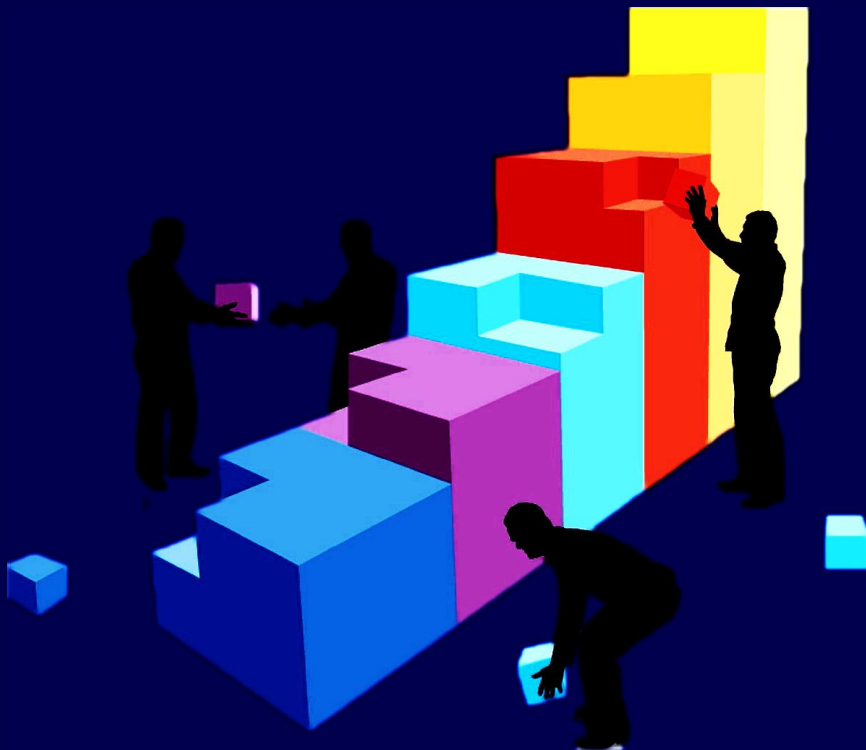


Научно-практический семинар
«Публикация музейного предмета в корпоративном музее»

Н.А. Нукишин

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ
КОРПОРАТИВНЫХ МУЗЕЕВ**

Миссия и концепция, цели и средства



Ханты-Мансийск, 17.11.2016



**«... быть школой для мастеров,
кладезем идей для художников и
для облегчения соображения начальству»**

*Из Положения о создании заводских образцовых...
(«Полный свод законов Российской Империи» (1835 г.)*

Инструменты управления развитием

ПЛАН		действия и ответственные исполнители
ПРОЕКТ		результат, ресурсы и способы его получения
ПРОГРАММА		путь и график движения к цели
КОНЦЕПЦИЯ		обозримая цель
СТРАТЕГИЯ		долгосрочный целевой ориентир
МИССИЯ		высокое, общезначимое предназначение
ИДЕОЛОГИЯ		система базовых ценностей, идей и представлений



Ступени эффективного музейного менеджмента



Ступени эффективного музейного менеджмента

План

Проект

Программа

Концепция

Стратегия

Миссия

Идеология



Ступени эффективного музейного менеджмента

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План	 A 3D bar chart with seven bars of increasing height from left to right. The word 'SUCCESS' is written in large, 3D letters across the bars. The letters are colored in a gradient from red to green. A large green arrow points upwards and to the right, starting from the top of the first bar and ending above the last bar. The background is white with a light blue gradient at the top.						
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (1)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (2)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (3)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (4)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (5)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (6)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента (7)

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Ступени эффективного музейного менеджмента

	Во имя чего?	Для кого?	Зачем?	Что?	Когда?	Как?	Кто?
План							
Проект							
Программа							
Концепция							
Стратегия							
Миссия							
Идеология							

Варианты идеологий

ИННОВАЦИОННАЯ

КОНСЕРВАТИВНАЯ

ПАТРИОТИЧЕСКАЯ

ЛИБЕРАЛЬНАЯ

Музей НК «Татнефть» (2003)

<...> продвижение ценностей демократического общества, открытости, толерантности, других высоких гуманитарных ценностей в сфере межнациональных, межпрофессиональных, межличностных отношений

Музей НК «Роснефть» (2007)

<...> Энергия развития

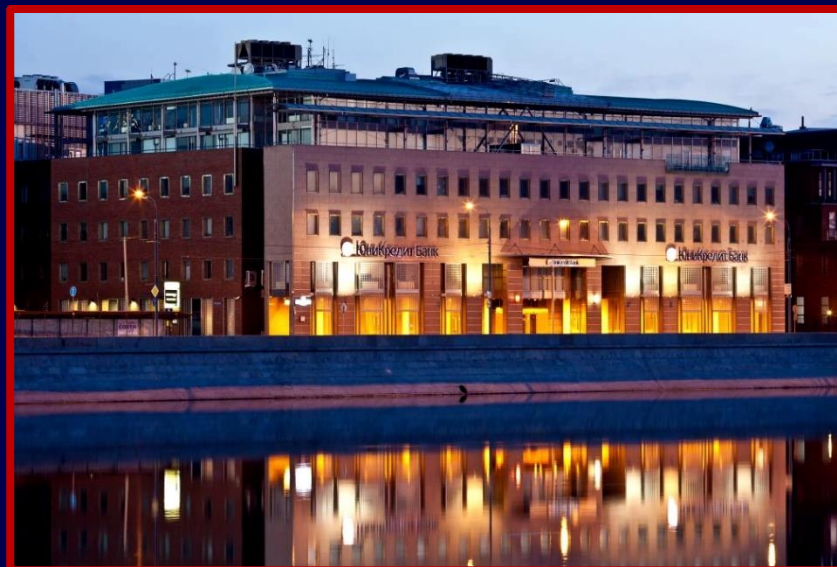
<...> Укрепление корпоративного патриотизма и гражданской ответственности за политические, экономические, экологические и социальные последствия хозяйственной деятельности Компании

Корпоративное художественное собрание ЗАО «ЮниКредит Банк» (1993)

<...> является корпоративным художественным наследием, отражающим разные векторы и исторические моменты развития сообществ, выступающих сегодня как единый европейский организм

Идеология – совокупность идей, концепций, объяснительных моделей, определяющая смыслы существования организации (во имя чего ...)

Пафос мест размещения офисных зданий компаний и их музеев



Варианты формулировки миссии

НА БЛАГО КОМПАНИИ

НА БЛАГО РОССИИ

НА БЛАГО МИРА

НА БЛАГО ЧЕЛОВЕКА

Миссия Музея нефтяной компании «Татнефть» (2003)

- <...> содействует реализации международной и внутренней экономической, социальной, научно-технической, информационной, образовательной и культурной политики Компании
- обеспечивает свободный (с учетом требований безопасности) доступ всех представителей Компании <...> к коллекциям и базам данных Музея как ресурсу профессиональной деятельности, творчества и развития

Миссия Музея ОАО «НК «Роснефть» (2007)

<...> отражает, осмысливает и интерпретирует историю нефтяной индустрии в широком социальном контексте, выступает воплощением ее современного образа и способом представления ее будущего, хранит, формирует, преумножает и мобилизует ресурсы корпоративной культуры для успешного поступательного развития российской нефтяной отрасли

Миссия – яркая словесная форма краткого самоопределения и предъявления организации своим партнерам и потенциальному социальному заказчику (для кого ...)

Пример визуализации представлений о миссии музея



Передвижная выставка «Горизонты Роснефти» (2008-2010)

Варианты стратегий

Стратегия Музея [Музейно-выставочный центр стрелкового оружия им. М.Т. Калашникова (2004)]

по субъектности

ЛИДЕРСКАЯ, собственная, самостоятельная (не зависимая от какой-либо властной, политической, профессиональной или корпоративной структуры)

по целевым ориентирам

РАЗВИВАЮЩАЯ (не антикризисная и не стабилизирующая, поскольку музей находится в стадии роста при благоприятствующих внешних условиях)

по динамике

ПОШАГОВАЯ, последовательная (не выжидательная и не стратегия прорыва)

по активности

НАСТУПАТЕЛЬНАЯ (не оборонительная и не нейтралитет)

по жесткости

ВАРИАТИВНАЯ, гибкая в заданных пределах (не жесткая, и не чисто ситуативная)

по открытости

СЕТЕВАЯ (вариант – корпоративная, но никак не тайная)

Стратегия – задает принципы принятия управленческих решений, обеспечивающих достижение долгосрочных целей при высокой неопределенности внутренней и внешней среды (*зачем ...*)

Пример выраженности музейной стратегии



Мемориальный кабинет М.Т. Калашникова в Музейном центре стрелкового оружия, Ижевск (2005)

Варианты концепций

МЕМОРИАЛЫ

КЛАССЫ

ИНФОЦЕНТРЫ

ПАНТЕОНЫ

ШОУРУМЫ

УЗЛЫ КОММУНИКАЦИЙ

Концепция (Музей развития ОАО «НК «Роснефть» (2007)

Музей – это:

КАТАЛИЗАТОР процессов развития корпоративной культуры

КАНАЛ внутренних и внешних коммуникаций

РЕСУРС профессионального и личностного развития работников

СРЕДСТВО капитализации нематериальных активов

ИНСТРУМЕНТ кадровой, информационной, экономической и пр. политик

ТЕХНОЛОГИЯ управления знаниями

ИНДИКАТОР лидерских позиций ОАО «НК «Роснефть»

Концепция – определяет функциональную модель организации, уточняет ее типологическую принадлежность, задает технологическое своеобразие (*что это...*)

Примеры различных музейных концепций

модель-камеры



Музей НПО «Энергомаш», Химки



Музей РКК «Энергия», Королев



Музей Первоуральского новотрубного завода



Музейно-выставочный комплекс ОАО «Купол», Ижевск

Примеры различных музейных концепций

залы славы



Рекламно-выставочный центр ООО «Молот-Оружие», Вятские Поляны



Музей Ракетного центра, Миасс



Музей КирОВО-Чепецкого химического комбината



Музей КАМАЗа, Набережные Челны

Примеры различных музейных концепций

классы



Музей Октябрьской ЖД, Санкт-Петербург



Металлоториум комбината «Северсталь», Череповец



Музей Русского шоколада, Ателье Злата Розман, Москва



Музей ВНИИЭФ, Саров

Примеры различных музейных концепций

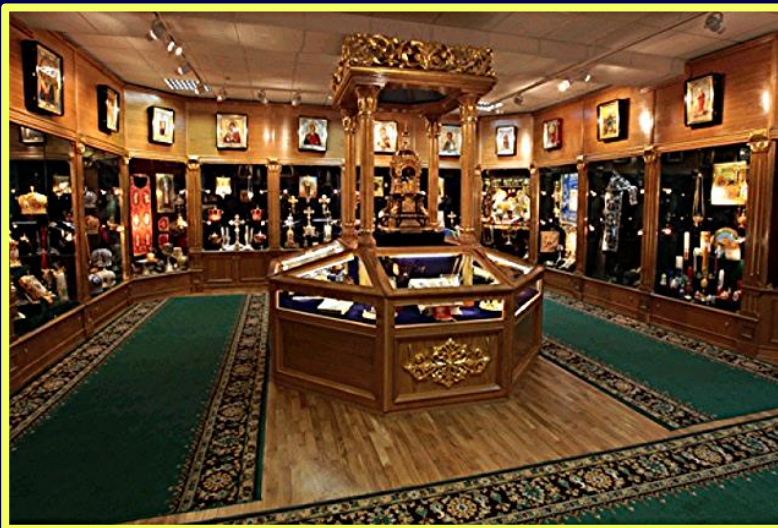
шоурумы



Музей «Хохломская роспись», Семеново



Музей магазина «Мир колеса», Рязань



Музей ХПП «Софрино»



Музей истории Ижевского механического завода

Примеры различных музейных концепций

инфоцентры



Арктический выставочный центр,
Росатомфлот, Мурманск



Музей ПАО «Сбербанк России», Москва



Музей ФГУП «Адмиралтейские верфи», СПб



Музей Угличской ГЭС, Углич

Примеры различных музейных концепций

узлы связи



Музей традиционных русских напитков «Очаково», Москва



Музей Петербургского метрополитена, Санкт-Петербург



Музей истории коньяка, Группа компаний «КиН» Москва



Музей Чусовского металлургического завода, Чусовой

Виды музейных программ

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ МУЗЕЯ НА ПЕРИОД ДО 202X ГОДА

ПРОГРАММА КОМПЛЕКТОВАНИЯ ФОНДОВ

ПРОГРАММА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ, УЧЕТА И ИЗУЧЕНИЯ КОЛЛЕКЦИЙ

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ВЫСТАВОК И ЭКСПОЗИЦИЙ

ПРОГРАММА ОСВОЕНИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ КОРПОРАТИВНОГО НАСЛЕДИЯ

ПРОГРАММА МОДЕРНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ МУЗЕЯ

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПРИЕМА И ОБСЛУЖИВАНИЯ МУЗЕЙНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ МУЗЕЯ

ПРОГРАММА ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ФИЛИАЛОВ МУЗЕЯ

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ МУЗЕЯ ЕГО ФИЛИАЛОВ

Программа – задает направления и временные ориентиры движения к заданным целевым ориентирам в среднесрочной обозримой перспективе (когда ...)

Примеры структуры программных документов

Программа развития Музея А (2007)

I. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ

II. НОВОЕ ВИДЕНИЕ БУЩЕГО МУЗЕЯ

III. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

IV. ПРОГРАММНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

IV.1. Сохранение памятников, коллекций музея, базовых музейных ресурсов

IV.1. Развитие музейного производства

IV.1. Оптимизация системы ресурсного обеспечения музейного производства

IV.1. Развития сферы реализации результатов музейной деятельности

V. ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

VI. ПОДПРОГРАММЫ И ПРИОРИТЕТНЫЕ ПРОЕКТЫ

...

...

...

...

Программа информатизации Музея В (2000)

I. ПРЕДПРОЕКТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Музей как информационная система

2. Системы внутренней и внешней музейной коммуникации

3. Техническая база и специфика размещения информационной инфраструктуры музея

4. Квалификация персонала

5. Опыт решения аналогичных задач другими музеями

II. ПРОГРАММА

1. Общая концепция информатизации музея

2. Развитие музейных информационных и коммуникационных систем

3. Подготовки электронных изданий музея

4. Модернизация информационного обеспечения системы управления музеем

5. Первоочередные проекты использования и преумножения информационного потенциала музея

Пример программы

Программа развития Музея Мирового Океана на период 2007-2012 гг. (Калининград, 2007)



Итоги реализации программы

- Будет создана современная инфраструктура музейного комплекса, позволяющая обеспечить безопасность и комфортное пребывание посетителей в музейном комплексе
 - Будет создано дополнительно 124 новых рабочих места - для решения новых задач, модернизации институциональных и выполнения новых функций
 - к 2012 году в три раза возрастет количество посетителей и составит более 600 тысяч человек в год
 - Музей Мирового океана станет крупным центром патриотической работы, экологического воспитания и просвещения.
- Концепция Программы комплексного развития ФГУК «Музей Мирового Океана»

Итоги реализации программы

- К 2012 году количество объектов показа музея возрастет более, чем в два раза и достигнет 13
 - Общая площадь музея за счет ввода новых объектов возрастет на 9 286 кв. м (или на 86%)
 - Будет произведена реэкспозиция и модернизация функционального зонирования имеющихся у музея площадей
 - Музей освоит и введет в культурный оборот полностью обустроенную Набережную исторического флота в Калининграде, а также систему филиалов (музей «Берега» в Светлогорске, «Елизаветинский форт» в Балтийске);
- Концепция Программы комплексного развития ФГУК «Музей Мирового океана»

Варианты музейных проектов



Проект – замышление нового объекта и описание способа его создания в условиях жестких ограничений времени и ресурсов (как ...)

Примеры выставочных проектов

Временные выставки в музее [Музей НК «Роснефть»](2008-2010)]



Примеры выставочных проектов

Передвижные выставки [Музей НК «Роснефть»)(2008-2010)]



Примеры выставочных проектов

Выездные событийные выставки [Музей НК «Роснефть»](2008-2010)



Этапы разработки проекта

- I. Определение проектируемого объекта (название, замысел, ожидаемый результат)
- II. Проблематизация (анализ ситуации, обоснование необходимости изменений)
- III. Опционализация (выявление благоприятных предпосылок и новых возможностей)
- IV. Аудит ресурсов и технологий (аргументация реалистичности проектного замысла)
- V. Концептуализация (основополагающие идеи и новизна проекта)
- VI. Целеполагание (веер социально-значимых ориентиров)
- VII. Планирование (задачи, этапы и способы их решения)
- VIII. Ресурсное обеспечение (привлекаемые партнеры, смета)

Варианты структуры плановых документов корпоративного музея

ГОДОВОЙ ПЛАН

- I. Новые проекты
- II. Обновление содержания постоянной и временных экспозиций
- III. Поддержание и актуализация музейного веб-сайта
- IV. Комплектование фондов, сбор исторических материалов
- V. Хранение, изучение и реставрация коллекций
- VI. Прием посетителей, проведение мероприятий
- VII. Публикации

ПЛАН ПОДГОТОВКИ МУЗЕЙНОЙ ЭКСПОЗИЦИИ

- I. Подготовка экспозиционного помещения
- II. Подготовка экспонатов и содержания музейной экспозиции
- III. Разработка проектной документации
- IV. Приобретение и системная интеграция оборудования
- V. Подготовка ТЗ и приобретение программного обеспечения
- VI. Исполнительские работы
- VII. Организация открытия экспозиции

План – жестко фиксирует и персонализирует содержание, способы и график конкретных действий, направленных на решение функциональных и проектных программных задач организации (*кто ...*)

Примеры планов

№	Вид и результаты работы	Сроки	Подрядчик	Бюджет	Менеджер проекта
I.	Новые проекты				
II.	Поддержание, актуализация и обновление постоянной и временных экспозиций музея				
III.	Поддержание, обновление и актуализация музейного сайта				
IV.	Сбор исторических материалов, подготовка экспонатов и сопроводительной информации для экспозиций и выставок				
V.	Обеспечение хранения, изучение, описание и реставрация коллекций				

Готово Страница: 1 из 2

Рекомендуемая литература

1. **Алезраа П.** ЗАЧЕМ КОМПАНИЯМ НУЖНЫ КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ? // // II Международная конференция «Корпоративные музеи сегодня». Сборник докладов конференции. М., 2015. С.24-28
2. **Долгин А.** КАПИТАЛИЗАЦИЯ САКРАЛЬНОГО // Музей и личность. М., 2007. С.15-28
3. **Никишин Н.А.** МУЗЕЙ И ЕГО КОМПАНИЯ // Музей. 2009. №4. С.13-17
4. **Пуликова И.В.** ОТРАСЛЕВЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ РОССИИ // Россия и современный мир. М.: ИНИОН РАН, 2010, № 3 (68). С.217-221
5. **Соколова, К.** КАК ОРГАНИЗОВАТЬ КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ: ЭКСПОЗИЦИЯ ПОМОЖЕТ ПРОДВИЖЕНИЮ СОБСТВЕННОГО БРЭНДА // Бизнес и персонал. 2005. № 1. С.36-39
6. **Чернышев С.** НОВАЯ ЛАПУТАНИЯ ИЛИ ОБЩЕСТВО КОРПОРАЦИЙ. ИНТЕРВЬЮ. Радио «Финам FM». 05.12.2008. <http://www.finam.fm/archive-view/484/>
7. **Danilov V.J.** A PLANNING GUIDE FOR CORPORATE MUSEUMS, GALLERIES, AND VISITOR CENTERS. NY: Greenwood Press, 1992. 209 pp.
8. **Kotler N., Kotler Ph., Kotler W.** MUSEUM MARKETING AND STRATEGY: DESIGNING MISSIONS, BUILDING AUDIENCES, GENERATING REVENUE AND RESOURCES. 2nd ed., 2008. 511 pp.

