

УДК 658:069:379.85

Белікова М.В.  
кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародного туризму  
Запорізького національного технічного університету

## АНАЛІЗ ВІДВІДУВАНOSTІ ІСТОРИКО-АРХІТЕКТУРНОГО МУЗЕЮ-ЗАПОВІДНИКА «САДИБА ПОПОВА» ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

### ATTENDANCE ANALYSIS OF HISTORICAL AND ARCHITECTURAL OPEN-AIR MUSEUM «POPOV CASTLE» OF ZAPORIZHZHIA REGION

#### АНОТАЦІЯ

Проаналізовано щорічну відвідуваність Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова» Запорізької області за 2004–2015 рр. та запропоновано стратегію збільшення його відвідуваності шляхом розробки нових тематичних екскурсій у формі квестів та нічних театралізованих вистав, спеціальних акцій для відвідувачів у нетуристський сезон.

**Ключові слова:** музеї, відвідуваність, соціальні мережі, екскурсії, туристи.

#### АННОТАЦИЯ

Проанализирована годовая посещаемость Васильевско-го-историко-архитектурного музея-заповедника «Усадьба Попова» Запорожской области за 2004–2015 гг. и предложены факторы увеличения его посещаемости путем разработки новых тематических экскурсий в форме квестов и ночных театралізованных представлений, специальных акций для посетителей в нетуристский сезон.

**Ключевые слова:** музеи, посещаемость, социальные сети, экскурсии, туристы.

#### ANNOTATION

The annual attendance of the Vasilyevka historical and architectural museum «Manor Popova» of Zaporozhye region was analyzed during 2004–2014 and it was proposed the factors of increase of its attendance by way of creation of new thematic tours in the form of quests and nightly theatrical performances, special events for visitors in not tourist season.

**Keywords:** museums, attendance, social networks, tours, tourists.

**Постановка проблеми.** Стратегічна мета розвитку музеїв Запорізької області та України в цілому полягає у створенні якісних музейних продуктів, здатних задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їхніх соціально-економічних інтересів при збереженні історико-культурної спадщини.

Нині музеї України трансформуються у підприємства з виробництва музейних послуг, унаслідок чого має збільшитися відвідуваність та прибуток від продажу вхідних білетів, надання екскурсійного обслуговування та ін. додаткових музейних послуг. Збільшення кількості відвідувачів є однією із нагальних проблем розвитку музейної сфери в Україні. А отже, кількісний аналіз відвідуваності Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова» на шляху вирішення цієї проблеми є актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасний стан музейного менеджменту відзначається поглибленим інтересом до комплексних проблем, які тривалий час лишалися поза ува-

гою дослідників, зокрема відвідуваності музеїв, управління якістю музейних послуг, перспектив розвитку музейних установ. Водночас такі роботи є рідкісними, оскільки публікується застаріла інформація про відвідуваність музеїв України [1]. Незважаючи на ґрунтовні теоретичні дослідження музейного менеджменту Т.Ю. Юрєнєвої [2], М.Й. Рутинського [3], Горішевського та інших дослідників [4], доводиться констатувати, що сучасні емпіричні дослідження музейного менеджменту продовжують бути актуальними.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Кількісний аналіз відвідуваності музеїв за великий проміжок часу – 2004–2015 рр. – може пояснити загальні чинники, які впливають на відвідуваність музеїв, відтак, актуальною є мета нашого дослідження – аналіз відвідуваності Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова».

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою роботи є кількісний аналіз відвідуваності Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова» за 2004–2015 рр.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Василівський історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова» знаходиться за адресою: 71600, Запорізька область, м. Василівка, вул. Гагаріна, 16. Телефон: (06175) 7-23-41, 7-26-57. Має сторінки в соціальних мережах Вконтакте та Facebook <https://www.facebook.com/muzeypopovo/?fref=ts> та [https://vk.com/usadba\\_popova](https://vk.com/usadba_popova). Музей-заповідник працює щодня: понеділок–четвер – 8.00–17.00, п'ятниця – 8.00–15.45, субота–неділя – 9.00–16.00, що зручно для відвідувачів музею, оскільки в більшості музеїв понеділок – вихідний день.

Фінансування музею-заповідника відбувається за рахунок обласного та місцевого бюджетів. Додаткові кошти залучаються шляхом розміщення на території закладу рекламних щитів представників місцевих приватних підприємств.

З метою охорони, збереження та розвитку об'єктів культурної спадщини, які знаходяться у Василівському історико-архітектурному музеї-заповіднику «Садібі Попова»,

Запорізькою обласною радою була розроблена Програма на 2012–2016 рр., яка передбачає повну поетапну реконструкцію та реструктуризацію, проте фінансування відбувалося лише частково.

Пам'ятка архітектури другої половини ХІХ ст. палацово-парковий ансамбль «Садиба Попова» входить до «Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення» [5, с. 78-79]. У Василівському історико-архітектурному музеї-заповіднику «Садибі Попова» діє музей, який зберігає близько 9 тис. предметів основного фонду. Це археологічні колекції, предмети декоративно-ужиткового мистецтва, скульптури, кераміки, вироби з дерева, металу, скла, кістки, шкіри тощо.

Розглянемо кількість відвідувачів Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова» в динаміці (див. рис. 1).

За 2004–2015 рр. відвідуваність Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» мала нерівномірні показники. У 2005 р. і 2006 р., у період загострення політичної та економічної ситуації в країні, відвідуваність знизилася на 29% і на 17,36%. У 2009 р. з стабілізацією ситуації в країні відвідуваність була на 27% більше 2004 р. 2011–2013 рр. відвідуваність складала більше 7 тис. щорічно. Відвідуваність заповіднику за 10 років – 2004–2014 рр. – зросла на 46,76%, а у 2015 р. досягла 10 тис. осіб. Отже, кількісний аналіз відвідуваності показує тенденцію до збільшення.

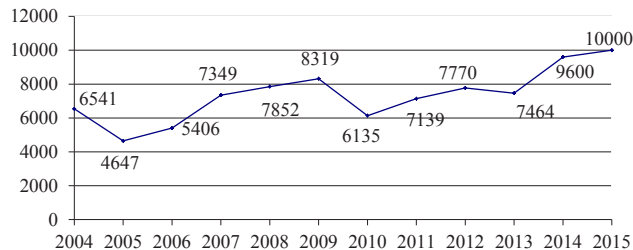


Рис. 1. Відвідуваність Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиба Попова»

Тенденції річної відвідуваності Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» відмінні від загальних показників музеїв України. У 2011-2013 рр. відвідуваність музеїв України мала тенденцію до зростання від 21,8 до 22,3 млн, то відвідуваність музею-заповідника «Садиби Попова» залишалась на рівні 7 тис. (див. табл. 1). У 2014 р. кількість відвідувань музеїв країни знизилась на 35%, що можна пояснити загостренням політичної ситуації в країні, зниженням туристського потоку, погіршенням економічної ситуації та зменшенням купівельної спроможності та доходів населення. Водночас відвідуваність музею-заповідника «Садиби Попова» за цей рік зросла на 37% за рахунок кількісного зростання музейної аудиторії.

Таблиця 1

Річна відвідуваність музеїв України

| Рік  | Відвідуваність музеїв України, млн | Відвідуваність Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова», тис. |
|------|------------------------------------|--|
| 2004 | 18,5                               | 6,5  |
| 2005 | 18,9                               | 4,6  |
| 2006 | 20,2                               | 5,4  |
| 2007 | 21,1                               | 7,3  |
| 2008 | 21,9                               | 7,8  |
| 2009 | 20,8                               | 8,3  |
| 2010 | 21,7                               | 6,1  |
| 2011 | 21,8                               | 7,1  |
| 2012 | 22,4                               | 7,8  |
| 2013 | 22,3                               | 7,4  |
| 2014 | 14,2                               | 9,6  |

Для вивчення музейної клієнтури Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» проведено сегментування відвідувачів за віком (див. рис. 2).

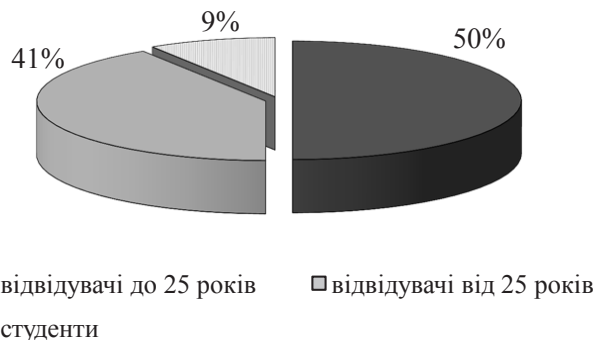


Рис. 2. Сегментування відвідувачів Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» за віком за 2014 р.

Отже, музейну аудиторію Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» складають відвідувачі до 25 років і студенти – 50% та клієнти старше 25 років – 50%, тобто рівномірно представлені усі вікові групи.

Нині музей-заповідник у своїй стратегії робить акцент на оптимальну ціну музейних продуктів, тому що вагомим сегментом музейної аудиторії є студенти і школярі. Вхідна плата для школярів, студентів, пенсіонерів – 8 грн, повна вартість для дорослих – 15 грн. Вартість 45-хвилинної екскурсії музеєм з групи – 50 грн, по території «Садиби Попова» – 50 грн з групи. Спеціальна пропозиція – двогодинна екскурсія «Підземелля палацу» коштує 50 грн з відвідувача, в нетуристський сезон – взимку до березня – на екскурсію діє знижка – 30 грн з екскурсанта. Додатковими послугами, які надаються музеєм-заповідником, є платна фото- та відеозйомка, продаж сувенірної продукції.

Однією із ключових стратегій розвитку музею-заповідника є організація культурно-масових акцій, зокрема фестивалів, вечорів та

свят. З 2013 р. для підвищення популярності закладу щорічно проводиться День відкритих дверей. Для байкерів час від часу влаштовуються свята «Silver star» та «TaReKa fest». Святкування Хеллоуїну, починаючи з 2014 р., щорічно збирає більше 300 відвідувачів. Спільно з Департаментом культури, туризму, національностей та релігій Запорізької області проводяться літературні та етнічні свята.

Василівський історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова» представлений у Запорізькому обласному туристично-інформаційному центрі, бере участь у проекті «Найкращі пам'ятки України – обрані народом», створеному з метою привернення уваги та інтересу до історичних пам'яток архітектури та природного надбання України.

До 2015 р. реклама закладу здійснювалася шляхом розсилання інформації до туристичних організацій Запорізької та Дніпропетровської областей. На сьогодні інформацію про музей-заповідник представлено на багатьох туристичних порталах та сайтах в мережі Інтернет, а в 2015 р. музей-заповідник на своїх сторінках в соціальних мережах Вконтакте та Facebook став розміщати інформацію про культурно-масові заходи.

У заповіднику йде робота над створенням комфортних умов для прийому відвідувачів. Серед технічних якостей музейних послуг «Садиби Попова» є встановлений за об'єктом QR-коду для навігаторів та наявність велопарковки, влаштованої за підтримки громадської організації «Запорізький вектор».

На території заповіднику зона відпочинку складається з лав, розташованих вздовж центральної цементованої доріжки. Переміщення заповідником можливе для осіб з обмеженими фізичними можливостями, які користуються інвалідними візками. Для цього необхідно попередньо зв'язатися з адміністрацією закладу. Приміщення музею розраховане на прийом групи екскурсантів до 30 осіб. У будівлі музею немає кондиціонера, туалет знаходиться на дворі та не відповідає сучасним вимогам.

З метою удосконалення управління якістю послуг Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» та подальшого визначення маркетингової стратегії музею автором була використана одна із головних стратегічних методик аналізу сильних і слабких сторін – SWOT-аналіз (див. табл. 2).

Вивчення сильних та слабких сторін було необхідно, щоб усунути недоліки та розробити для музею-заповідника стратегії з метою підвищення попиту на музейні послуги як наслідок підвищення відвідуваності.

Василівський історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова» знаходиться поблизу траси міжнародного значення Москва–Сімфереполь, яка у свою чергу є частиною міжнародного автомобільного маршруту Кіркенес (Норвегія)–Санкт-Петербург–Москва–Харків–Ялта. Для інформування гостей міста закладу потрібно встановити стенди зі схемою маршруту до «Садиби Попова» на території автостанції та залізничної станції «Таврійськ», а також вказівники.

Таблиця 2

## SWOT-аналіз Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова»

| Сильні сторони   | Слабкі сторони  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- вдале місце розташування (близькість від міжнародної траси та розв'язки залізничної дороги);</li> <li>- унікальність замку на півдні України;</li> <li>- визнання споруд пам'ятками архітектури;</li> <li>- розташування поблизу з іншими рекреаційно-туристичними об'єктами;</li> <li>- команда висококваліфікованих працівників;</li> <li>- зацікавленість адміністрації та працівників у розвитку та співпраці;</li> <li>- співпраця з органами Запорізької обласної, а також місцевої вади;</li> <li>- увага ЗМІ до музею-заповідника;</li> <li>- наявність великої території (2,8 га); – наявність приміщень для проведення тимчасових виставок;</li> <li>- наявність приміщень для створення закладів розміщення та харчування.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- застаріла матеріально-технічна база та експозиційний фонд;</li> <li>- нестача державного фінансування;</li> <li>- слабе самофінансування;</li> <li>- низький інтерес інвесторів до об'єкта;</li> <li>- недостатній розвиток туристичної інфраструктури району;</li> <li>- відсутність маркетингових досліджень з метою виявлення попиту та збільшення музейної аудиторії.</li> </ul> |
| Сприятливі можливості  | Загрози   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- розширення асортименту додаткових послуг;</li> <li>- впровадження нових екскурсійних маршрутів;</li> <li>- збільшення кількості фестивалів та свят на території закладу;</li> <li>- участь у благодійних програмах;</li> <li>- залучення до розвитку громадськості та волонтерів;</li> <li>- розширення співпраці з туристичними організаціями;</li> <li>- активізація науково-дослідної діяльності (проведення історичних, археологічних та ін. досліджень);</li> <li>- залучення інвесторів;</li> <li>- розширення співпраці з місцевими приватними підприємцями;</li> <li>- облаштування автостоянки;</li> <li>- просування музею-заповідника в мережі Інтернет;</li> <li>- поширення реклами закладу та культурно-масових заходів на його території;</li> <li>- запровадження дієвих заходів з охорони закладу та території.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- погіршення економічного та політичного стану країни;</li> <li>- зменшення обсягів фінансування;</li> <li>- руйнування споруд унаслідок техногенних, антропогенних та інших факторів;</li> <li>- можливість переносу автомагістралі на інший маршрут, що призведе до зменшення кількості туристів.</li> </ul>   |

Для заохочення відвідувачів на сторінках музею-заповідника в соціальних мережах має міститись карта з маршрутами, якими можна дістатись до музею залізничним та автотранспортом. Враховуючи розташування музею-заповідника поблизу станції приміського сполучення «Таврійськ», варто також розміщувати актуальний графік руху приміських електричок. Неорганізований турист під час планування подорожі має чітко знати, яким чином та у який час він дістанеться до музею та повернеться з нього.

На сторінках закладу в соціальних мережах не надана інформація про режим роботи, вартість відвідання музею-заповідника, умови замовлення екскурсійного обслуговування, яке в музеї надається лише через годину після замовлення. Таке очікування погіршує загальну оцінку закладу відвідувачами, а при попередньому інформуванні через сайт неорганізовані туристи матимуть можливість замовити послуги екскурсоводу на певний час.

Доцільно сформував календар подій музею-заповіднику та розмістити його на сторінках в соціальних мережах, що дасть змогу інформувати про події заздалегідь.

Музей-заповідник потребує розробки нових музейних продуктів для збільшення кількості туристів. Спеціальними музейними пропозиціями могли б стати нічні музейні екскурсії при ліхтариках, стилізованих під свічки, з використанням звукових ефектів (виття вовка, стуку кроків, скрежету зубів та царапання стін) та екскурсії у форматі квесту, коли учасники паралельно з отриманням інформації виконували б завдання з пошуку скарбів.

Для залучення туристів важливим є підвищення рівня сервісу та вдосконалення зони відпочинку. Мають бути облаштовані зони відпочинку для дітей, приміщення для матері та дитини, комфортні туалети, автостоянки, які дадуть змогу залучати до закладу більшу кількість туристів, які подорожують власним автотранспортом.

Біля входу на територію Василівського історико-архітектурного музею-заповідника слід

встановити інформаційний стенд з планом території, на якому було б зображено всі споруди комплексу із зазначенням їх назв, а біля споруд таблички з наведенням короткої інформації про них. Це покращить умови прийому відвідувачів, які не користуються послугами екскурсоводів.

Враховуючи туристсько-рекреаційний потенціал Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садибою Попова», має бути приділено більше уваги організації та проведенню заходів подієвого туризму, для цього закладу потрібно забезпечити регулярність проведення заходів шляхом розробки їх календарного плану; організувати рекламні заходи подій в соціальних мережах та на рівні району, області та країни; за рахунок економічних механізмів стимулювати туристичні підприємства до співучасті.

**Висновки.** Отже, зі зниженням купівельної спроможності та доходів населення країни збільшити відвідуваність Василівського історико-архітектурного музею-заповідника «Садиби Попова» складно, однак можливе шляхом розробки нових тематичних екскурсій у формі квестів та нічних театралізованих вистав, спеціальних акцій для відвідувачів у нетуристський сезон.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
2. Юрєнева Т.Ю. Музееведение. – М.: Академический проект, 2003. – 605 с.
3. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Музеезнавство: навчальний посібник. – К., 2008. – 428 с.
4. Основи музеезнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: посібник // Під редакцією: В. Великочого, Н. Гасюк. Авторський колектив: П. Горішевський, М. Дейнега, М. Ковалів, В. Мельник, Н. Рега, С. Оришко, О. Соколова. – Івано-Франківськ: Плай, 2005. – 64 с.
5. Белікова М.В. Основи музеезнавства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / М.В. Белікова, В.М. Зайцева; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя: ТОВ «ЛПКС» ЛТД, 2015. – 180 с.