Муниципальное казённое учреждение
города Лермонтова
«Централизованная библиотечная система»
Инновационно-методический сектор

Аналитическая справка по результатам мониторинга

«Игротека в библиотеке»



Аналитическая справка о результатах мониторинга читательского спроса «Игротека в библиотеке» / сост. К. С. Моисеева, зав. инновационно-методическим сектором. — [Б.м. : б.и.], 2026. — 4 с. — (Внутреннее издание МКУ «ЦБС»).

г. Лермонтов
2026

1. Общая информация

Период проведения: май – октябрь 2026 года.

Целевая аудитория: старшеклассники и студенты (29 респондентов).

Цель: Оценка осведомленности, игрового опыта и интереса к настольным играм. Формирование фонда и запуск клуба настольных игр на основе данных о читательском спросе.

2. Анализ ответов по вопросам

Вопрос 1. Осведомленность: Какие настольные игры Вы знаете?

Лидеры: Абсолютным лидером по узнаваемости является «Монополия» (18 упоминаний). Также в топе «Шахматы» (7), карты (5), «Шашки», «Уно», «Мафия», «Бункер», «Русское лото» (по 3).

Нишевые игры: «Имаджинариум» (2), «Dungeons & Dragons» (1), «Взрывные котята», «Рик и Морти: Всмортить всё», «Экивоки», «Дубль», «Фишки», «Свинтус» (по 1).

Вывод: Аудитория хорошо знакома с классическими и семейными играми. При этом 18 из 29 человек знают «Бункер» — современную популярную игру на общение, что говорит о вовлеченности молодежи в актуальные тренды настольной индустрии. Низкая узнаваемость сложных ролевых и стратегических игр (D&D, «Манчкин») указывает на неосвоенный потенциал для тематических вечеров.

Вопрос 2. Практический опыт: В какие настольные игры Вы играли?

Лидеры: «Монополия» (12), «Шахматы» (8), «Шашки» (6).

Разрыв между знанием и игрой: Наблюдается существенный разрыв. Например, игру «Бункер» знают 3 человека, а играли в нее тоже 3. «Мафию» знают 3, играли 2. В «Имаджинариум» знают 2, играли 2. Это говорит о том, что если игра попадает в поле зрения респондента, он с большой вероятностью в неё играет. При этом в карты (суммарно 6) играли столько же, сколько в «Шашки», хотя знают их всего 5 видов — это указывает на высокую регулярность игры в карты.

Вывод: Игровой опыт респондентов ограничен в основном классикой. Современные хиты («Бункер», «Имаджинариум») уже освоены активной частью аудитории, но массового охвата еще не получили. Библиотеке стоит делать ставку на игры, которые легко объяснить за 5–10 минут.

Вопрос 3. Спрос и интересы: В какие настольные игры Вы бы хотели сыграть?

Лидеры: «Монополия» (7) и её версия «F1» (2) — итого 9 человек. «Бункер» (4), карты (4 суммарно), «Нарды» (3).

Неочевидный интерес: Появился запрос на «Манчкин» (1), «Джанго» (1), «Дженгу» (1), которых не было в списках известных или сыгранных игр. Это прямой запрос на расширение ассортимента.

Важный нюанс: 1 респондент ответил «никакие». Это 3,4% от выборки — естественная статистическая погрешность, которую не стоит учитывать при планировании фонда.

Вывод: Главный запрос — на «Монополию» (включая тематические версии). Высокий интерес к «Бункеру» подтверждает, что его стоит приобрести в первую очередь для проведения игротек. Наличие запроса на «Нарды» и «Дженгу» говорит о желании аудитории пробовать игры с разной механикой (логика, ловкость, общение).

Вопрос 4. Готовность к посещению: Придете ли вы в клуб вместо пары/урока?

Положительный отклик: 26 из 29 респондентов (89,6%). Это сумма ответов «Да» (22), «Конечно» (2) и «Приду» (2).

Нейтральный/отрицательный отклик: 3 человека (10,4%) — «Подумаю», «Буду работать», «Всё будет зависеть от учебы...».

Вывод: Интерес к идее очень легко превращается в реальную готовность действовать. Аудитория готова жертвовать частью учебного времени ради настольных игр при условии согласования с преподавателем. Это отличный показатель для прогнозирования посещаемости клуба.

3. SWOT-анализ для организации игротеки

Параметр	Описание
Сильные стороны (S)	Высокая лояльность аудитории (89,6% готовы прийти). Наличие ядра активных игроков, знакомых с современными играми («Бункер»). Наличие базового фонда из 14 игр.
Слабые стороны (W)	Малая выборка (29 человек). Перекос знаний в сторону «Монополии». Отсутствие в фонде главных хитов спроса («Бункер», «Имаджинариум»).
Возможности (O)	Закупка хитовых игр («Бункер», «Монополия F1»). Проведение турниров. Привлечение краудфандинга для закупки фонда.
Угрозы (T)	Учебная нагрузка респондентов. Сезонное падение вовлеченности в сентябре-октябре.

4. Рекомендации

Имеющийся фонд:

«Бирюльки» — 1 экземпляр; «Взрывные котята» — 1 экземпляр; «Дженга» — 1 экземпляр; «Домино» — 1 экземпляр; «Кто я?» — 1 экземпляр; «Манчкин» — 1 экземпляр; «Мафия» — 1 экземпляр; «Нарды» — 1 экземпляр; «Рик и Морти» — 1 экземпляр; «Русское лото» — 1 экземпляр; «Сообразарий» — 1 экземпляр; «Страдающее средневековье» — 1 экземпляр; «Шахматы» — 1 экземпляр; «Шашки» — 1 экземпляр.

Приоритетный список для закупки (целевой фонд краудфандинга): «Бункер» — 1 экземпляр; «Имаджинариум» или аналог; «Воображариум» — 1 экземпляр; «Монополия» (классическая и F1) — 2 экземпляра; «D&D» – 1 экземпляр; «Экивоки» - 1 экземпляр; «Ктулху» - 1 экземпляр; «Параноидальный детектив» - 1 экземпляр.

Для приобретения приоритетных позиций предлагается запустить кампанию на платформе Planeta.ru или Boomstarter.

Обоснование: Проект имеет сильную социальную составляющую (досуг молодежи) и четкую цель (список игр), что хорошо работает в российском краудфандинге.

Вознаграждения для спонсоров: Именные карточки игроков, статус «Меценат игротеки», возможность провести закрытую игру для компании друзей в библиотеке, брендированные закладки.

Срок кампании: 30–35 дней (оптимально для Boomstarter).

Программная деятельность: (План на 4 квартал 2026 года)

А) Оценка реальной посещаемости: провести «Игровую дегустацию» (игротеку одного дня), с использованием имеющегося фонда для оценки реальной посещаемости.

Б) Флагманское мероприятие: провести турнир по «Бункеру» или «Мафии» (игры с высокой конверсией «знаю — играю») сразу после закупки.

В) Образовательный мост и обратная связь: организовать открытый шахматный турнир для удержания аудитории, отметившей шахматы в вопросе № 3. *Пригласить местного знатока шахмат, преподавателя/любителя для одновременной игры на нескольких столах.*

Дальнейшие шаги:

Провести повторный опрос в феврале 2027 года для оценки сезонной динамики.

Вести статистику реальной посещаемости, чтобы сопоставить готовность аудитории (89,6%) с фактическим приходом.

Выводы:

Опрос показал критически высокий уровень потенциальной лояльности: 89,6% респондентов готовы посещать клуб настольных игр в учебное время. Аудитория хорошо знает классику («Монополия», «Шахматы»), но проявляет активный интерес к современным играм на общение («Бункер»). Существующий библиотечный фонд требует расширения за счет 3–4 современных хитов для удовлетворения спроса. Проект запуска клуба рекомендуется к реализации в 4 квартале 2026 года с использованием краудфандинга для закупки недостающих позиций.