

**Министерство культуры Омской области  
Омский государственный историко-краеведческий музей  
Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского  
Омский филиал Института археологии и этнографии СО РАН  
Союз краеведов России  
Омский региональный общественный благотворительный фонд  
«Культура Сибири»**

## **ЧЕТВЕРТЫЕ ЯДРИНЦЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ**

**Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции,  
посвященной 100-летию Революции и Гражданской войны в России**

**(Омск, 30–31 октября 2017 г.)**

**Омск  
2017**

ББК 63.3(2)61  
УДК 94+908  
Ч-52

**Организаторы:**

Министерство культуры Омской области  
Омский государственный историко-краеведческий музей  
Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского  
Омский филиал Института археологии и этнографии СО РАН  
Союз краеведов России  
Омский региональный общественный благотворительный фонд  
«Культура Сибири»

**Соорганизаторы:**

Сибирский филиал Российского научно-исследовательского института  
культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачева  
Омская государственная областная научная библиотека им. А. С. Пушкина  
Омское отделение Российского военно-исторического общества

**Редакционная коллегия:**

д.и.н. П. П. Вибе (ответственный редактор), к.и.н. О. В. Блинова,  
д. культурологии Н. М. Генова, к.и.н. Н. В. Елизарова (ответственный секретарь),  
к.и.н. Т. Н. Золотова, О. В. Котовщикова, Т. М. Назарцева,  
д.и.н. В. Г. Рыженко, О. А. Свиридовский, д.и.н. Н. А. Томилов,  
д.и.н. М. К. Чуркин, В. А. Шаркова.

Ч-52 Четвертые Ядринцевские чтения: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 100-летию Революции и Гражданской войны в России (30–31 октября 2017 г.) / Отв. ред. П. П. Вибе. – Омск: ОГИК музей, 2017. – 469 с.

ISBN 978-5-8042-05-56-1

Рекомендовано к печати решением Редакционно-издательского совета Омского государственного историко-краеведческого музея (Протокол №4 от 17.10.2017)

В издание включены тексты докладов и сообщений Всероссийской научно-практической конференции «Четвертые Ядринцевские чтения», посвященной 100-летию Революции и Гражданской войны в России (Омск, 30—31 октября 2017 г.). Материалы сборника посвящены отдельным страницам и значимым событиям истории, связанным с трагическим периодом 1917—1921 гг.; также включены статьи, характеризующие личность Н. М. Ядринцева, выдающегося исследователя и общественного деятеля, 175 лет со дня рождения которого исполняется в текущем году. Статьи сборника представлены в четырех тематических блоках, соответствующих секционному и пленарным выступлениям докладчиков. Сборник может быть полезен историкам, культурологам, специалистам музейного, архивного и библиотечного дела, краеведам и всем, интересующимся историей региона.

© Омский государственный историко-краеведческий музей, 2017

**Левочкина Наталья Алексеевна,**

*кандидат экономических наук, кандидат исторических наук,  
доцент кафедры экономики, менеджмента и маркетинга,  
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского,  
Омский государственный педагогический университет,  
Омск,  
e-mail: lna1970@yandex.ru*

## КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье рассматривается музей как элемент внутренней корпоративной социальной ответственности организации, представлены примеры корпоративных музеев, их основные функции и особенности.

*Ключевые слова: корпоративный музей; корпоративная социальная ответственность; единство корпоративной культуры и политики предприятия.*

**Levochkina Natalia Alekseevna,**

*candidate of economic sciences,  
candidate of historical sciences, associate professor  
of the Department of Economics, management and marketing  
Omsk State University. FM Dostoevsky, Omsk State Pedagogical University,  
Omsk,  
e-mail: lna1970@yandex.ru*

## CORPORATE MUSEUM IN THE SYSTEM OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The article considers the museum as an element of internal corporate social responsibility of the organization, presents examples of corporate museums, their main functions and features.

*Key words: corporate museum, corporate social responsibility, unity of corporate culture and enterprise policy.*

Согласно определению, данному в Международном стандарте Международной организации по стандартизации (ISO) 26000 «Руководство

по социальной ответственности», социальная ответственность – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; введено во всей организации<sup>1</sup>. Для формирования эффективной системы социальной ответственности любой бизнес-структуры как инструмента ее стратегического развития необходимым условием является классификация форм реализации социальной ответственности. Целесообразно выделить формы реализации внутренней социальной ответственности, направленной на работающих в компании сотрудников, и внешней социальной ответственности. При этом одним из направлений реализации внутренней корпоративной социальной ответственности является формирование корпоративной культуры, в том числе через коммуникации корпоративного музея.

Корпоративные музеи (наряду с другими негосударственными структурами, работающими в сфере культуры в различных регионах страны) становятся важными общественными коммуникационными площадками и культурными центрами, выходя за рамки исключительно внутрикорпоративных интересов и целей. Роль музея в формировании организационной культуры компании крайне велика. Это гордость сотрудников и воспитание корпоративных ценностей, это имидж компании и формирование лояльности в потребителях и будущих работниках<sup>2</sup>.

В настоящее время корпоративные музеи России, действуя в новых экономических условиях, приобретают новые функции. Их активная деятельность может оказывать влияние не только на формирование корпоративной культуры предприятия, но и на социально-экономическую обстановку в городах (регионах), где находятся музеи. Активность, уровень оснащенности, направления деятельности, финансирование, кадровая политика отраслевых музеев полностью определяются владельцами и менеджментом соответствующих корпораций. Наиболее эффективной является структура сети корпоративных музеев, которые работают в русле единой корпоративной политики и корпоративной культуры, сохраняя при этом

---

<sup>1</sup> Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ria.ru/disabled\\_know/20140224/996668437.html/](http://ria.ru/disabled_know/20140224/996668437.html/) – (Дата обращения – 27.03.15).

<sup>2</sup> Если ваш проект – корпоративный музей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.museum.ru/N48338/> – (Дата обращения – 27.03.15).

индивидуальность и учитывая все особенности каждого конкретного музея. В таблице 1 представлены некоторые примеры и характеристики современных корпоративных музеев.

Таблица 1

**Корпоративные музеи России (фрагмент таблицы)**

Название музея	Год создания	Место положение	Количество экспонатов	Количество филиалов	Выставочная площадь
Музей ОАО «НК «Роснефть»	2006	г. Москва	1000	9	Фондохранилище 50м <sup>2</sup> Экспозиционно-выставочная 200м <sup>2</sup>
Музей натурной ж/д техники	2004	г. Москва	Более 60 натуральных экспонатов	260 (входит в состав музеев ОАО «РЖД»)	1800 м <sup>2</sup>
Музей ОАО «Татнефть»	2003	г. Альметьевск	-	-	150 кв. м.

Есть два необходимых условия, которые важно учесть в корпоративном музее: уникальность содержания и универсальность. Музей должен быть рассчитан на разные группы посетителей. Проект корпоративного музея должен быть сугубо индивидуален, с эксклюзивным дизайном оборудования и экспонатов, необходимо оснастить его современными средствами представления информации, удобными с точки зрения обновления и пополнения новых сведений из жизни фирмы. На сегодняшний день тенденция к созданию корпоративных музеев присутствует у большинства крупных международных компаний, лидеров в определенных областях производства.

В российских условиях деятельность корпоративных музеев несет важную социокультурную функцию: музеи соединяют воедино огромные

территории и демонстрируют населению возможности профессиональной самореализации на местах. Российские корпоративные музеи, как и аналогичные музеи за рубежом, хранят в своих фондах не просто экспонаты и документы, рассказывающие об истории развития конкретных предприятий. Эти музеи сохраняют свидетельства того, как ход научно-технического прогресса, ход развития научной мысли менял жизнь целых регионов страны. На сегодняшний день корпоративные музеи активно устанавливая связи с различными институтами общественной жизни, расширяя свое пространство, раскрывая и распространяя накопленный культурно-образовательный потенциал. Ключевые понятия для современного корпоративного музея – контакты и партнерство. На корпоративные музеи возлагают большие надежды – они должны стать не просто хранителями документов и мемориальных свидетельств истории компаний, а центрами корпоративной культуры, местами, где бы сходились интересы различных категорий людей: от школьников до сотрудников и ветеранов.