

## **УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МУЗЕЙНЫХ СЕРВИСОВ**

*ГОРДИН ВАЛЕРИЙ ЭРНСТОВИЧ,  
СИЗОВА ИРИНА АЛЕКСЕЕВНА*

В настоящее время музеи испытывают жесткую конкуренцию со стороны различных учреждений индустрии впечатлений. Эта конкуренция обуславливает необходимость повышения привлекательности музеев для различных категорий посетителей. Одним из важнейших инструментов повышения конкурентоспособности является развитие музейных сервисов. Под музейными сервисами понимается набор вспомогательных услуг, повышающих комфортность предоставления основных услуг музеев, улучшающих информированность посетителей о деятельности музеев, позволяющих музеям предоставлять более комплексные услуги. Сотрудниками Лаборатории экономики культуры проведен ряд исследований, посвященных формированию и реализации различных музейных сервисов. Как было установлено в ходе исследований, в настоящее время музеи все еще не готовы к широкому разворачиванию предпринимательской деятельности, которая лежит в основе многих музейных сервисов. Более того, органы управления культурой, финансирующие деятельность музеев, не осознают всю значимость данного направления работы. Об этом свидетельствует тот факт, что в технические задания по проведению музейных фестивалей в рамках предоставления госзаказа практически никогда не включаются обязательства музеев по предоставлению сервисных услуг. Авторы исследовали также два направления развития музейных сервисов. Первый из них – это развитие образовательной деятельности музеев на основе предоставления услуг онлайн образования. Данный вид сервисов может стать важным направлением усиления позиций музеев различного профиля в образовательной среде среднего, высшего и дополнительного образования, где в настоящее время музеи играют достаточно важную роль, но исключительно в традиционных формах предоставления образовательных услуг. Также авторы рассмотрели роль музейных сервисов в предотвращении и преодолении избыточных потоков посетителей, которые в настоящее время становятся острой проблемой для большинства ведущих музеев. В данном случае музейные сервисы способны создавать дополнительные аттракции для различных групп посетителей, что позволит успешнее регулировать внутримузейные потоки посетителей. Результаты проведенных исследований будут представлены в органы управления культурой и доложены на отраслевых научно-практических конференциях.

*Ключевые слова – музейные сервисы, онлайн образование, избыточные потоки посетителей.*