

# Отчет-анализ деятельности структурного подразделения «Ялуторовский музейный комплекс» за 2019 год

## Общие показатели 2019 года

### СЛАЙД 1.

Ялуторовский музейный комплекс является одним из известных музеев в регионе и в России. Комплекс объединяет 5 объектов музейного показа: Краеведческий музей, Историко-мемориальный музей, музей «Дом природы» и музей «Торговые ряды». 4 музея - памятники федерального и регионального значения.

Музей, прежде всего, ориентирован на национальные культурные бренды, связанные с именами декабристов и российского мецената Саввы Мамонтова. Музей – единственная в городе институция, которая представляет историю города и края в комплексе: от прошлого через настоящее в будущее, через события, судьбы людей, семей, историю предприятий и городских сообществ, богатство и видовое многообразие флоры и фауны. Несомненно, важным фактором для Ялуторовского музея является интеграция возможностей и музейных ресурсов «ТМПО», способствующих более глубокому и широкому представлению наследия края.

### СЛАЙД 2.

В учреждении по штатному расписанию числится 35 единиц, 3 штатные единицы вакантны (в настоящее время идёт приём резюме на вакантные должности). Мы продолжаем работать над усовершенствованием профессионального мастерства сотрудников, обучая их на различных курсах повышения квалификации. В ходе музейной деятельности выяснилось, что есть необходимость в обучении специалиста по работе с лицами с ограниченными возможностями здоровья. В 2020 году запланировано такое обучение, дистанционно.

### СЛАЙД 3.

Количество посещений в 2019 году по Дорожной карте составило 115 498, что на 2198 посещений больше, чем в 2018 году. В процентном соотношении на 10, 2 %. На 2020 год подготовлены показатели, ориентированные на 2019 год.

### СЛАЙД 4

Мониторинг посещений по категориям посетителей выявил, что посещаемость музея категорией взрослых в 2019 году возросла. Достаточно высокая посещаемость в таком сегменте как школьники и дошкольники. Среди различных категорий посетителей можно особо выделить людей с ограниченными возможностями здоровья: по сравнению с 2018 годом доля посещений лиц с инклюзией также возросла. Однако произошло снижение посещаемости студентов. Поэтому в своей деятельности нам необходимо планировать работу со студентами, продвигая наш музейный продукт в этом сегменте.

## **СЛАЙД 5.**

Доход от музейной деятельности в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличился (сравнительный анализ представлен в аналитической справке). Основные виды музейной деятельности - оказание музейных услуг: экскурсионное обслуживание, выставочная деятельность, проведение мастер-классов, продажа сувенирной продукции. Из анализа сравнительных диаграмм видно, что доля доходов от мастер-классов упала в 2019 году в сравнении с 2018 годом. Мониторинг путём опроса по этому вопросу выявил причину, почему заказов на мастер-классы стало меньше. Соотношение цена-качество не соответствовало заявленному изделию. Уровень компетенций и навыков в декоративно-прикладной работе у специалистов, занимающихся проведением данных мероприятий не на должном уровне. Необходим специалист, владеющий необходимыми навыками творческой работы.

### **Выставочная деятельность**

## **СЛАЙД 6.**

2019 год был посвящен знаменательным датам: 360-летию Ялуторовска и 75-летию Тюменской области. Создавая выставки, мы продолжили знакомить зрителя с культурным и историческим наследием города и тюменского края.

Общая площадь экспозиционных и выставочных залов составляет 838 кв.м., на которых размещаются 11 постоянных экспозиций, 1 экспозиция «Экологический двор» находится под открытым небом.

## **СЛАЙД 7.**

В ушедшем году было создано 49 новых выставок, из них 4 передвижных выставочных проекта и 7 виртуальных. По тематике преобладали выставки историко-краеведческого, естественнонаучного и искусствоведческого характера. Как видно из диаграммы, на долю музея «Торговые ряды» приходится 50% новых выставок (не включая виртуальные и передвижные), 29% - музей «Дом природы», 13% - Краеведческий музей, 8% - историко-мемориальный музей.

Благодаря музейным ресурсам и поддержке Тюменского и Тобольского музеев, в 2019 году мы реализовали 4 крупных выставочных проекта («Русская палитра. Народный костюм», «Искусство вечно», Изобразилия, Открытка) и 3 VR-выставки («VR72», «Дальняя Государева вотчина», «Ссылка императорской семьи Николая II в городе Тобольске»).

## **СЛАЙД 8.**

Выставка «Искусство вечно», представлявшая произведения искусства XVIII - нач. XX века, стала своеобразным подарком ялуторовчанам к 360-летнему юбилею города (квест «Что скрывает натюрморт»). Образовательный аспект, преимущественно для детей, содержала в себе выставка «Путешествие в страну Изобразилию». Она знакомила с различными видами и жанрами искусства (Мероприятие «Путеводитель по искусству»). Интересной для детской аудитории была выставка «VR72», которую за 2 месяца посетили 1003 чел.

Большой эмоционально-патриотический отклик вызвала выставка «Горячие точки Памяти». Это был партнерский проект совместно с Союзом ветеранов

Афганистана в г. Ялуторовске. На примерах судебных ялуторовчан, участников боевых действий в Афганистане, выставка раскрывала идею памяти о мужестве и долге перед Родиной.

Представленная диаграмма наглядно демонстрирует, какие выставки были наиболее посещаемыми - это «Русская палитра. Народный костюм», «Горячие точки Памяти», «Сокровища недр», «VR72», «В гостях у сказки», «Четыре царства на Земле: времена года».

Высокая посещаемость обусловлена рядом причин:

1. весна-лето – сезон каникул и отпусков;
2. патриотическая направленность выставки;
3. проведение Международной акции «Ночь музеев» и крупного городского событийного мероприятия «Сибирская Масленица».

Безусловно, множество проектов было посвящено 360-летнему юбилею города. Их особенностью стало привлечение творческого потенциала жителей города и района в рамках выставочных проектов «Я прославляю этот город» и «Город-сад». Не все задуманное удалось воплотить в первом проекте. Заявителей на участие в конкурсе творческих проектов было немного вследствие запоздалой разработки Положения. Мы учли эти недоработки при реализации второго подобного проекта – выставки «Город-сад».

В выставочных проектах «География в музейных предметах» и «Гражданин Ялуторовска» была отражена тема 75-летия Тюменской области. Большинство выставочных проектов сопровождалось культурно-просветительскими программами.

На различных площадках учреждений культуры и образования были успешно реализованы 4 передвижных проекта: три – в г. Ялуторовске и 1 – в Исетском краеведческом музее им. Емельянова в с. Исетское (С.И. Мамонтов: промышленник и меценат). Году Театра в России посвящался выставочный проект «Ялуторовский театр». Особое место в выставочной деятельности музея заняли виртуальные выставки. У данного вида выставки есть ряд преимуществ: мобильна, компактна и доступна. В этом году контент заполняется более продуманным историческим содержанием с использованием аудио форматов.

Анализируя выставочную деятельность, можно сделать вывод о том, сегодня выставка — это не просто способ демонстрации артефактов или произведений искусства, это, прежде всего, средство коммуникации. При имеющихся плюсах, нам есть, над чем работать. Современного посетителя привлекают интерактивные формы. Поэтому на стадии создания выставки необходимо продумывать включение максимально возможных интерактивных элементов. И самое важное - любой выставочной проект помимо содержательной части предполагает определенное дизайнерское решение, от которого во многом зависит успех выставки.

## **Культурно-просветительская деятельность**

### **СЛАЙД 9.**

Приоритетным направлением в культурно-просветительской деятельности музея является укрепление патриотического и духовно-нравственного сознания у

детей, молодежи и взрослых. Работа по патриотическому воспитанию в музее ведется на системной основе. Традиционными являются мероприятия, посвященные памятным датам в истории нашей страны: Всенародный праздник День Победы в Великой Отечественной войне, День народного единства, День защитника Отечества, День памяти о россиянах, исполнявших служебный долг за пределами Отечества, День памяти и скорби. Дети знакомятся с героическими поступками простых людей, учатся понимать на конкретных фактах, что такое гражданский долг и долг перед Отечеством. Сотрудниками музейного комплекса разработаны разнообразные по форме мероприятия гражданско-патриотической направленности («Фронтные реликвии», викторина «Моя Россия», «Подвиг славою велик», «Июньское утро 1941-го» и т.д.), которые в 2019-2020 уч.году интегрированы в общую программу ТМПО «Звезда».

#### **СЛАЙД 10.**

75-летию Тюменской области посвящались: игровая программа «Всему начало здесь, в краю родном», пешеходная экскурсия «Большой России малая росинка». В текущем году было проведено множество тематических мероприятий, приуроченных к Дню Конституции, Дню России, Дню Космонавтики, 5-летию воссоединения Крыма с Россией и т.д. Всего в 2019 году в Ялуторовском музейном комплексе реализовано 104 мероприятия патриотической направленности, участниками которых стали 2670 человек.

Традиционно в период летних каникул музейный комплекс организует множество интересных и познавательных мероприятий, объединенных в 2019 году в программу «Лето солнышком согрето». В этом году летней программой, включавшей 26 мероприятий, охвачен 3041 чел. Ежегодно в музеях Ялуторовского комплекса проводятся новогодние и Рождественские программы для детей.

Важнейшей частью культурно-образовательной деятельности музея является проведение мероприятий исследовательского характера: экологической конференции «На пути к открытиям» (учащиеся начального и среднего звена), конкурса краеведческих работ им. И.Ю. Озолина (учащиеся старших классов и студенты, взрослые), конкурса чтецов «Мы любим Пушкина за то, что Пушкин он» (воспитанники детских садов г. Ялуторовска).

В учреждении разработана и реализуются программа духовно-нравственного воспитания, в рамках которых проводятся мероприятия, направленные на формирование семейных ценностей, позитивного образа семьи, укрепление семейных традиций и духовного единства поколений. В программу вошли мероприятия разной направленности: цикл интерактивных мероприятий «На день рождения к гению», музейные уроки «Параскева пятница», «Дед и внук - жизнь за Россию», театрализованная экскурсия «Хозяйкою дом стоит», интерактивное мероприятие «Семья – любви великой царство», конкурсная программа, посвященная Дню Матери «Воспеваю то, что вечно ново» и др.

#### **СЛАЙД 11.**

На музейных площадках на протяжении 6 лет ведется планомерная работа с общественной организацией «Университет старшего поколения». Его представители — люди разных профессий, в основном, пожилого возраста, объединенные активной

жизненной позицией, проявляющие большой интерес к истории города и края. Слушатели курсов Университета старшего поколения в 2019 году стали участниками 8 мероприятий. Всего, с учетом экскурсий, для пожилых людей в проведено 382 мероприятия (11836 посещ.).

Немаловажным направлением в работе музея является предоставление музейных услуг людям с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам. Музей тесно сотрудничает с учреждениями: МАУ «Ялуторовский комплексный центр социального обслуживания населения», АСУСОН ТО «Ялуторовский психоневрологический интернат», Ялуторовской общественной организацией «ВОИ». В течение года для этой категории посетителей состоялись обзорные и тематические экскурсии, благотворительная акция «Музей для всех», приуроченная к международному Дню инвалидов, игровая программа «Путешествие в царство природы», мастер-классы.

К числу активных посетителей относятся воспитанники МАОУ для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья «СОШ-интернат № 6» г. Ялуторовска. Проводником в мир музея для особых детей стала адаптированная культурно-просветительская программа «Экологические праздники в музее». Всего в 2019 году количество посещений людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов составило 1192 человека.

#### **СЛАЙД 12.**

Традиционно яркими программами музей радует своих гостей в «Ночь музеев» и «Ночь искусств». В 2019 году состоялось 7180 посещений различных мероприятий в рамках акции «Ночь музеев», 1635 посещений – «Ночь искусств».

Музейные лекции посетили 126 человек. Всего в 2019 году участниками музейных мероприятий стали 9646 человек. Проведено 391 мероприятие (презентаций выставок, игровых программ, квестов, салонных вечеров, конкурсов, конференций, музейных уроков, мастер-классов и т.д.)

По итогам регионального этапа Всероссийского конкурса программы «100 лучших товаров России» и конкурса «Лучшие товары и услуги Тюменской области 2019» в номинации «Услуги для населения» признана лучшей в регионе и удостоена диплома Лауреата театрализованная экскурсия «Хозяйкою дом стоит».

За последний год деятельности музея можно заметить положительную тенденцию в организации различных мероприятий. Музей совершенствует работу со своей аудиторией и внедряет новые способы взаимодействия со зрителями.

Задачи, стоящие перед коллективом – активное внедрение новых форм работы с молодежью (воркшоп, коллоквиум и т.д.), активизировать работу по инклюзивному направлению, маломобильными группами населения, есть необходимость создания партнерских проектов. В конце 2019 года - **«Подслушано» и библиотека**

### **Участие музея в жизни города**

#### **СЛАЙД 13.**

Музей органично включен в процессы, составляющие и определяющие современную городскую культуру. Яркой доминантой является историко-культурный фестиваль «Декабристские вечера», проводимый с 1988 г., где музей выступает в роли одного из организаторов. В программе фестиваля разнообразные по форме

мероприятия: исторические балы, театральные вечера, встречи с потомками декабристов, концерты, салонные вечера в доме декабриста М.И. Муравьева-Апостола. В 2018 г. участниками фестиваля стал **485** человек, в 2019 г. – **526** чел.

#### **СЛАЙД 14.**

Традиционно музей является одной из главных площадок в проведении открытого областного фестиваля народного творчества имени С.И. Мамонтова. В третий раз музей принял участие в межрегиональном проекте «Маршрутом Чехова по Сибири на Сахалин». И в третий раз музей удостоен диплома 1-й степени за проведение литературно-театрализованной гостиной «Чехов в Сибири».

Ялуторовский музей является активным участником крупных событийных мероприятий города:

- праздничное шествие в День города (традиционно музей становится обладателем дипломов Гран-при или призером);
- «Сибирская Масленица» (изготовление Масленицы);
- костюмированный парад-шествие Дедов Морозов (ежегодно декабрь);
- шествие «Бессмертного полка» (ежегодно 9 Мая).

#### **СЛАЙД 15.**

Задачи, стоящие перед коллективом, – активное внедрение таких форм работы с молодежью, как воркшоп, коллоквиум; вовлечение в музейные программы большего количества людей с ОВЗ, маломобильных групп населения; активное использование новых форм лекционных мероприятий, таких как видеолекции и web-лекции.

### **Маркетинговая деятельность**

В 2019 году был разработан проект стратегии маркетинга, на основе которого велась маркетинговая деятельность. **Цель музейного маркетинга:** поддержание имиджа, развитие музея в социокультурном пространстве и распространение идей, заложенных в его миссии через комплекс маркетинговой стратегии среди широкого круга своих целевых аудиторий.

Задачи маркетинга выражаются в направлениях деятельности.

#### **СЛАЙД 16.**

В данной блок-схеме представлена маркетинговая деятельность в 2019 году.

Маркетинговая деятельность велась по следующим направлениям:

1. Продвижение музейных услуг. Осуществлялось через медиапланирование, через каналы информирования, пиар, рекламу, информационно-рекламную продукцию (афиши, баннеры, флаеры), промо-акции (раздача информационно-рекламной продукции на событийных мероприятиях г. Ялуторовска), через конкурсы с использованием социальных сетей.
2. Повышение качества музейных услуг и сервиса. Осуществлялось через принцип клиентоориентированности, повышения квалификации работников, обновления содержания мероприятий и профилактику конфликтных ситуаций с посетителями.
3. Расширение ассортимента музейных услуг. Проводилось через инновационные и новые формы мероприятий с учетом социальных и

возрастных интересов посетителей.

4. Оптимизация социального партнерства. Осуществлялось через совместные планы деятельности, сетевое партнерство, заключение договоров пожертвования.

### **СЛАЙД 17.**

Маркетинговые исследования проводились через анкетирование, фронтальный опрос посетителей и наблюдения. В исследовании приняли участие 256 потребителей.

#### **1. Результаты исследования по сегментации целевой аудитории Ялutorовского музейного комплекса представлены в диаграммах.**

-по демографическому профилю (по половой, возрастной принадлежности и роду занятий). Диаграмма показывает, что доля посещений музея приходится преимущественно на посетителей женского пола. При подготовке выставок и музейных мероприятий не ставились задачи привлечь именно мужскую или женскую аудиторию. Но в данном случае не пришедшие на выставки и мероприятия мужчины — это потенциал для расширения аудитории и привлечения новых посетителей. Опрос мужской аудитории позволяет сделать вывод о том, что мужская аудитория интересуется в большей степени естественнонаучными, техническими темами.

**Данные диаграммы также выявляют целевые аудитории по психографическому профилю (интересы посетителей, возможные желания и потребности посетителей, востребованность музейных услуг у посетителей).**

**Однозначно возрастной** состав аудитории определяет содержание и направленность на интересы данного состава (определяет, на какую целевую аудиторию ориентированы мероприятия). Эта тенденция естественна. Если какие-то возможности и услуги музея покажутся посетителям интересными, то с большой долей вероятности они станут постоянными посетителями, будут возвращаться в музей и расскажут о музее друзьям и знакомым.

Показатель большого процента целевой группы работающих посетителей приводит к выводу, что на востребованность музейных и туристических услуг в наибольшей степени влияет уровень материального достатка.

#### **2. Выводы о востребованности видов музейных услуг (диаграмма в центре).**

Результаты проведенного исследования по востребованности музейных и туристических услуг в целом отражают по определению востребованные, перспективные музейные, туристические услуги и обуславливают представление следующих выводов.

Посетители выделяют для себя значимыми по востребованности основные виды музейных услуг (организация экскурсий и выставок). Это говорит о том, что потребители понимают основную функцию музея и их ожидания совпадают с предложением музейных услуг. Из анализа диаграммы видно, что дополнительные и сопутствующие музейные услуги также необходимы потребителям, но в своей доле востребованности.

#### **3. Выводы о востребованности видов туризма (не представлена в диаграмме, но представлена в аналитической справке)**

Из аналитической справки: из общего числа предложенных видов туризма наибольшее количество заявлено на культурно-исторический /культурно-

познавательный-Экологический востребован у респондентов -36,2%; событийный-38,5% ; спортивный-18,5%.

У преобладающей части потребителей более востребован культурно-исторический /культурно-познавательный вид туризма, а значит, посетителям интересен спектр услуг с визуализацией исторических памятных мест, процессов, интересен интеллектуальный досуг. Одна третья часть посетителей увлечена естественно-научными знаниями и одной третьей части интересны мероприятия с развлекательными формами, им интересен развлекательный досуг.

## **СЛАЙД 18.**

**Вывод:** По представленным рейтингам в диаграммах в процентном соотношении подтверждается большая значимость для посетителей музея мероприятий с интерактивными формами работы и формы мероприятий с эффектами визуального, кинестетического, эмоционального усиления впечатлений.

Ни одна форма мероприятий и не одно направление проводимых мероприятий не обозначены потребителями показателем – 0%, а значит, имеют место быть, и проводиться в музее в своем процентном соотношении.

## **Выводы по мониторингу «Оценка качества и безопасности оказания музейных услуг» из аналитической справки:**

Качество и безопасность предоставляемых музейных услуг один из важных основополагающих факторов для привлечения посетителей.

Посредством методов статистического анализа был вычислен суммарный коэффициент, отображающий общую степень удовлетворенности посетителей по всем факторам комфортности, он составил - 4,4 балла, что является достаточно высоким показателем.

**Анализ проблем «Ночи искусств» и «Ночи в музее»** проведен по трем критериям: охват аудитории, соответствие ее мотивации целям организаторам акций, соответствие ее структуры целевым группам акций. На основе сводных статистических данных и посещаемости акций, данных социологических опросов была оценена успешность «Ночи искусств» и «Ночи музеев», разобраны основные проблемы акций и предложены варианты их решения на методическом заседании в г. Тобольске в ноябре месяце 2019 года.

## **СЛАЙД 19.**

### **Статистическая таблица «Информационное пространство»**

По всем показателям отмечена положительная динамика. Количество посетителей на сайте увеличилось на 2640 пользователей (на 63% в сравнении с 2018г.) Количество подписчиков в социальных сетях увеличилось:

- ВКонтакте на 1468 пользователей (на 167% в сравнении с 2018 г.)
- ОК на 1217 пользователей (на 35% в сравнении с 2018 г.)
- Интаграм на 657 пользователей (на 359 % в сравнении с 2018 г. (было 183 подписчика). Количество публикаций сторонними организациями в Интернет увеличилось на 450 (на 433% в сравнении с 2018 г.).



Несмотря на интенсивное медиаосвещение музейных услуг, посетители отмечали, что информации о мероприятиях в местных СМИ не хватает (это радио и телевидение). Ведущим каналом получения информации стал Интернет. Более трети посетителей узнают про музейные мероприятия из социальных сетей, и столько же — с помощью сайта музея. Такой же охват аудитории у «сарафанного радио».

Используется таргетированная реклама в социальных сетях (Таргетинг - один из механизмов маркетинга, который позволяет из всех пользователей в интернете выделить целевую аудиторию по определенным критериям (например, по возрасту, месту проживания, половой принадлежности и на основании этого составлять контекстную рекламу), но на недостаточном уровне, так как метод таргетинга еще необходимо осваивать и необходимы курсы повышения квалификации в этом направлении.

### **Вывод и перспективы развития**

Таким образом, можно сделать вывод (из мониторинговых исследований, по отзывам) о том, что потребители музея склонны высоко оценивать качество традиционных для музея услуг (экспозиции, экскурсии) и дополнительных музейных услуг (музейные мероприятия, сувенирную продукцию), однако, не вполне довольны сервисами в музее (нет кафе, нет навигации, нет подключения к Интернет, не удовлетворяет информирование в музее с помощью информационных киосков, установленных в фойе краеведческого музея и музея «Дом природы», а также не удовлетворяет внутренний вид музея «Дом природы», краеведческого музея и домов декабристов), что выводит на необходимость дальнейшего совершенствования и развития музея в этих, перечисленных направлениях.

Из вышеперечисленного, надо отметить, что многие задачи по улучшению музейной среды и сервиса успешно решались в 2019 году: музейное кафе «Чайная» работает по заявкам, идут организационные работы по реставрации объектов музейного показа - домов декабристов (М.И. М. Апостола и И.Д. Якушкина), разрабатывается программа навигации в залах музеев.

А также, исходя из вышесказанного, необходимо разрабатывать новые музейные продукты или услуги с учетом интересов посетителей; привлекать спонсоров или иными способами увеличивать поступления от приносящей доход деятельности (выходить на грантовую деятельность).

