

УДК 658:069:379.85

Белікова М.В.

кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізького національного технічного університету

Гресь-Євреїнова С.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізького національного технічного університету

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ МУЗЕЇВ ТЕХНІКИ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ

QUALITY OF SERVICE OF TECHNOLOGY MUSEUMS OF THE CITY ZAPOROZHYE

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена аналізу якості послуг музеїв техніки м. Запоріжжя. Вирішальне значення в наданні послуг займає здатність працівників музеїв своєю бездоганною працею домогтися задоволеності відвідувачів наданим обслуговуванням. Постійне підвищення якості – це довгостроковий вклад у забезпечення вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб. Робиться висновок, що управління якістю послуг є чинником збільшення відвідуваності музеїв.

Ключові слова: музеї, сфера гостинності, відвідуваність, музейні послуги, музейний продукт, якість послуг.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу качества услуг музеев техники города Запорожье. Решающее значение в оказании услуг занимает способность работников музеев своим безупречным трудом добиваться удовлетворения посетителей предоставленным обслуживанием. Постоянное повышение качества – это долгосрочный вклад в обеспечение верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей. Делается вывод, что управление качеством услуг является фактором увеличения посещаемости музеев.

Ключевые слова: музеи, сфера гостеприимства, посещаемость, музейные услуги, музейный продукт, качество услуг.

ANNOTATION

The article is dedicated to analyze the quality of service of technology museums of the city of Zaporozhye. The decisive significance in doing service is ability of museum staff to satisfactory the visitors. Constantly increase of the quality of service is a long-term contribution to the cause of guarantee of the loyalty of clientele. It is concluded that the management of service quality is a factor of increasing the attendance of museums.

Keywords: museums, the hospitality industry, attendance, museum services, museum product, quality of service.

Постановка проблеми. На сьогодні музеї у світі розглядаються як підприємства сфери туризму, клієнтоорієнтований елемент індустрії розваг та туристичної інфраструктури. Музеї вже стали важливою частиною сфери гостинності, допомагають розвивати туризм, грають культурну та економічну роль у своїх містах та селах. Щоб відповідати світовим змінам, музеї України за західноєвропейськими та американськими зразками мають трансформуватися в комерційні підприємства з розвинутою туристською інфраструктурою, щоб збільшувати прибуток держави від внутрішнього і міжнародного туризму. Збільшення кількості відвідувачів є однією з нагальних проблем розвитку музей-

ного менеджменту у світі та Україні. А отже, аналіз якості послуг музеїв техніки м. Запоріжжя як чинника зростання відвідуваності є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на ґрунтовні теоретичні дослідження музейного менеджменту Т.Ю. Юрєнєвої [1], М.Й. Рутинського [2] та ін. дослідників, доводиться констатувати, що процеси глобалізації та переходу до інформаційного суспільства потребують подальших прикладних досліджень музейного менеджменту. Сучасний стан музейного менеджменту відзначається поглибленим інтересом до проблем, які довгий час лишалися поза увагою дослідників, зокрема відвідуваності музеїв. У той же час такі роботи є рідкісними, оскільки інформація про відвідуваність музеїв України майже не публікується або публікується застаріла інформація [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Одна з цілей музеїв на сьогодні – збільшення кількості відвідувачів, відсутність спеціальних праць з вивчення цієї проблематики гальмує наукові студії. Відтак, актуальною є мета нашого дослідження – аналіз якості послуг музеїв техніки м. Запоріжжя в контексті цієї проблеми.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). У музеїв техніки м. Запоріжжя є спільні базові умови для розвитку – розташовані в обласному центрі, знаходяться в схожих політичних та економічних умовах, експозиційні зали можуть приймати зразу 100 та більше відвідувачів. Виходячи з цього, були поставлені наступні завдання: – визначити якість музейних послуг Музею техніки Богуслаєва та Музею ретроавтомобілів «Фаєтон» (м. Запоріжжя);

– проаналізувати, як якість послуг впливає на відвідуваність музеїв техніки м. Запоріжжя;

Виклад основного матеріалу дослідження. Остаточні цифри відвідуваності музеїв за попередній рік будуть викладені на сайті Державної служби статистики України в червні 2015 р. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Тому в даному дослідженні використано статистичні ві-

Таблиця 1.1

Музеї техніки м. Запоріжжя: порівняльний аналіз послуг та продуктів

Критерії	Музей ретро-автомобілів «Фаетон»	Музей техніки Богуслаєва
Власність	Музей є структурним підрозділом Громадської організації Запорізького Автомотоклубу «Фаетон»	Музей є структурним підрозділом АТ «Мотор-Січ»
Рік створення	2008	2012
Кількість музейних предметів	Більше 130 експонатів	10 тис.
Ціна квитка	Дорослий – 30 грн., дитячий з 7 років – 15 грн. Ветеранам та учасникам бойових дій вхід безкоштовний	Дорослий – 10 грн., дітям з 7 років – 5 грн., пенсіонерам та дітям до 7 років вхід безкоштовний
Музейна аудиторія	вітчизняні та іноземні туристи, студенти, школярі	студенти, школярі, пенсіонери, учасники конференцій, VIP – делегації від Міністерств України та закордону, голови правлінь моторобудівних та ін. підприємств
Кількість відвідувачів на рік	2013 р. – 42 тис. 2014 р. – 36 тис.	2013 р. – 53 тис. 2014 р. – 20,9 тис.
Формування кола партнерів та друзів музею	25 партнерів музейного сайту, серед яких музеї та автоклуби України, Білорусі, Росії	АО «Мотор-Січ» Страхова компанія «Мотор Гарант», ПАТ «Мотор Банк»
Інфраструктура: туалет, кондиціонер, заклади харчування	Біотуалети на вулиці в чистому стані. Кондиціонер відсутній. Взимку в музеї холодно. Заклади харчування відсутні в музеї та поряд.	Сучасний туалет. Кондиціонер: влітку в музеї прохолодно, а взимку тепло. Заклади харчування відсутні в музеї та поряд.
Спеціальні акції	До Дня перемоги і Визволення м. Запоріжжя, Дня автомобіліста, реконструкції битв, розіграш призів з символікою Автомотоклуба «Фаетон». Грудень 2014 р. – придбавши білет до музею, по тому ж білету можна було відвідати Технічний музей «Машини часу» (м. Дніпропетровськ)	Дні відкритих дверей 2-3 рази на рік – на День перемоги, День захисту дітей, акції з приводу відкриття нових експонатів музею
Якість послуг персоналу, можливість вибору екскурсій, мовне питання	Якість послуг вища за середню. Пропонується оглядова екскурсія, тематичні екскурсії відсутні. Екскурсії проводяться російською мовою.	Неоднозначна якість послуг. Пропонується оглядова екскурсія, тематичні екскурсії відсутні. Екскурсії проводяться російською мовою.
Інноваційні технології	Сайт з віртуальним туром музеєм та QR-кодом для навігаторів	Сайт з віртуальним туром музеєм. Технічні інновації – освітлення, кондиціонер, демонстраційні двигуни. У музеї діє 5D кінотеатр. Вартість квитків: дорослий – 40 грн., дитячий – 35 грн.
Умови для відвідувачів з особливими потребами	Музей знаходиться на одному поверсі, є пандус – похила доріжка, яка з'єднує зали музею для прийому відвідувачів на візках та дітей у колясках	Немає
Адреса і як туди дістатися	Запоріжжя, вул. Виборзька, 8. Зупинка громадського транспорту «Укрграфіт». Є схема проїзду на сайті. Можна дістатися громадським авто транспортом.	Запоріжжя, вул. Копьонкіна, 27. Є карта проїзду на сайті. Можна дістатися громадським авто транспортом.
Будівля музею	Музей знаходиться на території складів Виробничо-будівельної компанії «Фьюче ЛТД.» http://www.future-ltd.com.ua/ , оформлений у військовому стилі.	Сучасна двоповерхова будівля музею з сигналізацією, відеоспостереженням та охороною.
Розклад, буклети, сувеніри	Працює з 9 до 17 години, без вихідних. Сувенірна продукція продається на ресепшені, буклету немає. Квитки відвідувачам не видаються.	Працює з 10 до 16 години, без вихідних. Якщо купується квиток за повну платню, буклет йде безкоштовно. У музеї не продається сувенірна продукція.
Сайт; презентація в соціальних мережах	Chttp://faeton.zp.ua/ ; http://vk.com/clubfaeton – 421 учасник на 29.01. 2015 р., https://www.facebook.com/faetonzpu , http://ok.ru/group/52220034285779?st._aid=ExternalGroupWidget_OpenGroup	http://museum.motorsich.com/ ; Email: upp@motorsich.com для зворотнього зв'язку, в соціальних мережах відсутній
Бренд (чи може музей претендувати на таке звання)	85,7% опитаних проголосували «так».	90% проголосували «так»
Особливості бренду	1 листопада 2013 р. у музеї офіційно був зареєстрований рекорд «Національним реєстром рекордів» (НРР) у категорії «найбільший в Україні музей ретро автотехніки». Більшість автотехніки знаходиться на ходу і бере участь у музейних акціях.	Найатрактивніші експонати – демонстраційний двигун висотою з 2-поверховий будинок і мотоцикл Harley Davidson 30-х рр. XX ст.

домості за 2013 р. В Україні на 2013 р. було зафіксовано 608 музеїв (22 млн відвідувань), із них 23 (3,78%) державних музеїв і заповідників розташовано на території Запорізької області з річною відвідуваністю 620,9 тис., з них 45,5% – студенти та школярі, які є основною музейною аудиторією.

У листопаді 2014 р. авторами даного дослідження було проведено соціологічне опитування за спеціально розробленою анкетой 51 відвідувача Музею техніки Богуслаєва і 56 – Музею ретроавтомобілів «Фаетон», з метою визначення відповідності якості та ціни послуг (див. табл. 1.1).

У 2014 р. з погіршенням політичної та економічної ситуації відбулось зменшення відвідуваності музеїв. Музей ретроавтомобілів «Фаетон» залежить від туристичного потоку, тому зниження відвідуваності складало 15%. У Музеї техніки Богуслаєва в наслідок введення вхідної плати відвідуваність за 2014 р. знизилась на 31%. У сучасних умовах музеям складно

підвищувати відвідуваність, у той же час екскурсанти звернули увагу на вищий за середній рівень якості музейних послуг і це дає надію на зростання відвідуваності. Тим більше, що 48 з 56 опитаних у Музеї ретроавтомобілів «Фаетон» і 46 з 51 опитаних Музею техніки Богуслаєва вважають, що музей може претендувати на звання бренд, виходячи із свого загального вигляду і отриманого задоволення від екскурсії.

Відомості анкети були доповнені спостереженнями та усними запитаннями до екскурсоводів, на основі яких була оцінена якість послуг персоналу музеїв (див. табл. 1.2).

У результаті якість послуг персоналу Музею техніки Богуслаєва була оцінена як неоднозначно, а Музею ретроавтомобілів «Фаетон» – вища за середню. Задоволення від музейних послуг – це результат аналізу якості та ціни, так трапилось, що студенти як споживачі послуг Музею ретроавтомобілів «Фаетон» залишились часто незадоволені через високу ціну, не зважаючи на те, що вважали якість вищу за середню. У той

Таблиця 1.2

Якість послуг персоналу музеїв техніки м. Запоріжжя

Питання	Екскурсоводи Музею техніки Богуслаєва			Екскурсоводи Музею ретроавтомобілів «Фаетон»	
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 1	№ 2
Ввічливість	+	+	+	+	+
Гостинність	-	+	+	+	+
Наявність зворотнього зв'язку	-	+	+	+	+
Рівень професійної підготовки	Високий	Середній	Високий	Високий	Високий
Володіння матеріалом екскурсії	Високе	Середнє	Високе	Високе	Високе
Задоволення відвідачів від екскурсії	Середнє	Середнє та нижче середнього	Високе	Високе та середнє	Високе та середнє

Таблиця 1.3

SWOT-аналіз Музею ретроавтомобілів клубу «Фаетон» у м. Запоріжжя

Сильні сторони:	Слабкі сторони:
<ul style="list-style-type: none"> - володіє колекцією різної техніки ХХ сторіччя, яка ще досі на ходу; - має сайт, на якому представлено пара десятків моделей (які знаходяться в музеї), віртуальний тур та повна інформація про музей; - Музей представлений у соціальних мережах окремими сторінками; - існує можливість показати експонати на виставках; - колекція має рідкісні екземпляри (наприклад, Chevrolet Bel Air з приватної колекції Леоніда Брежнєва); - прагнення керівника та персоналу підприємства до розвитку; - має достатню кількість власних фінансових коштів для охорони музею, реалізації проектів, реклами, PR; 	<ul style="list-style-type: none"> - не дуже вдале місце розташування музею (знаходиться на території складів у Заводському районі міста, нелюдному місці, далеко від автобусної зупинки, де рідко можна зустріти людей і через це там легко заблукати); - малий досвід роботи в музейній сфері; - інформації на сайті не достатньо і вона рідко оновлюється, що може заважати потенційному відвідувачу зрозуміти, що його чекає;
Зовнішні сприятливі можливості:	Зовнішні загрози підприємству:
<ul style="list-style-type: none"> - право на фото та відеозйомку; - продаж рекламної та сувенірної продукції музею; - проведення лекцій та історичних уроків; - інформаційно-консультаційна допомога в написанні наукових праць та доповідей конференцій; - надання послуг туристичним організаціям з організації екскурсій, навчання екскурсоводів для місцевих туристичних організацій, обслуговування туристів на території музею, міста, області. 	<ul style="list-style-type: none"> - несприятлива політична та економічна ситуація в Україні може давати серйозні перешкоди для розвитку музею; - відвідуваність музею залежить від туристичних потоків;

Таблиця 1.4

SWOT– аналіз Музею техніки Богуслаєва

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – розроблений буклет; – вдале місце розташування музею (знаходиться в обласному місті, поряд розташовані три вищі навчальні заклади та знаходиться на території паркової зони); – має сайт, на якому представлено пара десятків експонатів та інформація про музей; – нова будівля споруджена для потреб музею; – прагнення керівника та персоналу підприємства до розвитку; – додаткові музейні послуги (у музеї орендують приміщення для 5D кінотеатру); – забезпечено базові умови для відвідувачів – влітку працює охолоджуючий кондиціонер, взимку добра вентиляція опалення та туалет, на першому поверсі зона відпочинку. 	<ul style="list-style-type: none"> – малий досвід роботи в музейній сфері; – немає закладів харчування (поряд з музеєм їх також немає); – не передбачені пандуси для інвалідів на другий поверх; – 5D кінотеатр демонструє лише сучасні мультфільми, не пов'язані з тематикою музею; – не продається сувенірна продукція;
Зовнішні сприятливі можливості	Зовнішні загрози підприємству
<ul style="list-style-type: none"> – право на фото- та відеозйомку; – проведення лекцій та історичних уроків; – інформаційно-консультаційна допомога в написанні наукових праць та доповідей конференцій; – надання послуг туристичним організаціям з організації екскурсій, навчання екскурсоводів для місцевих туристичних організацій; – проведення масових заходів під відкритим небом. 	<ul style="list-style-type: none"> – несприятлива політична та економічна ситуація в Україні може давати серйозні перешкоди для розвитку музею.

же час відвідувачі Музею техніки Богуслаєва були задоволені дешевим продуктом і послугами, хоча якість послуг була оцінена неоднозначно: один екскурсивод через відсутність мотивації при виконанні професійних обов'язків надавав сервіс нижче за середній, інші – виконували свою роботу на високому професійному рівні.

З метою удосконалення управління якістю послуг та продуктів Музею ретроавтомобілів «Фаєтон» та Музею техніки Богуслаєва та подальшого для визначення маркетингової стратегії музеїв авторами була використана одна з головних стратегічних методик аналізу сильних і слабких сторін – SWOT-аналіз (див. табл. 1.3; 1.4) [5].

Вивчення сильних та слабких сторін було необхідно, щоб усунути недоліки та розробити для кожного музею стратегії з метою підвищення попиту на музейні послуги, як наслідок підвищити відвідуваність. Музеї не є конкурентами і кожний займає свій сегмент ринку, тому стратегії будуть відмінні. Музей ретроавтомобілів клубу «Фаєтон» орієнтується на туристів, тому має розробляти нові музейні продукти – тематичні екскурсії, програми для дітей, різноманітні акції та ін. Музей техніки Богуслаєва у своїй клієнтурі має студентів і школярів, тому в стратегії має робити акцент на оптимальну ціну.

Висновки. У сфері музейних послуг аналіз споживачем співвідношення «якість – ціна – результативність» здійснюється постійно, це дає підстави для використання в управлінні якістю послуг такого поняття як «якість ціни» за аналогами, які використовують при вивченні якості готельних послуг [6, с. 252]. Сьогодні

для підвищення відвідуваності й рівня доходу музейних підприємств необхідно комплексно впроваджувати систему управління якістю. Наявність у музеях технічних умов для виробництва послуг не гарантує якості обслуговування, високої відвідуваності і стабільного доходу. Вирішальне значення в наданні послуг займає функціональна якість послуг – здатність працівників музеїв своєю бездоганною працею домогтися задоволеності відвідувачів наданим обслуговуванням. Постійне підвищення якості – це довгостроковий вклад на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб. Задоволений відвідувач здійснює безкоштовну рекламу, поширюючи усну інформацію, що сприяє музею. Критерій міри задоволеності клієнтів – бажання повернутися ще раз і порадити музей своїм друзям і знайомим. Перспективи подальшого розвідок у даному напрямку полягають у вивченні просування музеїв у соціальних мережах як чинника збільшення відвідуваності музеїв України та світу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Юрєнева Т.Ю. Музееведение. – М.: Академический проект, 2003. – 605 с.
2. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеезнавство: Навчальний посібник. – К., 2008. – 428 с.
3. Основи музеезнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв. Посібник // Під редакцією: В. Великого, Н. Гасюк. Авторський колектив: П. Горішевський, М. Дейнега, М. Ковалів, В. Мельник, Н. Рега, С. Оришко, О. Соколова. – Івано-Франківськ: Плай, 2005. – 64 с.
4. Культура. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>. – [Посилання дійсне на 21.01.2015 р.]

5. Ількасв О.В., Белікова М.В. Музей ретроавтомобілів клубу «Фаєтон» у м. Запоріжжя: проблеми та перспективи розвитку // Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції 16-17 жовтня 2014 р. колектив авторів; за загал. ред. проф. В.М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя, 2014. – С. 212-216.
6. Журавльова С.М. Порівняльна оцінка стану розвитку готельного господарства на макро- та мезоекономічному рівні // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туристичного і готельно-ресторанного бізнесу в Запорізькому регіоні. Монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя: ТОВ «ЛІПС» ЛТД, 2012. – С. 233-260.