонаты. Аудиогид на русском языке. Кинопоказ на большом телеэкране. Стоимость входа на выставку – 450-500 руб.
Музей естественной истории Татарстана	Тематическая экскурсия «Путешествие к центру Земли» с использованием интерактивных стендов, кинопоказом на экране и звуковыми аудиодорожками в зале экспозиций. Стоимость посещения – 1500 руб. (350 руб./чел.) Доступная подача информации, наличие тактильных и интерактивных экспонатов в каждом зале. Детская аудиобродилка по музею «Путешествие Водорода» – 250 руб. Аудиогид по музею – 250 руб.

На базе вышеперечисленных музеев предоставляются экскурсионные услуги с инновационными разработками, которые активно внедряются и используются. Благодаря этому экскурсионное обслуживание приобретает совершенно новые краски, а так же отвечает новым запросам потребителей. Данные музеи оснащены техническим оборудованием – аудиогид устройствами, VR-очками, электронными планшетами, экранами для кинопоказа и интерактивным мультимедиа стендами, а так же собственными мобильными приложениями и мультимедиа гидами на официальном сайте музея

Для формирования наиболее подходящих рекомендаций, реализация которых позволит улучшить как работу самого учреждения Пензенской картинной галереи, так и организацию экскурсионного обслуживания, необходимо провести полевое исследование среди аудитории потенциальных посетителей. Чтобы провести исследование спроса на инновационные услуги в музейных учреждениях г. Пенза была составлена анкета. При ее составлении учитывался уровень цифровой и инновационной развитости культурных

учреждений Пензы и региона, а так же взяты в пример исследования музейного рынка и опросы фокус-групп «РОСИЗО» (см. Приложение А). В приложении Б размещена информация о полном перечне вопросов составленной анкеты. Результатом опроса молодежи от «РОСИЗО» оказалось, что 80 % опрошенных заинтересованы в посещении музеев, при этом 94 % опрошенных никогда не слышали о «РОСИЗО» и выставочных проектах в России.

Результаты анкетирования для исследования в рамках дипломной работы представлены в виде гистограмм и диаграмм. Всего вопросов в анкете 15. В ней присутствуют открытые и закрытые вопросы, а так же несколько альтернативных вопросов с выбором варианта ответа из предложенных. Анкета составлена на платформе «Google Формы» и была распространена студентом в социальных сетях «Вконтакте», «Телеграм» и «Инстаграм». В рамках полевого исследования опрошена группа людей, состоящая из студентов высших учебных заведений и молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет. Среди них жители Пензы и близлежащих городов (Москва, Саранск, Санкт-Петербург, Архангельск). Общая численность опрошенных составляет 300 чел.

Каждый из опрошенных хотя бы раз посещал музей или картинную галерею, однако заинтересованность у всех выявлена в разной степени. Почти в одинаковом соотношении опрашиваемые посещают музеи и галереи. Варианты «часто» и «редко» составили около 26-30 %, а 43 % – выбрали те, кто посещает конкретные выставки (см. рисунок 13).

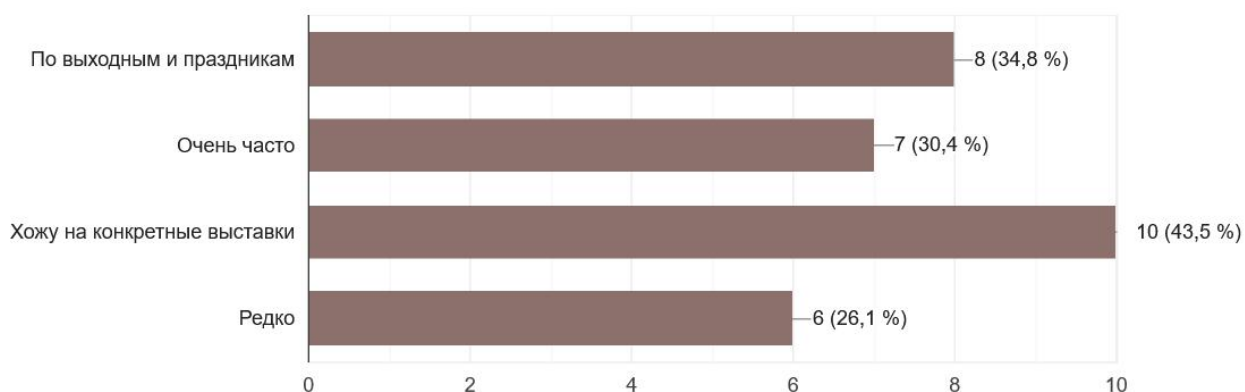


Рисунок 13 – Частота посещений музеев

В Пензе наиболее известным объектом является Музей народного творчества и Пензенская картинная галерея им. К. А. Савицкого с ее филиалом Музеем одной картины (см. рисунок 14).

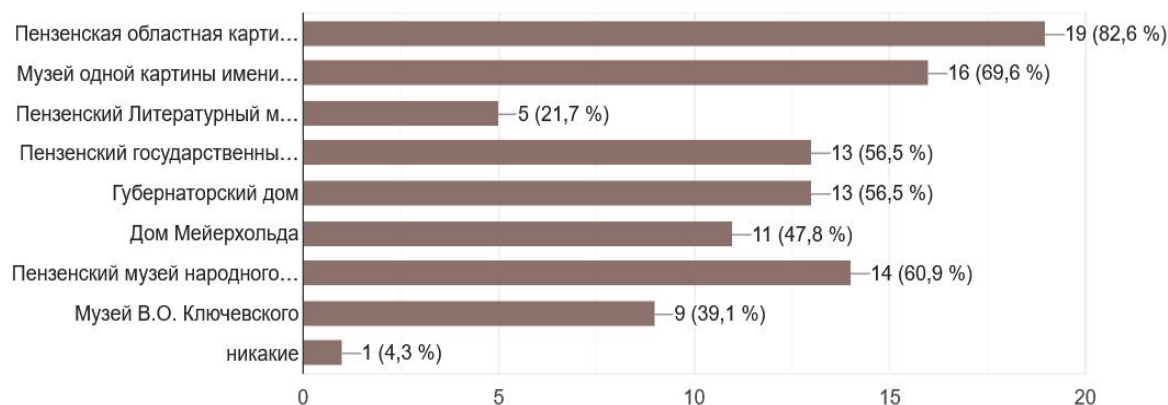


Рисунок 14 – Статистика посещаемости музеев Пензы

Наибольшее впечатление от знакомства с искусством и историей опрашиваемые получили, к сожалению, не в Пензе (см. рисунок 15). Большинство среди опрошенных положительно отзывается о музеях и галереях в Москве и Санкт-Петербурге.

Третьяковская галерея (классика живописи). Павильон Космос на ВДНХ (красивое историческое здание, большая экспозиция, много интерактивных макетов).
Никольский завод стекла и хрусталя, Севастопольская диарама
Картинная галерея им. К. А. Савицкого
Эрмитаж
Музей одной картины
Дом Мейерхольда
Музей одной картины
Эрмитаж, Третьяковская галерея. Ассортимент
интерактивные объекты показа в музее мирового океана в калининграде, объекты в

Рисунок 15 – Музеи, произведшие наибольшее впечатление

После карантинных мер, большое количество опрашиваемых отмечает повышенный интерес к посещению галерей, так как долгое время находились в

строгих условиях под запретом посещения любых людных мест (см. рисунок 16). Теперь же у людей острая потребность в общении и возможности получить новые впечатления и знания.

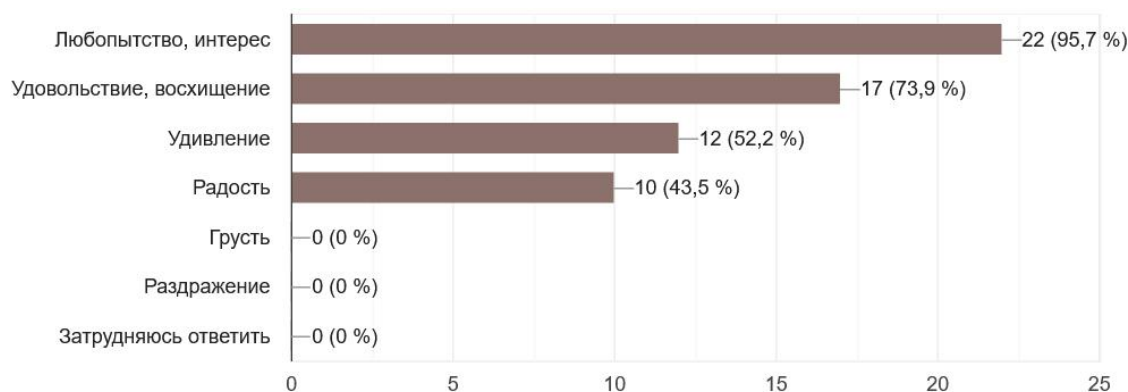


Рисунок 16 – Эмоции, которые вызывает посещение музеев в 2021 году

Среди технического оснащения наиболее востребованными оказались интерактивные объекты показа и аудиогиды – 82 %, остальными по уровню востребованности выделены спрос на проекции и 3D-макеты (см. рисунок 17).

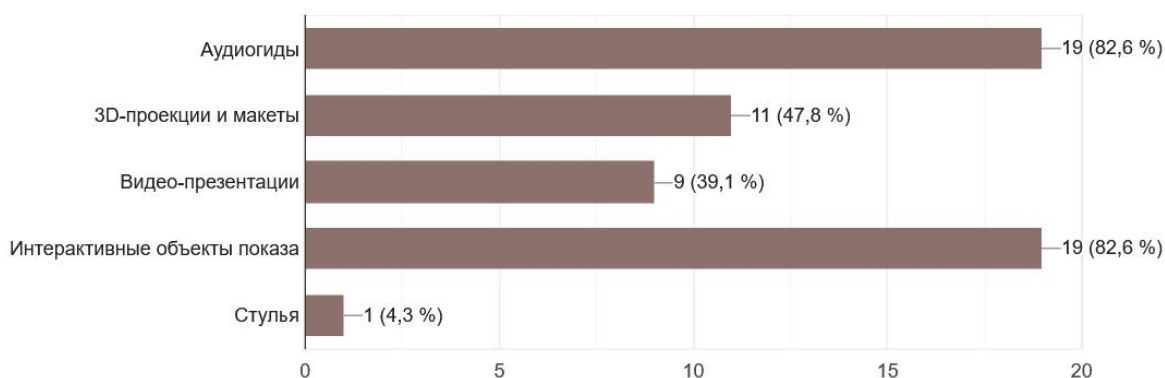


Рисунок 17 – Статистика востребованности технического оснащения

Самыми востребованными факторами повышения частоты посещаемости музеев и галерей оказались выдача бесплатных билетов для посещения в праздничные и выходные дни, систематическая обновляемость выставок, наличие у музея собственного или мобильного приложения или присутствие на единой музейной платформе для получения информации о действующих

выставках и об экспозициях, а так же качественное и подробное описание выставленного фонда на информационных стендах (см. рисунок 18).

Основными требованиями к музеям среди респондентов отмечены наличие уникальных коллекций и экспонатов на территории учреждения, дружелюбный и профессиональный персонал, комфортное пространство для посетителей (качественное освещение, наличие диванов и скамеек, проведение сети подключения к Интернету Wi-Fi) (см. рисунок 19).

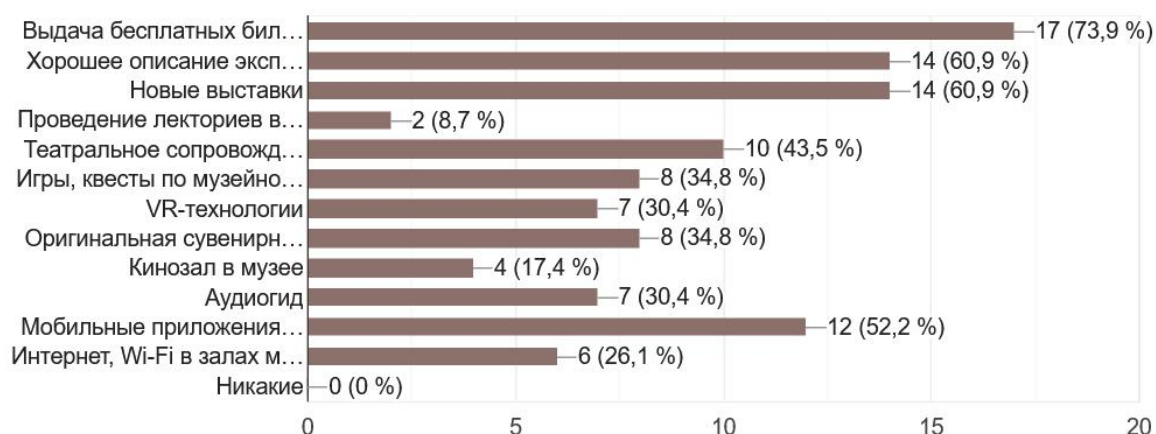


Рисунок 18 – Факторы повышения шанса посещения музея

Немаловажным оказалось требование среди респондентов к организации дополнительного досуга в качестве проведения мастер-классов, лекториев, а так же наличие молодежных сообществ и возможность реализации их инициатив.

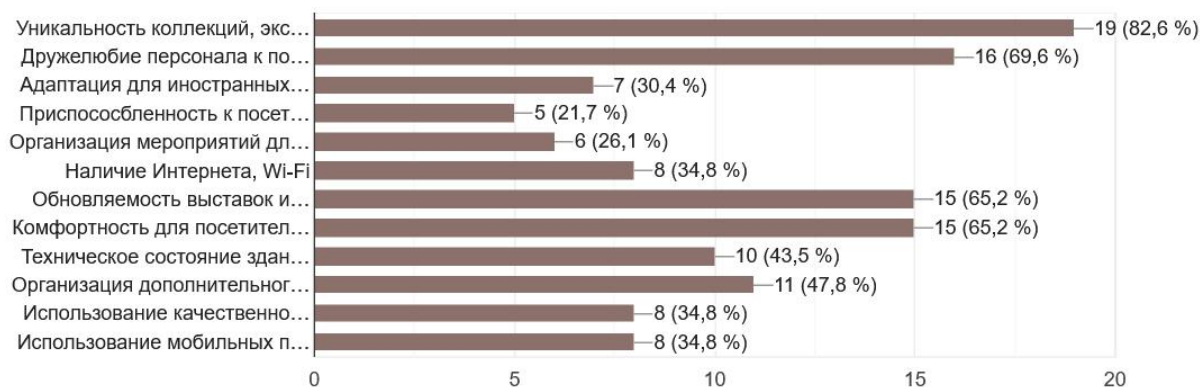


Рисунок 19 – Основные требования посетителей к музеям России

При выяснении причины отказа или прекращения посещения музея или картинной галереи респондентами отмечены отсутствие времени, неосведомленность о действующих временных выставках и мероприятиях, и лишь 1 % просто не заинтересован в искусстве и культуре (см. рисунок 20).

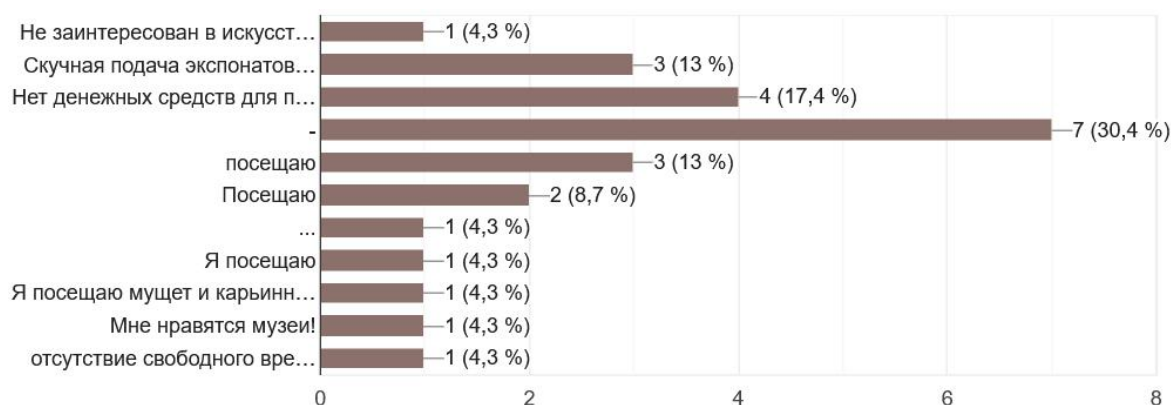


Рисунок 20 – Причина непосещения музеев

Кроме того, среди респондентов всего 39 % каким-либо образом профессионально заняты в сфере искусства или увлекаются им. Остальные имеют любительский интерес и рассматривают посещение музея, как альтернативный вариант организации своего досуга в свободное время.

Как упоминалось ранее, большая часть опрошенных – молодежь от 18 до 25 лет (см. рисунок 21). Однако помимо данного доминирующего по количеству респондентов сегмента, выделяются так же крупные группы 24-50 лет и 41-54 года.

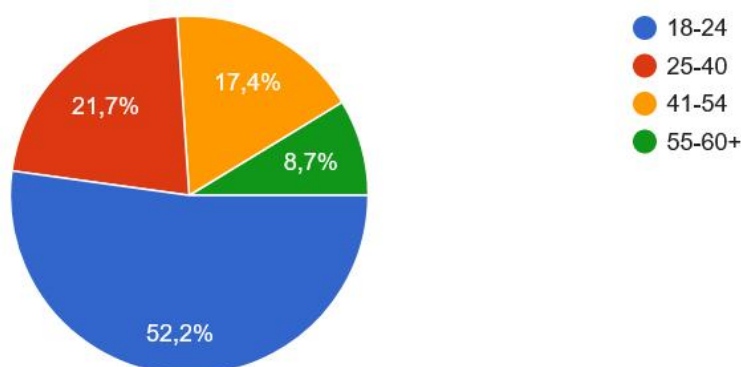


Рисунок 21 – Соотношение возраста опрошенных

Среди респондентов, как указано выше, подавляющее число студентов - 52 % среди общего числа опрошенных (см. рисунок 22).

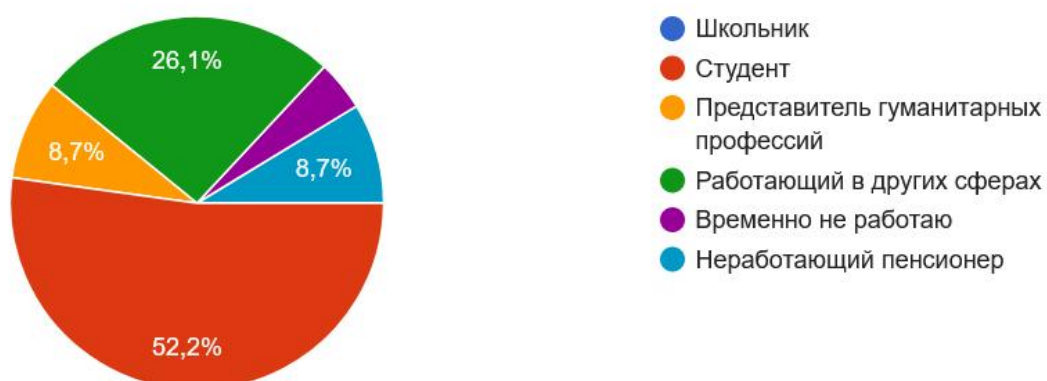


Рисунок 22 – Занятость опрошенных

Наиболее крупным сегментом по результатам анкетирования оказалась группа респондентов, идентифицирующих свой социальный статус как среднеобеспеченный - 69,6 % (см. рисунок 23).

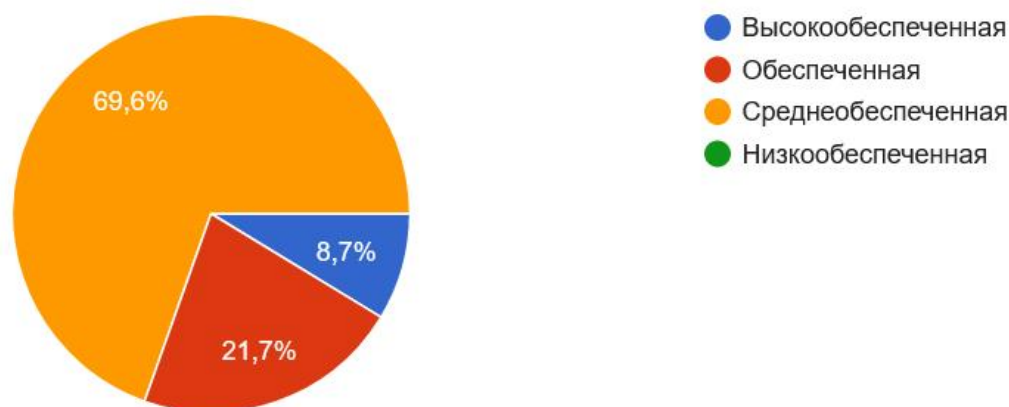


Рисунок 23 – Социальный статус опрошенных

Исходя из результатов анкетирования выяснено, что большая часть заинтересованных в культурном просвещении - молодежь. Эти люди готовы посещать музеи, если учреждение правильно себя представляет на рынке, использует инновационные технологии при организации внутреннего пространства и музейных услуг, предоставляет варианты организации дополнительного досуга, адаптирует экспозиции в виртуальном пространстве и

на иностранные языки. Самым известным на рынке Пензы является учреждение Пензенской картинной галереи. Кроме того, необходимо отметить, что респонденты, которые указывали посещение конкретных выставок, разбираются в ассортименте и видах предоставляемых услуг в музеях, систематически отслеживают наличие интересующих их мероприятий и выставок в афише или социальных сетях учреждения культуры.

С учетом проведенных исследований можно сделать вывод о том, что в крупных городах ПФО высоко развиты инновационные формы экскурсионного обслуживания и на их опыте внедрения данных технологий, есть возможность разработать рекомендации по улучшению экскурсионного обслуживания в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого.

Итак, в результате исследования является сформированная картина сегодняшнего рынка музейных услуг – рост спроса на инновационные услуги, изменение потребительского спроса и увеличение количества посещений музеев, а так же выход в мировой рейтинг российских музеев. Данные результаты исследования позволяют сделать вывод о высоком потенциале развития для внедрения инновационных разработок на пензенском рынке. На основе рассмотренного успешного опыта внедрения цифровых технологий в музеях России и особенно в музеях ПФО, разработано несколько рекомендаций для Пензенской картинной галереи. В следующем разделе предложение по внедрению инновационного аудиогuida рассматривается более подробно.

2 Разработка рекомендаций по улучшению экскурсионного обслуживания в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого

2.1 Экскурсионное обслуживание с использованием цифровых технологий в Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого

В ходе проведенного исследования деятельности Пензенской картинной галереи и ее конкурентов в г. Пенза разработано несколько рекомендаций. Данные рекомендации должны способствовать росту и развитию на пензенском рынке, увеличить поток посетителей, разнообразить ассортимент оказываемых экскурсионных услуг, а так же создать благоприятные условия для их оказания посетителям.

В апреле 2022 г. была проведена цифровизация части основной экспозиции картинной галереи – 40 произведений художественного искусства размещены на цифровой платформе «Artefact». Данная платформа мобильных гидов работает с использованием технологии дополненной реальности. У каждого размещённого объекта есть свой аудиогид на английском и русском языках, а так же точки интереса с дополнительной информацией о произведении искусства или художнике. Данный гид смог реализоваться благодаря активному участию и кураторству директора Застрожного Кирилла Владимировича и специалистов экспозиционно-выставочного отдела в национальном проекте от Министерства культуры РФ «Культура» [34].

На сегодняшний день рекомендуется поставить следующую задачу перед картинной галереей – использовать данный бесплатный гид в качестве продвижения и повышения интереса посетителей, а так же пополнить платформу «Artefact» как можно большим количеством объектов своего музейного фонда. В данный момент в приложении размещены всего 40 объектов. Столько понадобилось для стартовой загрузки при заявке на участие в проекте Минкультуры РФ. Для более успешного продвижения крупнейшего

культурного учреждения города Пензы рекомендуется расширить перечень внесенных на базу «Artefact» экспозиций:

- 1) Залы Франции, Голландии и Италии.
- 2) Зал Русского искусства первой половины XIX в. (Зеленый зал).

Выбор вышеупомянутых залов аргументирован наибольшим интересом, который оказывают посетители, на основе наблюдений сотрудников картинной галереи. Кроме того, данные залы – единственные на сегодня, которые оснащены новым техническим оборудованием и этикетками на двух языках.

Работникам экспозиционно-выставочного отдела рекомендуется написать статьи для озвучки аудиогuida на русском языке и перевода на английский язык основную экспозицию картинной галереи.

Работает данная платформа следующим образом, приложение под названием «Artefact» доступно для скачивания на мобильный телефон через GooglePlay и AppStore. По желанию пользователя можно подключить определение своего геоположения. Данная функция позволяет пользователю узнать, какие культурные учреждения находятся по близости и какие выставки в данный момент активны в городе. С помощью функции сканирования посетитель картинной галереи может навести камеру на значки «AR» (см. рисунок 24), которые размещены на раме картины или рядом с ней.



Рисунок 24 – Аудиогид от «Artefact» и Izi.travel

Приложение сразу же сможет активировать аудиогид и запрашиваемую картину или другой экспонат, здесь же можно включить воспроизведение через

динамик для более комфортного прослушивания и переключиться при необходимости на английский язык. Важным является упоминание того, что аудиогид можно предварительно загрузить перед посещением картинной галереи и прослушивать его непосредственно на месте в офлайн-режиме.

Недостатком лишь является то, что большинство посетителей не хотят скачивать дополнительные файлы на свои телефоны и не имеют доступный Интернет. В основном предпочитают не занимать лишней раз память собственных гаджетов, тем более если есть возможность пользоваться аудиогидом без дополнительных загрузок. Поэтому зачастую использование данного аудиогuida происходит пользователями из дома.

Кроме этого, Пензенская картинная галерея располагает бесплатным аудиогидом на сайте Izi.Travel, у которого так же есть свое одноимённое мобильное приложение [16]. На данный момент существующие аудиотуры Пензенской картинной галереи находятся на одной из самых популярных и крупных медиа платформ Izi.Travel, к тому же гид абсолютно бесплатен для прослушивания, а установить приложение так же не требует дополнительных денежных вложений. Данный аудиогид был реализован летом 2021 г. при помощи и поддержке компании МТС в рамках благотворительного проекта «Поколение М». Благодаря актёру озвучки и дубляжа Пензенского драматического театра Артему Тихомирову у зала Русского Авангарда есть свой бесплатный аудиогид на русском языке (см. рисунок 25).



Рисунок 25 – Аудиогид от МТС

Активировать аудиогид можно посредством сканирования QR-кода, который прикреплен к картинной раме. Одной из трудностей в использовании вышеперечисленных аудиогидов – это необходимое требование подключения к сети Интернет. В условиях пандемии с 2019 г., а так же проявившихся предрассудков и тревог среди посетителей данная возможность может рассматриваться положительно и пользоваться востребованностью. Однако, такие случаи единичны и в основном посетители не имеют прямого подключения в Интернету или не имеют высоко современных телефонов с функцией сканирования QR-кода.

Всеми известный проект от МТС «Красная линия» – интерактивный путеводитель по Пензе, который включает в себя 10 различных ключевых достопримечательностей города Пенза (см. рисунок 26).

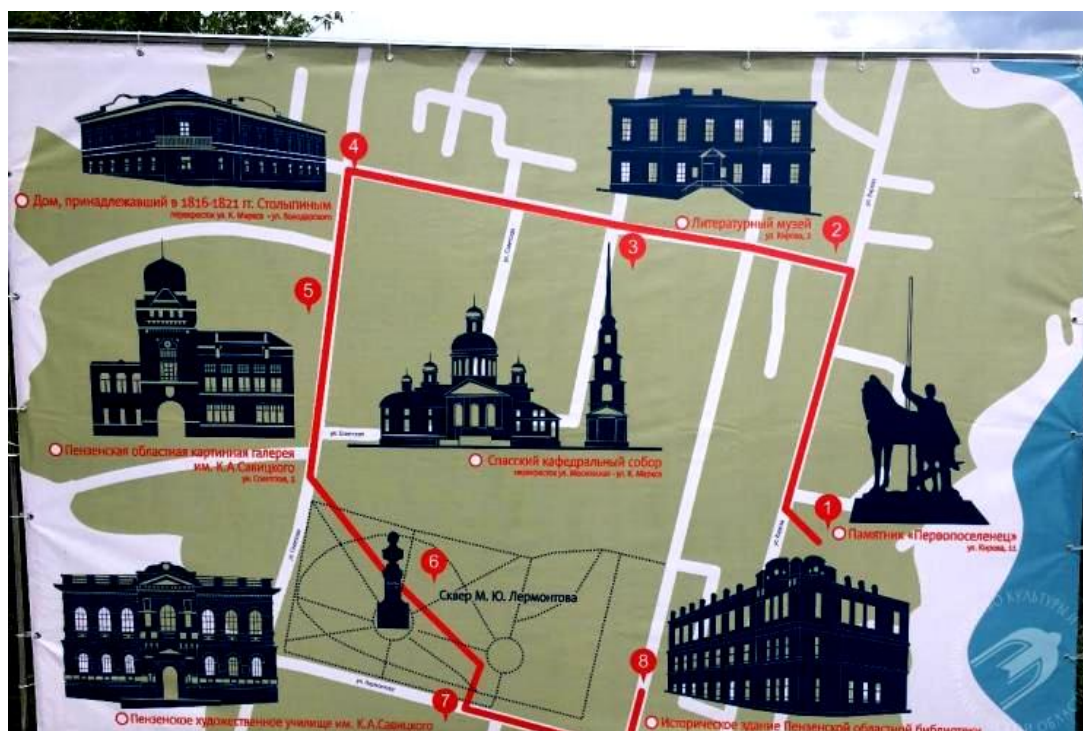


Рисунок 26 – Маршрут путеводителя «Красная Линия»

В данный турмаршрут, в качестве одного из главных объектов, включено здание Пензенской картинной галереи им. К. А. Савицкого и Губернаторский дом. Последним действующим гидом, который отражает информацию о картинной галерее и позволяет познакомиться с историей учреждения и его коллекцией является онлайн гид на официальном сайте Пензенской картинной

галереи – penzagallery.ru. Некоторые художественные картины обладают своим присвоенным QR-кодом. Сканирование отправляет посетителя на официальный сайт со статьёй о художнике и самом произведении. Данный гид в основном содержит коллекцию икон в Губернаторском доме и Пензенской картинной галерее и связанных с данной выставкой картин из других залов галереи (Зал Савицкого и Зелёный зал).

Итак, были проанализированы все доступные и существующие аудиогиды на данный момент в Пензенской картинной галерее и на основе полученных данных можно сформулировать рекомендации.

Исходя из того, что внушительная часть посетителей составляют люди с активным образом жизни и открытые ко всему новому, нельзя быть уверенным, что они осведомлены о данных нововведениях в картинной галерее. Именно поэтому, в первую очередь рекомендуется поработать над более грамотным и активным продвижением своих нововведений. Новость о том, что Пензенская картинная галерея присоединилась к платформе российских музеев должна быть освещена более подробно и рассказывать посетителям о том, какие у них есть возможности в использовании данных аудиогидов. Необходимо выкладывать посты с фотографиями и описаниями о данных цифровых аудиогuidaх и их содержании в социальных сетях и при возможности разместить плакаты с информацией о данных аудиогuidaх в фойе картинной галереи.

Кроме этого, учреждение Пензенской картинной галереи столкнулось с проблемой в предоставлении общего доступа посетителей к сети Интернет. Из-за толстых стен в здании сеть Wi-Fi в залах картинной галереи работает очень слабо или не работает совсем, что может испортить некоторым посетителям впечатления от посещения галереи, а так же помешать воспользоваться размещенными мобильными гидами и сканированию QR-кодов. С развитием сети Wi-Fi картинная галерея сможет подключиться к различным сервисам для получения дополнительных доходов в будущем. Поэтому необходимо обеспечить установку роутеров в каждом

экспозиционном зале для возможности подключения к сети Wi-Fi. Таким образом, в картинной галерее будет обеспечен свободный доступ в Интернет, что упростит работу сотрудникам музея, а для посетителей предоставит комфортную среду. Процесс использования мобильных гидов значительно упростится и благодаря высокоскоростному Интернету появится возможность размещения нового оборудования для экскурсионного обслуживания, проведения лекториев и официальных заседаний. При выборе интернет провайдера рекомендуется в рамках предыдущего опыта сотрудничества заключить договор о проведении сети Интернет с компанией «МТС».

В условиях опасений посетителей насчет прошедшей пандемии Ковид-19 в картинной галерее и ее филиалах увеличилось число индивидуальных посетителей, которые предпочитают приобретать услуги экскурсионного обслуживания для 1-2 человек или же полностью погрузиться в атмосферу картинной галереи в одиночку. Для того, что улучшить впечатления от посещения и предоставить посетителям комфортную и удобную обстановку для знакомства с искусством, выделена рекомендация по внедрению навигации среди залов. Для индивидуальных посетителей значительно повысит комфортное времяпровождение в стенах картинной галереи наличие навигационной системы, табличек с указанием названий залов или размещение навигационной карты по картинной галерее на официальном сайте.

В дополнение к вышеперечисленному важно осветить и другие недостатки, которые предлагается исправить. На сегодняшний день Пензенская картинная галерея не пользуется специализированными автоматизированными системами (далее – АС), разработанными для музеев и картинных галерей. Благодаря им повысится эффективность работы учреждения.

Вся статистическая учетность ведется в ручную и не учитываются многие аспекты. Из-за этого, у картинной галереи нет подробной статистики по востребованностям услуг и сегментах потребителей. Благодаря внедрению например, АС «Музей» ГИВЦ Минкультуры РФ, картинная галерея сможет эффективнее вести учет поступлений в фонд хранения и заполнять карты для

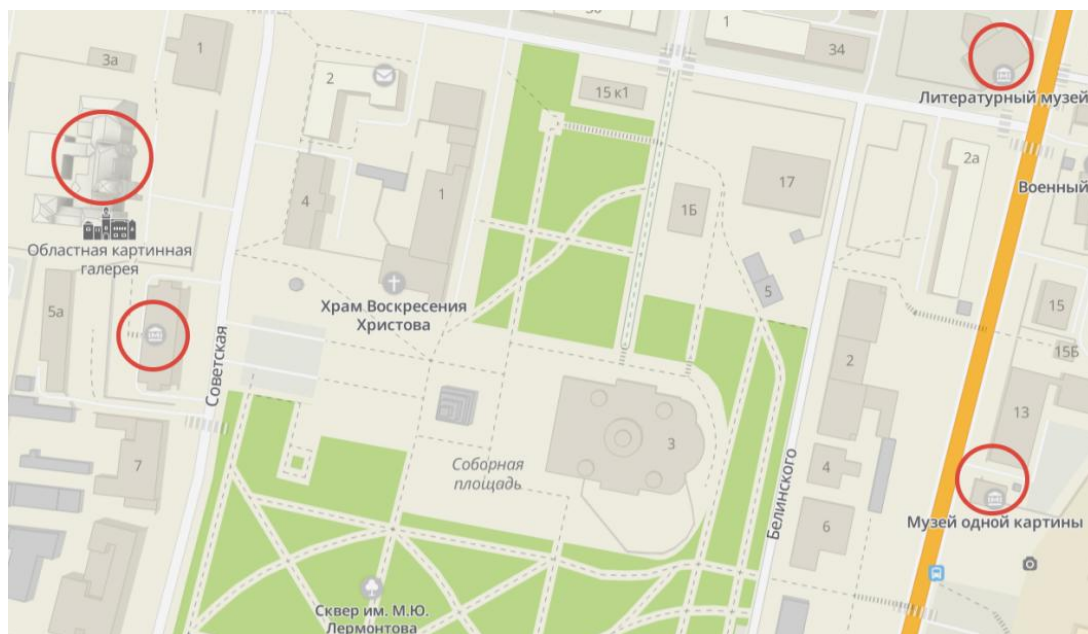
Государственного каталога. Для более эффективного ведения статистики и составления отчетности – АИС «Статистика».

Наконец, для того, чтобы модернизировать работу экспозиционно-выставочного отдела, как ключевого для посетителей учреждения картинной галереи рекомендуется разработка собственного авторского аудиогида по основной экспозиции здания с индивидуальным устройством для прослушивания.

Плюсами такого внедрения является отсутствие требований к проведению и наличию высокоскоростного Интернета в стенах картинной галереи, а так же избавление посетителей от беспокойства насчет наличия своего подключенного Интернета и загрузки аудиогида в их собственных мобильных устройствах. Личный аудиогид по основной экспозиции позволит посетителю провести индивидуальную экскурсию и построить собственный маршрут по галерее, лично проникнуться атмосферой и культурной средой, создать для себя свою «собственную картинную галерею» и получить массу положительных эмоций и впечатлений.

Принять участие в дикторской записи текста аудиогида могут принять актера из театра Пензы, которые снимаются в кинофильмах для Музея одной картины. Таким образом, есть возможность привлечь актерские таланты Пензы для участия в разработке и внедрении инновации, которая будет первой в городе среди всех учреждений культуры, как у главного и крупного музея Пензы (картинной галереи).

Как отмечалось ранее, Пензенская картинная галерея имеет филиалы, находящиеся по близости с основным зданием – Губернаторский дом, Музей одной картины, поэтому предлагается объединить с помощью интерактивного мобильного гида. На рисунке 27, с помощью 2GIS, наглядно изображено местоположение филиалов и музеев, соседствующих с Пензенской картинной галереей.



Примечание – На карте не представлены все музеи города.

Рисунок 27 – Карта музеев и филиалов картинной галереи в г. Пенза

Этот проект может так же иметь вид интерактивного квеста с викторинами, паззлами, квестами и внутриигровыми функциями, которые были бы интересны как для детской и подростковой аудитории, так и для небольших компаний и индивидуальных посетителей более старшего возраста, которые будут заинтересованы в том, чтобы попробовать новинку среди услуг, предоставляемых в картинной галерее. Таким образом, можно рассмотреть попытки сотрудничества с BitGames или Tortuga, компаниями, занимающимися разработкой игр для детей и подростков в Пензе. Стартом или так называемой основой для разработки игр можно взять уже существующие игровые квесты на территории картинной галереи [22].

Всего перечислено четыре различных мобильных гида. Каждый отличается спецификой своей платформы, ассортиментом экспонатов и концепцией работы. Для посетителей по разному удобны тот или иной гид, кому-то удобно иметь при себе скачанное приложение с предзагруженной выставкой, у кого-то есть высокоскоростной подключенный Интернет, нет желания скачивать дополнительный контент и есть возможность пользоваться QR-кодами, а кто-то пользуется в полной мере всем, что только есть на базе

учреждения и что поможет ознакомиться с разнообразием коллекции картинной галереи и её историей.

Далее освещены все рекомендации, которые были выделены для Пензенской картинной галереи для улучшения экскурсионного обслуживания:

1) Расширение перечня коллекции экспонатов и картин на базе «Artefact», как способ продвижения своего учреждения среди российских музеев на единой специализированной платформе;

2) Организация активного продвижения в социальных сетях имеющихся цифровых аудиогидов и инструктирование посетителей о порядке и способах их активации;

3) Тщательнее рассмотреть возможность и способы проведения сети бесплатного Wi-Fi для обеспечения свободного пользования цифровыми аудиогuidaми в стенах картинной галереи;

4) Внедрение системы навигации в стенах картинной галереи, размещение информационных стендов, табличек с указанием названия выставочного или экспозиционного зала;

5) Модернизировать экскурсионное обслуживание с помощью внедрения в перечень предоставляемых услуг платной услуги авторского аудиогuida с устройством и наушником на двух языках.

2.2 Разработка рекомендации по внедрению аудиогида для улучшения экскурсионного обслуживания

При проведении исследований ранее, наблюдается активное продвижение в учреждениях культуры тенденции инновационного подхода, то есть внедрения медиа технологий в работу музея. Таким образом посетителю оказывается качественная и комплексная культурно-образовательная услуга с элементами мультимедиа интерактива или игровыми формами.

Мультимедийность экскурсионного обслуживания позволяет посетителю музея обрести свободу и воспользоваться творческим подходом к знакомству с искусством и взаимодействию с экспозициями. Одним из наиболее актуальных способов подачи информации для посетителя музея, как мы выяснили ранее, создание интерактивной среды. Наличие подобной среды повышает интерес и внимательность к предоставляемой информации.

Именно поэтому выбран один из самых актуальных способов предоставления информации для посетителей Пензенской картинной галереи – с помощью мультимедийной технологии аудиогuida.

С помощью специального устройства, оснащенного наушниками посетитель может самостоятельно изучать экспонаты в музее. Для этого не нужен доступ в Интернет, весь необходимый для ознакомления материал записан на память устройства аудиогuida. Несмотря на то, что на сегодняшний день у Пензенской картинной галереи есть мобильные аудиоэкскурсии на некоторых платформах, однако, посетители испытывают трудности в их использовании из-за плохого Интернета и отсутствия единой бесплатной точки Wi-Fi.

Кроме того, из-за слабого продвижения наличия подобных доступных возможностей процент осведомленности и, тем более, использования QR-кодов низок. К тому же многие посетители не знают как пользоваться подобным аудиогидом, испытывают трудности в эффективном использовании, не имеют в наличии собственных наушников. Так как некоторые аудиоэкскурсии требуют

дополнительной предзагрузки, процент их использования падает еще ниже. Из-за подобных условий – наличие современного мобильного устройства, наушников, подключение к Интернету, загрузка контента на свой телефон, доступность аудиогида для широкого круга посетителей все ниже, как и его привлекательность. Наиболее оптимальным решением является запись собственного авторского аудиогuida по основной экспозиции музея. Данный аудиогид не требует подключения к Интернету, устройства и наушники предоставляют посетителям индивидуальные. Кроме того, подобным аудиогидом могут воспользоваться люди с ограниченными возможностями и иностранные гости.

По своей специфике аудиогиды делятся на два вида: управление вручную, автоматизированное управление. В первом случае у каждого экспоната или экспозиции есть собственный присвоенный номер, который размещается рядом. Его посетитель вводит в устройство и программа запускает аудиодорожку, соответствующую номеру введенной экспозиции. Однако во втором случае переключение между аудиодорожками происходит автоматически при передвижении посетителя. Для этого необходимо установить датчики ловли сигнала в залах. Это могут быть Bluetooth приемники или инфракрасные датчики. Устройство при приближении к экспозиции ловит сигнал и автоматически запускает аудиогид.

На пульте устройства есть пронумерованные кнопки, а так же кнопки регулирования громкости, перемотки и паузы дорожки, выбора языка при наличии такового. Экономическая выгода подобной инновационной разработки заключается в предоставлении самостоятельного изучения посетителями экспозиций и художественных картин, увеличение доходов картинной галереи для получения возможности самостоятельно финансировать будущие проекты.

Кроме того, в Пензенской картинной галерее высокий показатель приобретения посетителями индивидуальной экскурсии. Более трети от общего количества посещений месяц – экскурсионное обслуживание на основной экспозиции, в тематических залах или в выставочном пространстве.

К сожалению, часто посетитель сталкивается с дискомфортом в ходе проведения экскурсии из-за того, что необходимо следовать по строго сформированному маршруту и тем более взаимодействовать с незнакомым человеком. Ведь предубеждения насчет пандемии и карантинных ограничений все еще остались, а карантин в Пензенской области отменили только недавно, в начале июня 2022 г. Кроме этого, из-за спроса на индивидуальные экскурсии сотрудники музея оказываются высоко загруженными и результатом является недостаток свободных сотрудников для проведения групповой экскурсии. Посетителю хочется послушать рассказ о культуре и развитии искусства в разных странах спустя время, познакомиться с творчеством великих художников и различными стилями в художественном искусстве. К тому же, на территории картинной галереи нет навигационной системы и информационных стендов по залам или отдельным картинам, поэтому посетитель испытывает трудности в самостоятельном знакомстве с музейным фондом.

Таким образом, аудиогид как отдельная услуга и инновационная форма индивидуальной экскурсии является наилучшим вариантом. С помощью аудиогuida посетитель самостоятельно формирует свой маршрут, создает «свою» картинную галерею, знакомится с историческими и культурными аспектами развития искусства и получает массу новых и уникальных впечатлений.

Важным аспектом данной разработки является выбор технического оснащения. В каждом зале (их всего 9) предполагается по 10 точек навигации и ловли сигнала от устройства аудиогuida для начала проигрывания звуковой дорожки. Таким образом, в одном зале будет 10 мини-блоков аудиоэкскурсий по основной экспозиции картинной галереи. Данное решение мы приняли в ходе обсуждения данного проекта с методистом экспозиционно-выставочного отдела Пензенской картинной галереи.

В процессе создания аудиогuida предполагается участие следующих работников:

– директор Пензенской картинной галереи связывается с исполнителем и устанавливает сроки работ, заключает договор о предоставлении технического оборудования и обработки аудиозаписей в нужный формат;

– методист культурно-образовательного отдела и специалист экспозиционно-выставочного отдела составляют текст аудиогuida и формируют экскурсию для прослушивания:

– методист экспозиционно-выставочного отдела осуществляет проверку корректности составленного текста аудиогuida, адаптирует текст для аудиогuida

– выделяет ключевые точки интереса и разбивает текст для записи отдельных аудиодорожек; осуществляет перевод текстов на английский язык;

– актеры Пензенского театра озвучивают текст экскурсии;

– исполнитель (компания, предоставляющая техническое оборудование) осуществляет монтаж звуковых дорожек, сводит запись и переносит аудио-контент на устройство; осуществляет доставку технического оборудования.

Аудиогиды «Orpheo» (см. рисунок 28) по умолчанию оборудованы датчиками для автоматического включения и синхронизации видео с помощью инфракрасных меток, что позволяет устройствам автоматически воспроизводить определенные звуковые сообщения в заранее определенных зонах.



Рисунок 28 – Устройство аудиогuida Orheo Mikro LX

Это дает посетителю преимущество для знакомства с экскурсией без необходимости нажимать кнопки. Автоматическое срабатывание также очень полезно для людей с ограниченными возможностями.

Разумеется, как и все другие сообщения, запущенный контент воспроизводится на языке, выбранном посетителем. Поскольку весь аудиоконтент хранится на самих аудиогидеях, после получения сигнала воспроизведение контента не прерывается. Оборудование для автоматического срабатывания работает автономно и не требует централизованной компьютерной системы. У модели «Orpheo Mikro LX» в наличии есть динамики и два разъема для стерео/мононаушников, а так же возможность подключения устройства к индукционной петле для слабослышащих. Рассчитано на 65 тыс. записываемых аудиодорожек. Есть дисплей с индикатором уровня заряда батареи и отображением видео и изображения в цветном формате. Вес устройства аудиогид 125 г. При заказе оформляется доставка зарядной станции. Зарядка может осуществляться для 24 устройств одновременно. Время автономной работы – 18 ч.

Клиентами «Orpheo Group» в России уже являются Петропавловская крепость, музеи Кремля, Храм Василия Блаженного, Исторический музей, ВДНХ, Москвариум. Данный факт является одним из существенных обоснований выбора именно этого оборудования аудиогидея. Кроме того, выбраны именно аудиогиды «Orpheo» благодаря их доступности для различных групп посетителей, удобству в использовании, высококачественным техническим показателям, а так же средней цене среди ассортимента различных аудиогидов.

Таким образом, благодаря наличию широкого ресурсного потенциала Пензенской картинной галереи, был выбран в качестве инновационного проекта для внедрения аудиогидов на двух языках. При помощи реализованного исследования сформулированы основные требования к устройству аудиогидея и с учетом особенностей здания картинной галереи разработана рекомендация по внедрению аудиогидея на базе учреждения Пензенской картинной галереи.

2.3 Расчет стоимости внедрения разработанных рекомендаций

Для внедрения проекта необходимо определить общие совокупные затраты (см. таблицу 5). Оборудование основное (аудиогид) и дополнительное (зарядные устройства, наушники). Затраты на оплату труда дикторам, звукорежиссеру, методистам, за установку приемников.

Таблица 5 – Затраты на техническое оборудование

Наименование устройства	Стоимость, руб.
Устройство аудиогuida с мононаушником многоразового пользования, 10 шт.	270 000
Инфракрасные приемники, 90 шт.	71 500
Установка системы	39 000
Мобильный зарядный кейс для зарядки устройств	20 000
Монтаж аудиодорожек	3 000
Итого	403 500

Исходя из итоговой стоимости закупки технического оборудования стоимость одного устройства аудиогuida с мононаушником, загруженной аудиоэкскурсией на двух языках – 40 350 руб. Без учета работ диктора(-ов) и методистов.

Для установки рыночной цены, необходимо обратить внимание на среднюю стоимость услуги по музеям ПФО.

Средняя стоимость услуги экскурсии с аудиогидом по ПФО – 290 руб.

Вход в Пензенскую картинную галерею для одного взрослого – 200 руб., а индивидуальное экскурсионное обслуживание (1-7 чел) – 600 руб.

В первые месяцы рекомендуется реализовывать данную услугу за 300 руб. Посетителю Пензенской картинной галереи необходимо в первую очередь оплатить вход и затем услугу проката аудиогuida с экскурсией. Плата с одного посетителя в размере 500 руб. является платой за индивидуальное экскурсионное обслуживание с аудиогидом и будет рассматриваться как стоимость, которую необходимо реализовать в течении определенного времени для того, чтобы проект окупил себя. Посетителям рекомендуется приобретать

аудиогид на двоих при возможности. Эту рекомендацию лучше преподнести с аргументом об экономии при оплате индивидуальной экскурсии.

Далее рассмотрены примерные планируемые затраты на оплату труда сотрудников Пензенской картинной галереи и других работников. В таблице 6 указан перечень планируемого объема оплаты труда. Размер стоимости оказанных услуг обозначен в соответствии со средними рыночными расценками по России и ПФО.

Таблица 6 – Затраты на оплату труда работников

Требуемый сотрудник	Количество, чел.	Размер оплаты труда, руб.
Дикторы	3	36 000
Методисты	2	10 000
Звукорежиссер	1	5 000
Итого		51 000

Для установки стоимости оплаты труда дикторов необходимо рассчитать в первую очередь хронометраж и полную длительность всего аудиоконтента для экскурсии. Так как количество датчиков совпадает с количеством аудиодорожек, то всего их 90 шт. Средняя длительность одной дорожки до 3 минут, следовательно длительность всего аудиоконтента составляет 270 мин. или 4,5 ч.

Средняя стоимость выполняемых работ по озвучиванию на русском и английском языках составляет 30 тыс. руб., однако из-за требования к озвучиванию на втором языке и количества аудиозаписей, допускается доплата в размере 6 тыс. руб. Данная оплата труда должна быть поровну распределена между актерами Пензенского театра, выполняющими задачи диктора.

Методисты получают оплату в виде премии за дополнительные работы по редактированию статей для аудиогuida и перевода текста на английский язык, так как они отвечают за организацию экскурсионного обслуживания в Пензенской картинной галерее, то именно они формируют последовательность проигрывания аудиодорожек и аудиоэкскурсию.

Услуги звукорежиссера при записи с актерами аудиоэкскурсии за выполненную работу по сведению и коррекции аудиодорожек – 5 тыс. руб.

Итого объем планируемых затрат на оплату труда работникам при реализации аудиогидов составил 51 тыс. руб.

Общая сумма работ на реализацию проекта и внедрение аудиогидов в работу Пензенской картинной галереи составляет 454,5 тыс. руб.

Кроме того, у Пензенской картинной галереи будет не менее важная задача – продвижение нововведенной услуги аудиогидов. Рекомендуется посвятить этому несколько публикаций в социальных сетях картинной галереи с сопровождением фотоматериала. Необходимо дополнить прайс лист услуг на официальном сайте и в перечне оказываемых услуг на сайте продажи билетов «ВМузей».

В 2022 году среднее количество посетителей в месяц стало неумолимо расти, по статистике на май 2022 года среди общего числа посетителей 6 700 чел., около трети приобретают услуги экскурсовода 2 250 чел. Кроме того, эти данные не обладают высокой точностью, так как среди единичных посетителей большое количество заказов индивидуальных экскурсий, а картинная галерея еще не начала их отслеживать из-за отсутствия работающих АС в учреждении.

Таким образом, необходимо выяснить, какое количество продаж должно окупить данный проект. На основе расчетов получен следующий результат:

$$454\,500 \div 500 = 909 \text{ шт.}$$

Таков объем необходимых к реализации билетов на прокат аудиогидов с экскурсией в стенах картинной галереи.

При планируемом стартовом спросе в 50 человек в месяц, проект окупится за 1,6 года. Данный срок имеет потенциал сократиться до 6-12 месяцев, так как в этом году Пензенская картинная галерея начала заниматься активным продвижением в социальных сетях, участвовать в организации различных мероприятий и увеличивает количество сотрудничеств с другими музеями.

Исходя из этого, подобная активная деятельность привлекает большое количество посетителей, которые и смогут узнать о картинной галерее, как о самом богатом музейном фондом и оснащенным передовым оборудованием учреждением культуры среди всех музеев г. Пенза.

Исходя из вышеупомянутых расчетов важно отметить, что Пензенская картинная галерея не рассматривает государственный выделяемый бюджет как источник финансирования по причине недостатка или отсутствия денежных средств. Именно поэтому далее необходимо рассмотреть варианты финансирования данного проекта (см. таблицу 7).

Таблица 7 – Рекомендуемые источники финансирования

Источник финансирования	Организация сотрудничества
ООО СК «Атлант»	Есть опыт сотрудничества. Весной 2022 г. профинансирован косметический ремонт в стенах главного корпуса и закуплено необходимое профессиональное освещение для экспонатов в залах зарубежного искусства.
ПАО «Газпром» Проект «Родные города»	Организация активно поддерживает и финансирует проекты в области культуры и искусства, имеет опыт финансирования реставрационных работ, организации фестивалей и выставок, работ по благоустройству территории музеев, парковых ансамблей.
ПАО «Лукойл»	Финансирование в области реставрации и закупки технического оснащения учреждений культуры. Требуется партнерство с регионом финансируемого учреждения. Реализация музейных проектов по поддержке выставок на площадках музея или за рубежом.
Гранты Президента РФ для поддержки творческих проектов	Ежегодный конкурс, направленный на содействие распространению культурного просвещения и достижений, а так же распространению доступности для различных групп населения. Размер грантовой поддержки 1 млн руб.
Грантовая поддержка при проекте «Творческие люди» Минкультуры РФ	Одна из главных задач – увеличение количества посещений музеев не менее чем на 20 %, продвижение доступности учреждений культуры и выставочных пространств, а так же способствование организации выставок и улучшение предоставляемых услуг.
Грантовые программы Ростуризма в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»	Одна из специфик получения гранта – формирования акцента на создание безбарьерной туристической среды. В перечень грантовых проектов входят приобретение туристического оборудования, создание и развитие проектов аудиогидов.

При выборе источников финансирования необходимо ориентироваться на наличие опыта у предприятий в финансировании проектов в области культуры, опыта или возможности предоставления средств для реализации инновационных проектов в музеях и картинных галереях, а так же успешного опыта сотрудничества с молодежными объединениями и инициативами. Рассматривается наличие официально выделяемого бюджета на финансирование проекта в конкурсе или при участии в получении гранта. Организация должна быть государственная, официально зарегистрированная.

Один из вышеперечисленных вариантов – финансирование от «Газпром» при участии в проекте «Родные города». Данный проект нацелен на раскрытие творческого потенциала населения городов России, продвижение проектов и практик творческой молодежи. Цель данной инициативы «Газпром» в поддержке активных лиц, которые могут способствовать оживлению и развитию общественных и культурных пространств. Важной идеей данного проекта является поддержка инициатив сделать свой город лучше. Специально для помощи соискателям грантовой поддержки создан Федеральный консультационный центр «Родные города» и работает единый для всех регионов call-центр: 8 800-700-2177. Участие в данном проекте, а так же в грантовых программах Ростуризма в качестве источников финансирования являются одними из наиболее перспективных.

Итак, при активном участии в грантовых конкурсах и развитию сотрудничества с крупными организациями данный проект получит эффективное финансирование. Кроме того, он имеет потенциал успешной и перспективной реализации. Большое количество посетителей музеев составляет молодежь – аудитория, которая является одной из первых потенциальных групп потребителей интеллектуальных услуг. При высоком потоке посетителей, который Пензенская картинная галерея может обеспечить в этом и следующем году, экономическая эффективность проекта не будет оставлять сомнений в успешности разработки и реализации.

Заключение

На 2022 г. рынок музейных услуг является одним из активно развивающихся в сфере информационных технологий и достижений в различных инновационных подходах организации работы предприятий для своих посетителей. В условиях внедрения цифровых и технических инноваций в работу и организацию услуг в музеях и картинных галереях эффективно развивается новый подход к организации выставочных пространств и экскурсионного обслуживания. Потребительский спрос за последние несколько изменился в сторону виртуального обслуживания. Кроме того, повысилось внимание к обеспечению доступной среды для некоторых групп среди музейных посетителей. Экскурсионное обслуживание должно быть разнообразным, с элементами виртуальных технологий, доступным аудио- и видео-контентом.

В процессе выполнения бакалаврской работы была достигнута главная цель – разработаны рекомендации Пензенской областной картинной галереи по повышению качества экскурсионного обслуживания. Для осуществления поставленной цели были исполнены следующие задачи.

С помощью маркетингового исследования был проведен анализ состояния рынка музейных услуг в мире и в России. В ходе анализа рынка были изучены отчеты агентств маркетинговых исследований ГидМаркет и Discovery Research Group, посещены конференции специалистов в области туризма: конференция туристического сообщества «Moscow Guide Day», I международная научно-практическая конференция «Количественные исследования в индустрии гостеприимства, туризма и спорта» под руководством РЭУ им. Г. В. Плеханова. Благодаря этому сформулирован вывод о том, что Россия обладает высоким туристским и фондовым потенциалом к развитию рынка музейных услуг, а так в России есть широкие перспективы в использовании своих достижений техники для организации инновационного экскурсионного обслуживания.

Россия уже имеет успешный опыт организации выставок и экскурсий с помощью цифровых технологий и нового оборудования, некоторые крупные музеи страны входят в международный рейтинг и занимают почетные места в десятке среди музеев мира.

С учетом проведенного исследования Пензенского рынка отмечено, что в Пензе большое количество музеев, в которых оказывается классическое экскурсионное обслуживание без применения инновационных технологий. Так же, подавляющее большинство нуждается в реставрации зданий и закупке технического оборудования для своих экспонатов.

В рамках бакалаврской работы было проведено полевое исследование в форме анкетирования. Опрошено около 300 респондентов, среди них основная группа молодых людей, обучающихся в учреждениях высшего образования в возрасте от 18 до 25 лет. Среди потребительских групп выделяется спрос на театрализованное экскурсионное обслуживание, выставки с VR-очками для погружения в историю искусства и культуры, мобильные приложения с аудиогuidaми, квестами и паззлами, наличие элемента интерактивности во время экскурсии. Потребительская аудитория музеев требует «живых» и интерактивных выставок, новых способов подачи информации на экскурсиях.

На основе результатов анкетирования и изученных Интернет-ресурсов и электронных журналов, выяснилось, что Пензенская картинная галерея им. К. А. Савицкого является ведущей и одной из самых известных на рынке Пензы. Она обладает высоким потенциалом к дальнейшему росту и продвижению на рынке благодаря наличию существенного количества сотрудничеств с крупными организациями и ведущими музеями России. К тому же, число посетителей экскурсий в галерее на основе статистики за последний год выросло до 6 тыс. посещений в месяц.

Главным продуктом, разработанным после проведения необходимых исследований, является разработка проекта по внедрению аудиогuida на двух языках. В добавок было рассмотрено включение списка рекомендаций, которые

значительно улучшат как работу самой Пензенской картинной галереи, так и обеспечат более качественное экскурсионное обслуживание:

1) Расширение перечня коллекции экспонатов и картин на базе «Artefact», как способ продвижения своего учреждения среди российских музеев на единой специализированной платформе. Добавление экспозиций из залов Франции, Голландии, Италии и Русского искусства первой половины XIX в.

2) Организация активного продвижения в социальных сетях имеющихся цифровых аудиогидов и инструктирование посетителей о порядке и способах их активации.

3) Рекомендуются заключение договора с компанией «МТС» об установке в каждом экспозиционном зале Интернет роутера для распространения Wi-Fi в стенах картинной галереи.

4) Внедрение системы навигации в картинной галерее, размещение информационных стендов, табличек с указанием названия выставочного или экспозиционного зала.

5) Модернизировать экскурсионное обслуживание с помощью внедрения в перечень предоставляемых услуг платной услуги авторского аудиогuida с устройством и наушником на двух языках.

В работе расписан порядок реализации проекта по внедрению аудиогuida, пррассчитан объем необходимых расходов и их окупаемость. В основные расходы входит размер оплаты работ сотрудникам и закупка технического оборудования. В качестве выбранного устройства - модель «Orpheo Mikro LX» со всеми необходимыми встроенными функциями и моно-наушником. Стоимость данной услуги – 500 руб.

Практическая значимость результатов исследования работы заключается в повышении доступности среды Пензенской картинной галереи для определенных групп посетителей, увеличение доходов при реализации услуг на базе учреждения, продвижении на российском рынке музейных услуг и предоставление инновационной формы экскурсионного обслуживания для современного спроса музейных посетителей.

Глоссарий

Автоматизированная система (АС) – система, состоящая из персонала и комплекса средств автоматизации его деятельности, реализующая информационную технологию выполнения установленных функций.

Аудиогид – фонограмма, используемая для самостоятельного знакомства с экспозицией музея, выставки, местностью, а также устройство для её воспроизведения. Обычно аудиогид состоит из нескольких аудиофрагментов. Фрагменты нумеруются и привязываются к схеме осматриваемой местности, музея, или к номерам экспонатов.

Виртуальная экскурсия – это организационная форма обучения, отличающаяся от реальной экскурсии виртуальным отображением реально существующих объектов (музеи, парки, улицы городов, пр.) с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов.

Внутренний туризм – путешествие в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

Выставка – публичный (как правило, временный) показ музейных предметов, в том числе художественных произведений.

Галерея – художественные музеи, преимущественно с собранием картин.

Музеефикация – направление музейной деятельности, заключающееся в преобразовании историко-культурных или природных объектов в объекты музейного показа с целью максимального сохранения и выявления их историко-культурной, научной, художественной ценности. Традиционно музеефикация включает комплекс реставрационно-консервационных мероприятий и мероприятия по организации музейной инфраструктуры.

Музей – государственное, общественное, частное учреждение культуры, предназначенное для сбора, хранения, изучения и публичного представления (экспонирования, публикации) предметов - памятников естественной истории, материальной и духовной культуры и музейных коллекций, являющихся

неотъемлемой частью национального культурного достояния, а также просветительской и популяризаторской деятельностью.

Музейный предмет – движимый объект культурного и/или природного наследия, имеющий научную, мемориальную, историческую и/или художественную ценность, выступающий как источник знания и эмоционального воздействия и подлежащий хранению и изучению в музейном учреждении.

Очки виртуальной реальности VR(AR) – это устройство, помогающее не только просматривать картинки или видео, но и полностью погрузиться в происходящее с помощью 3D-изображений.

Реставрация – комплекс научно-обоснованных минимальных вмешательств в музейный предмет, направленных на обеспечение его долговременной сохранности и, по возможности, на восстановление его экспозиционного вида при условии максимального сохранения подлинности.

Стенд – вертикальный щит для плоскостного экспонирования музейных предметов, а также вертикально расположенная витрина.

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Туризм выездной – путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну.

Хранение музейных фондов – деятельность, направленная на обеспечение физической сохранности музейных предметов и их научное изучение.

Экскурсионные услуги – туристские услуги по подготовке, организации и проведению экскурсий.

Экскурсия – услуга по удовлетворению познавательных потребностей туристов (экскурсантов), заключающаяся в коллективном (или индивидуальном)

посещении и изучении определенных исторических, природных, культурных и производственных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 ч без ночевки.

Экспозиция (музейная) – публичная демонстрация музейных предметов.

Экспонат (музейный) – музейный предмет, выставленный для обозрения.

Список использованных источников

1 20 самых посещаемых музеев мира в 2020 году: от Лувра до Эрмитажа и Третьяковки [Электронный ресурс] // Афиша - URL: <https://www.afisha.ru/article/news-20-samyh-poseschaemyh-muzeev-mira-v-2020-godu-ot-luvra-do-ermitazha-i-tretyakovki/> (Дата обращения 06.11.2021).

2 Анализ рынка музеев в России [Электронный ресурс] // ГидМаркет - URL: <https://gidmark.ru/cat1/marketingovoe-issledovanie-rynka-muzeev> (Дата обращения 06.11.2021).

3 Антонова Виктория Геннадиевна, Киседобрев Владимир Петрович Функционирование креативных индустрий в условиях цифровизации экономики: проблемы и пути их решения [Электронный ресурс] // Евразийский Союз Ученых. 2020. №11-5 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionirovanie-kreativnyh-industriy-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki-problemy-i-puti-resheniya> (Дата обращения 01.05.2022)

4 Артефакт - гид по музеям России [Электронный ресурс] // ARTEFACT - URL: <https://artefact.culture.ru/ru> (Дата обращения 01.05.2022)

5 АС «Музей» ГИВЦ [Электронный ресурс] // ГИВЦ Минкультуры России - URL: - URL: <https://givc.ru/solution/museum-givc/> (Дата обращения 01.05.2022).

6 Аудиогид вам в помощь [Электронный ресурс] // Культура.РФ - URL: <https://www.culture.ru/themes/412/audiogid-vam-v-pomosh> (Дата обращения 06.06.2022).

7 Аудиогид компании Orpheo в Храме Василия Блаженного доступен на 5 языках [Электронный ресурс] // Orpheo Global Visitor Solutions - URL: <https://orpheogroup.com/ru/> (Дата обращения 06.11.2021).

8 Аудиогиды для музеев и галерей - особенности интерактивного пространства [Электронный ресурс] // ITProgressor - URL: <https://itprogressor.ru/audiogidy-dlya-muzeev-i-galerej-osobennosti-interaktivnogo-prostranstva/> (Дата обращения 06.11.2021).

9 Бальцер Г. Революция интровертов: как пандемия коронавируса изменила арт-рынок [Электронный ресурс] // Forbes - URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/404319-revolyuciya-introvertov-kak-pandemiya-koronavirusa-izmenila-art-rynok> (Дата обращения 01.05.2022).

10 Большакова Юлия Михайловна, Большаков Сергей Николаевич, Михальченкова Наталья Алексеевна Оценка педагогических функций и практик современных музеев [Электронный ресурс] // Вестник СПбГИК. 2020. №3 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-pedagogicheskikh-funktsiy-i-praktik-sovremennyh-muzeev> (Дата обращения 01.05.2022).

11 В Пензенской галерее сняли сюжет для «Первого канала» [Электронный ресурс] // Пенза-Пресс - URL: <https://www.penza-press.ru/lenta-novostej/199093/v-penzenskoj-kartinnoj-galeree-snyali-syuzhet-dlya-pervogo-kanala> (Дата обращения 06.06.2022).

12 В Пензенской картинной галерее разгадали тайны итальянской картины [Электронный ресурс] // Пенза Телевидение и радио - URL: <https://russia58.tv/news/449716/> (Дата обращения 06.06.2022).

13 В Ростуризме озвучили прогноз по турпотоку в летнем сезоне 2022 года [Электронный ресурс] // Ассоциация Туроператоров - URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59383.html> (Дата обращения 01.05.2022).

14 Выставка оригиналов и мультимедиа Сальвадора Дали [Электронный ресурс] // На все 360 все заведения внутри - URL: <https://penza.navse360.ru/afisha/vystavki/3985> (Дата обращения 06.06.2022).

15 Галерейный бизнес - бизнес, где еще нет конкуренции [Электронный ресурс] // prostobiz.ua - URL: https://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/galereynyy_biznes_biznes_gde_esche_net_konkurentsii (Дата обращения 06.11.2021).

16 ГБУК Пензенская областная картинная галерея им. К.А.Савицкого [Электронный ресурс] // izi.Travel - URL: <https://izi.travel/ru/61d3-gbuk->

penzenskaya-oblastnaya-kartinnaya-galereya-im-k-a-savickogo/ru (Дата обращения 06.06.2022).

17 Гриценко Д. Ковидная личность: людей разделили на 16 типов по реакции на пандемию [Электронный ресурс] // Известия IZ - URL: <https://iz.ru/1120512/denis-gritcenko/kovidnaia-lichnost-liudei-razdelili-na-16-tipov-po-reaktcii-na-pandemiiu> (Дата обращения: 06.06.2022).

18 Дебур М. А. Инновации в современном музее: от теории к практике [Электронный ресурс] // Научно-культурологический журнал ReLga.ru №13 [346] 2018 - URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=5556&level1=main&level2=articles> (Дата обращения 06.06.2022).

19 Доклад Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) «Тенденции международных креативных индустрий» 2019г. [Электронный ресурс] // URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview_ru.pdf (Дата обращения 01.05.2022).

20 Дополнительные услуги [Электронный ресурс] // Музей Эльдара Рязанова - URL: <https://ryazanovmuseum.ru/forguests/dopolnitelnye-uslugi/> (Дата обращения 06.06.2022).

21 Захарова Ю.Н., Куликов А.Ю. Анализ маркетинговой детальности организации [Электронный ресурс] // ЕГИ. 2021. №5 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-marketingovoy-detálnosti-organizatsii> (Дата обращения 01.05.2022).

22 Игры - квесты по залам картинной галереи [Электронный ресурс] // ПКГ - URL: <http://penza.gallery/visitors/igry-kvesty-po-zalam-kartinnoj-galerei/> (Дата обращения 06.06.2022).

23 Интерактивный гид расскажет пензенцам о шедеврах русского авангарда [Электронный ресурс] // МТС - URL: <https://penza.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-regione/2021-06-04/interaktivnyj-gid-rasskazhet-penzencam-o-shedevrah-russkogo-avangarda> (Дата обращения 06.06.2022).

24 Информационный портал о культуре в России и за рубежом [Электронный ресурс] // Ревизор - URL: <https://www.rewizor.ru/> (Дата обращения 06.11.2021).

25 Как устроен бизнес галереи современного искусства [Электронный ресурс] // exiterra.com - URL: <https://exiterra.com/blog/dlya-biznesa/kak-ustroen-biznes-galerei-sovremennogo-iskusstva/> (Дата обращения 06.11.2021).

26 Какое ПО использовать в работе учреждения культуры [Электронный ресурс] // Актион Система Культура - URL: <https://vip.1cult.ru/#/document/16/121507/> (Дата обращения 01.05.2022).

27 Карелина Н. В. Предприятие и музей: перспективы сотрудничества в рамках маркетинговой деятельности [Электронный ресурс] // Экономические исследования. 2012. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predpriyatie-i-muзей-perspektivy-sotrudnichestva-v-ramkah-marketingovoy-deyatelnosti> (Дата обращения: 06.06.2022).

28 Конкурс на грантовую поддержку проектов, направленных на развитие внутреннего туризма [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму URL: <https://grant.tourism.gov.ru/> (Дата обращения 06.11.2021).

29 Кроливецкий Эдуард Николаевич, Андреев Петр Андреевич Виды конкуренции и сопутствующие им модели рынка [Электронный ресурс] // Петербургский экономический журнал. 2015. №2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-konkurentsii-i-soputstvuyushchie-im-modeli-rynka> (Дата обращения 06.11.2021).

30 Львова Елена Николаевна Медиатехнологии позиционирования современных культурно-досуговых практик в Санкт-Петербурге: возможности и ограничения [Электронный ресурс] // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2020. №2 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatehnologii-pozitsionirovaniya-sovremennyh-kulturno-dosugovyh-praktik-v-sankt-peterburge-vozmozhnosti-i-ogranicheniya> (Дата обращения 01.05.2022).

31 Мельникова Анна Андреевна Культурно-познавательный потенциал музеев Кубани [Электронный ресурс] // Культурный ландшафт регионов. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-poznavatelnyy-potentsial-muzeev-kubani> (Дата обращения 01.05.2022).

32 Микула - музейно-выставочный центр [Электронный ресурс] // URL: <https://museymikula.ru/> (Дата обращения 06.06.2022).

33 Наталия Юрьевна Пузыня Культурные ценности как объект альтернативных инвестиций [Электронный ресурс] // Имущественные отношения в РФ. 2021. №1 (232). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-tsennosti-kak-obekt-alternativnyh-investitsiy> (Дата обращения 01.05.2022).

34 Национальный проект «Культура» [Электронный ресурс] // Artefact - URL: <https://artefact.culture.ru/national-project-culture2024> (Дата обращения 06.06.2022).

35 Национальный проект «Культура» [Электронный ресурс] // Казанский Кремль URL: <https://kazan-kremlin.ru/news/naczionalnyj-proekt-kultura/> (Дата обращения 06.06.2022).

36 Наши социальные инициативы. Поддержка культуры и искусства [Электронный ресурс] // Газпром URL: <https://sustainability.gazpromreport.ru/2019/5-social/5-4-culture/> (Дата обращения 06.06.2022).

37 НГХМ Нижегородский государственный художественный музей [Электронный ресурс] // URL: <https://artmuseumnn.ru/> (Дата обращения 06.06.2022).

38 Никольский музей стекла и хрусталя живет интересной и насыщенной жизнью [Электронный ресурс] // РИА Пензенской области - URL: <https://riapo.ru/nikolsk/kultura/nikolskij-muzej-stekla-i-hrustalya-zhivet-interesnoj-i-nasycshennoj-zhiznyu> (Дата обращения 06.06.2022).

39 О проблемах и перспективах развития музейного дела в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Министерство культуры РФ - URL:

<http://heritage-institute.ru/wp-content/uploads/2019/11/.pdf> (Дата обращения 01.05.2022).

40 Официальный сайт [Электронный ресурс] // Государство.Бизнес.технологии TAdviser - URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (Дата обращения 06.11.2021).

41 Пензенская картинная галерея будет сотрудничать с белорусскими музеями [Электронный ресурс] // Пенза Взгляд - URL: <http://penzavzglyad.ru:9344/news/129264/penzenskaya-kartinnaya-galereya-budet-sotrudnichat-s-belorusskimi-muzeями> (Дата обращения 06.06.2022).

42 Пензенская картинная галерея предоставит экспонаты для выставки «Великие репинские ученики» [Электронный ресурс] // PenzaNews - URL: <https://penzanews.ru/culture/149323-2021> (Дата обращения 06.06.2022).

43 Пепеляева Софья Валерьевна Коммуникативные практики и социальный маркетинг в условиях дистанционного взаимодействия с аудиторией (на примере музеев г. Н.Новгорода) [Электронный ресурс] // Вопросы развития современной науки и техники. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-i-sotsialnyy-marketing-v-usloviyah-dstantsionnogo-vzaimodeystviya-s-auditoriey-na-primere-muzeev-g-n> (Дата обращения 01.05.2022).

44 Подключение музея-усадьбы к Wi-Fi [Электронный ресурс] // КРОК - URL: <https://www.croc.ru/cases/connecting-the-estate-museum-to-wi-fi/> (Дата обращения 06.06.2022).

45 Полякова О.Р. ПЕРЕХОД МУЗЕЕВ В ЦИФРОВУЮ СРЕДУ ПОД ВЛИЯНИЕМ ПАНДЕМИИ COVID-19 [Электронный ресурс] // The Scientific Heritage. 2021. №79 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perehod-muzeev-v-tsifrovuyu-sredu-pod-vlianiem-pandemii-covid-19> (Дата обращения 01.05.2022).

46 Посткарантинные разводы и стойкие интроверты: психолог о последствиях пандемии [Электронный ресурс] // РИАМО - URL: <https://riamo.ru/article/437414/postkarantinnye-razvody-i-stojkie-introverty-psiholog-o-posledstviyah-pandemii-xl> (Дата обращения 06.06.2022).

47 Правила подачи и формы заявок на конкурс 2022 года на соискание грантов [Электронный ресурс] // Министерство культуры Российской Федерации URL: <https://culture.gov.ru/documents/pravila-podachi-i-formy-zayavok-na-konkurs-2022-goda-na-soiskanie-grantov/> (Дата обращения 06.06.2022).

48 Программа социальных инвестиций «Газпром нефти» [Электронный ресурс] // Родные города Газпром - URL: <http://goroda.kommersant.ru/> (Дата обращения 06.06.2022).

49 Пшеничных Ю. А., Садовникова В. Д. Цифровые методы продвижения в сфере музейной деятельности на примере государственного музея-заповедника М.А. Шолохова [Электронный ресурс] // Вестник ГУУ. 2021. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-metody-prodvizheniya-v-sfere-muzeynoy-deyatelnosti-na-primere-gosudarstvennogo-muzeya-zapovednika-m-a-sholohova> (Дата обращения 01.05.2022).

50 Революция интровертов: как пандемия коронавируса изменила арт-рынок [Электронный ресурс] // Forbes - URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/404319-revolyuciya-introvertov-kak-pandemiya-koronavirusa-izmenila-art-rynok> (Дата обращения 06.06.2022).

51 Рейтинг посещаемости музеев мира: Россия поднялась в лидеры [Электронный ресурс] // TheArtNewsPaper - URL: <https://www.theartnewspaper.ru/posts/20220516-qlww/> (Дата обращения 06.11.2021).

52 Ромащенко М. А. Стратегии позиционирования музея изобразительного искусства в эпоху пандемии: российский и зарубежный опыт [Электронный ресурс] // Вестник МАЭ. 2021. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-pozitsionirovaniya-muzeya-izobrazitelnogo-iskusstva-v-epohu-pandemii-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt> (Дата обращения 01.05.2022).

53 Рынок русского искусства и арт-рынок России. Итоги и основные цифры 2020 года. [Электронный ресурс] ARTinvestment.ru - URL:

<https://artinvestment.ru/russian-art-market-reports/2020.html> (Дата обращения 06.11.2021).

54 Сибэгатуллина Гузель Фаритовна, Хайруллина Альбина Джавдатовна
Отраслевые тенденции развития музеев в России и за рубежом [Электронный ресурс] // Вести научных достижений. Бухгалтерский учет, анализ и аудит. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otraslevye-tendentsii-razvitiya-muzeev-v-rossii-i-za-rubezhom> (Дата обращения 01.05.2022).

55 Современное состояние и потенциал развития туризма в России [Электронный ресурс] : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. (Россия, Омск, 10-11 окт. 2019 г.) / М-во образования и науки Рос. Федерации, ОмГТУ, каф. «Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес» ; под общ. ред. Е. В. Кулагиной. ISBN 978-5-8149-2953-2. - URL: https://omgtu.ru/general_information/institutes/instituteofdesignandtechnology/faculty-of-economics-and-service-technologies/thedepartmentoftourismhotelandrestaurant-business/ (Дата обращения 06.06.2022).

56 Финские музеи отвечают спросу, расширяя присутствие в сети. Культура и искусство [Электронный ресурс] // Это Финляндия - URL: <https://finland.fi/ru/kultura-i-iskusstvo/finskie-muzei-otvechayut-sprosu-rasshiryaya-prisutstvie-v-seti/> (Дата обращения 06.11.2021).

57 Центр развития НКО и городских сообществ [Электронный ресурс] // Пензенский фонд местного сообщества Гражданский союз - URL: <https://penzafond.ru/project/tsentr-razvitiya-nko-i-gorodskih-soobshhestv/> (Дата обращения 06.11.2021).

58 Цифровизация в сфере культуры. Комитет по культуре провел парламентские слушания [Электронный ресурс] // Государственная Дума Федерального Собрания РФ Комитет по культуре - URL: <http://komitet2-3.km.duma.gov.ru/Novosti-Komiteta/item/15584405> (Дата обращения 01.05.2022).

59 Цыгулева Марина Викторовна Первый опыт реализации цифровых изображений собрания музея и передачи прав на них с использованием невзаимозаменяемых токенов [Электронный ресурс] // Имущественные

отношения в РФ. 2021. №9 (240). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pervyy-opyt-realizatsii-tsifrovyyh-izobrazheniy-proizvedeniy-iz-sobraniya-muzeya-i-peredachi-prav-na-nih-s-ispolzovaniem> (Дата обращения 01.05.2022).

60 Экспозиция ульяновского Дома-музея В.И.Ленина станет доступной в любой точке мира [Электронный ресурс] // Ленинский мемориал - URL: <http://www.leninmemorial.ru/news/ekspozitsiya-ulyanovskogo-doma-muzeya-v-i-lenina-stanet-dostupnoy-v-lyuboy-tochke-mira.html> (Дата обращения 06.06.2022).

61 Market Research Options for Museums - 3 Methodologies for the Arts and Culture Industry [Электронный ресурс] // driveresearch - URL: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/market-research-options-for-museums-3-methodologies-for-the-arts-and-culture-industry/> (Дата обращения 06.11.2021).

62 Museums Market Research Reports & Industry Analysis Market [Электронный ресурс] // Research.com - URL: <https://www.marketresearch.com/Consumer-Goods-c1596/Travel-Leisure-c90/Museums-c1887/> (Дата обращения 06.11.2021).

63 PRO.Культура.РФ [Электронный ресурс] // <https://pro.culture.ru/> (Дата обращения 01.05.2022).

64 Travel and the coronavirus pandemic [Электронный ресурс] // Finnish Institute for health and welfare - URL: <https://thl.fi/en/web/infectious-diseases-and-vaccinations/what-s-new/coronavirus-covid-19-latest-updates/travel-and-the-coronavirus-pandemic> (Дата обращения 06.11.2021).

Приложения

Приложение А

Опрос фокус-группы студентов высших учебных заведений от РОСИЗО

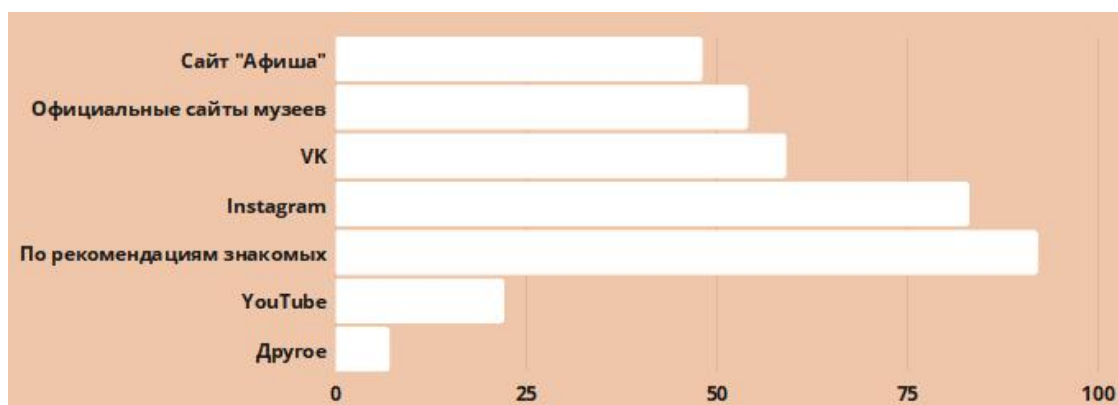


Рисунок А.1 – Источники информации о предстоящих выставках и других мероприятиях в музеях

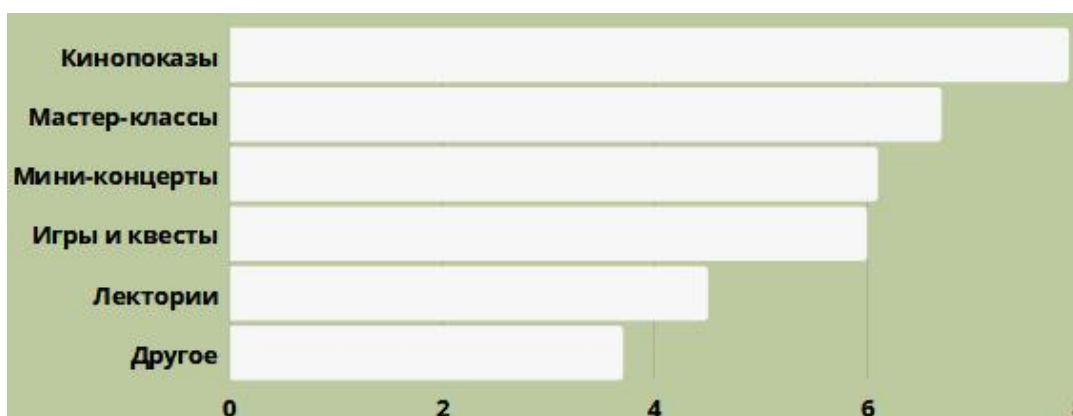


Рисунок А.2 – Наиболее интересные формы интерактива в музеях

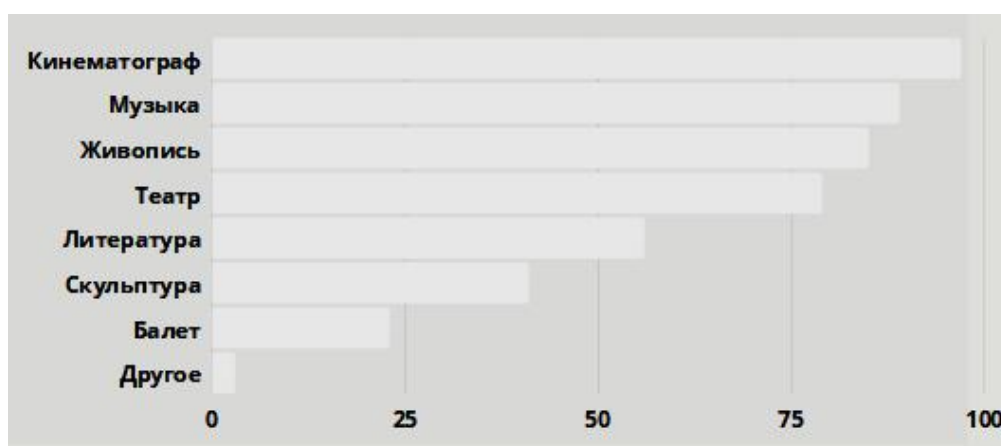


Рисунок А.3 – Наиболее привлекательные сферы искусства для молодежи

Приложение Б

Исследование спроса на рынке музейных услуг

Уважаемые участники опроса, Просим Вас принять участие в анкетировании, которое проводится в целях исследования спроса на рынке музейных услуг. Наше исследование ориентировано на широкий круг анкетированных лиц: студентов и выпускников, специалистов и разнорабочих, ценителей искусства и любителей посещать объекты культуры. Мы верим, что исследования и оценка - ключевые шаги для понимания природы образования и разработки инноваций. Проведение исследования позволяет нам рассматривать востребованность внедрения инноваций в экскурсионное обслуживание, а оценка дает возможность понять, как мы можем улучшить работу российских объектов культуры. Результаты исследования будут использованы в обобщенном виде в научных целях. Просьба искренне ответить на наши вопросы.

Правила заполнения анкеты:

Вам будет предложено несколько вопросов. Выберите один или несколько вариантов ответа, или напишите свой, соответствующий Вашему мнению.

1. Посещаете ли Вы музеи и картинные галереи?

- Да
- Нет (можете переходить к вопросу №10)

2. Как часто Вы их посещаете?

- по выходным и праздникам
- очень часто
- хожу на конкретные выставки
- редко

3. Какие музеи и картинные галереи Пензы Вы посещали?

- Пензенская областная картинная галерея им. К.А. Савицкого
- Музей одной картины имени Г. В. Мясникова
- Пензенский Литературный музей
- Пензенский государственный краеведческий музей
- Губернаторский дом
- Дом Мейерхольда
- Пензенский музей народного творчества
- Музей В.О. Ключевского
- другое

4. Какие музеи и картинные галереи России произвели на Вас большее впечатление?

(Опишите, что именно понравилось)

5. Какие эмоции вызывает посещение российских музеев в 2021 году?

- Любопытство, интерес
- Удовольствие, восхищение
- Удивление
- Радость
- Грусть
- Раздражение
- Затрудняюсь ответить

6. Какие Вы можете привести примеры хорошего технического оснащения в залах музеев и картинных галерей?

- аудиогиды
- 3д проекции и макеты
- видео-презентации
- интерактивные объекты показа
- другое

7. Какие факторы способны повысить шанс Вашего посещения музеев и картинных галерей?

- Выдача бесплатных билетов или билетов со скидкой
- Хорошее описание экспонатов и выставок
- Новые выставки
- Проведение лекториев в музее
- Театральное сопровождение экспозиции
- Игры, квесты по музейной теме
- VR-технологии
- Оригинальная сувенирная продукция, книги
- Кинозал в музее
- Аудиогид
- Мобильные приложения и навигаторы
- Интернет, Wi-Fi в залах музея
- Никакие

8. Перечислите Ваши основные запросы к музеям и картинным галереям:

- Уникальность коллекций, экспонатов
- Дружелюбие персонала к посетителю
- Адаптация для иностранных посетителей
- Приспособленность к посетителям с ОВЗ
- Организация мероприятий для детей
- Наличие Интернета, Wi-Fi
- Обновляемость выставок и экспонатов
- Комфортность для посетителей (наличие зоны отдыха, стульев и диванчиков)
- Техническое состояние здания и прилегающей территории
- Организация дополнительного досуга (проведение мастер-классов, лекций)
- Использование качественной рекламы и продвижения
- Использование мобильных приложений и\или сайта
- Другое

9. Занимаетесь ли Вы сами творчеством в области изобразительного искусства?

- Я профессиональный художник
- Я занимаюсь изобразительным искусством как любитель
- Я обучаюсь в художественной школе (вузе)
- Нет, просто имею интерес к искусству

10. Если Вы не посещаете музеи и картинные галереи, пожалуйста, укажите Вашу причину из ниже перечисленных:

- Не заинтересован в искусстве
- Скучная подача экспонатов и организация выставок
- Нет денежных средств для посещения
- другое

11. Ваш пол: жен муж

12. Ваш возраст (18-24, 25-40, 41-54, 55-60+)

13. Ваше образование: среднее, среднее специальное, незаконченное высшее, высшее

14. Род Ваших занятий? (школьник, студент, представитель гуманитарных профессий, работающий в других сферах, временно не работаю, неработающий пенсионер)

15. К какой социальной группе Вы себя относите? (высокообеспеченная, обеспеченная, среднеобеспеченная, низкообеспеченная)

Спасибо за Ваши ответы!