**Muzeji Hrvatskog zagorja**

**Samci 64, Gornja Stubica**

U Gornjoj Stubici, 30.7.2020.

Ur.br. : 01-332/20

**S T R A T E Š K I P L A N**

**MUZEJA HRVATSKOG ZAGORJA**

**2021. – 2023.**



**Muzej krapinskih neandertalaca, Krapina Dvor Veliki Tabor, Desinić**

****

**Muzej seljačkih buna, Gornja Stubica**



**Muzej Staro selo Kumrovec Galerija Antuna Augustinčića, Klanjec**

**SADRŽAJ**

1. PRIPREMA PLANIRANJA………. ……………………………………………….…………… 3

2. DEFINIRANJE MISIJE, VIZIJE I VRIJEDNOSTI………………………………………..……… 8

2.1. Uvodno o kulturnoj ustanovi……………………………………………….………….. 8

2.1.1. Opći podaci ….…………… ………………………………..………………….. 9

2.2. Vizija kulturne ustanove ………………………………………………………………. 12

2.3. Misija kulturne ustanove………………………………………………………………..13

2.4. Vrijednosti kulturne ustanove………………………………………………………….13

3. ANALIZA STANJA / OKRUŽENJA……………………………………………………………..15

3.1. Alati analize stanja / okruženja ………………………………………………………. 15

3.1.1. SWOT analiza ………………………………………………………………………16

3.1.2. Revizija kapaciteta organizacije ……………………………………………… 17

Posjetitelji, stručna vodstva i radionice …………………………………………………. 18

Organizacija izložbi i pratećih događanja …………………………………..………… 19

Odnosi s javnošću……………………………………………………………………...….… 20

Marketinška djelatnost Muzeja……………………………………………………..…….. 20

3.1.3. Analiza dionika …………………………………………………………………. 21

3.1.4. Analiza budućih trendova i mogućnosti razvoja…………………………. 23

4. OPĆI CILJEVI……………………………………………………………………………………25

5. POSEBNI CILJEVI ……………………………………………………………………………… 26

6. NAČINI OSTVARENJA / AKTIVNOSTI ……………………………………………………... 27

7. POKAZATELJI USPJEŠNOSTI ……………………………………………………………… 36

**1. PRIPREMA PLANIRANJA**

Strateški plan Muzeja Hrvatskog zagorja 2021. – 2023. izrađen je na temelju i u skladu s dokumentima više razine, odnosno sa „Strateškim planom Ministarstva kulture 2019. – 2021.“ i „Strategijom razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020. godine“, te se svi definirani strateški ciljevi i aktivnosti Muzeja Hrvatskog zagorja međusobno nadopunjuju s navedenim dokumentima i u pravilu doprinose cjelokupnom kulturnom razvitku Republike Hrvatske, a ne samo Muzeja.

Svrha strateškog planiranja Muzeja je aktivno sudjelovanje i efikasno upravljanje svojim razvojem kroz utvrđivanje postojećeg stanja u kojem se Muzeji nalaze, kritičnih točaka sadašnjeg razvoja te utvrđivanja smjernica i strateških ciljeva daljnjeg razvoja koji su u sinergiji sa ciljevima razvoja, kako na regionalnoj tako i na državnoj razini. Prema tome, Strateški plan Muzeja Hrvatskog zagorja iznimno je važan alat za upravljanje razvojem Ustanove. Njegovi se ciljevi moraju uvažavati prilikom donošenja financijskog plana i programa, kako nalažu i nacionalne smjernice. Strateški plan Muzeja predstavlja ključni ulazni dokument za prijavu i konkuriranje na natječajima prema ministarstvima i projektima EU, temeljem kojeg bi se Ustanovi omogućilo korištenje financijskih sredstva prilikom provedbe odabranih programa i projekata.

Polazni temelj strateškog planiranja Muzeja najprije obuhvaća određivanje misije, vizije i vrijednosti kulturne ustanove, pa zatim općih, a nadalje i posebnih ciljeva. Definiranje navedenih ciljeva temelji se na analizama internog i eksternog okruženja Muzeja. U pripremi strateškog planiranja Muzeja radi se o SWOT i PEST analizi, analizi unutrašnjeg ustroja, analizi dionika te analizi budućih trendova i mogućnosti razvoja. Kroz navedene će se analize spoznati koje su mogućnosti, a koja ograničenja u ostvarivanju postavljenih ciljeva Muzeja.

Identifikacijom vremenskog razdoblja, u ovom slučaju radi se o predviđenom periodu od 2021. do 2023. godine, a pregledom navedenih temelja za odlučivanje i strateško planiranje, možemo utvrditi da postoje tri opća cilja koje je potrebno ostvariti kroz određeni broj specifičnih ciljeva u navedenom razdoblju.

Za strateško planiranje Muzeja Hrvatskog zagorja odgovorna je ravnateljica Muzeja u suradnji s u suradnji s Upravom i voditeljima ustrojbenih jedinica Muzeja Hrvatskog zagorja.

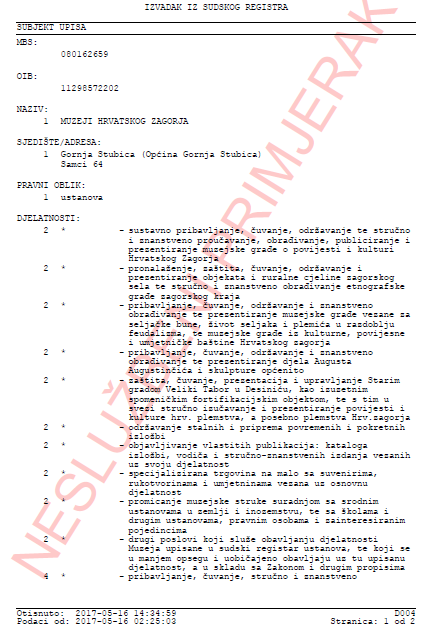
Prilikom izrade Strateškog plana proučeni su i zakonski akti i Statut Muzeja, te je dokument donesen u skladu sa prijedlogom Ministarstva kulture vezanog za osnovne elemente koje treba sadržavati strateški plan u svrhu apliciranja na javni poziv za predlaganje javnih potreba u kulturi Ministarstva kulture (Obrazac za strateški plan kulturne ustanove[[1]](#footnote-1)).

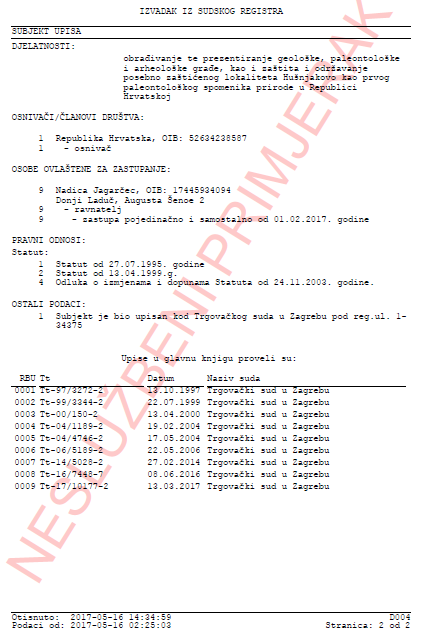
****

**Obavijest o razvrstavanju poslovnog subjekta prema NKD-u**



**Izvadak iz sudskog registra**





**2. DEFINIRANJE MISIJE, VIZIJE I VRIJEDNOSTI**

***2.1. Uvodno o kulturnoj ustanovi***

Muzeji Hrvatskog zagorja su muzejska ustanova ustrojena od pet ustrojbenih jedinica, specijaliziranih muzeja objedinjenih Uredbom Vlade u jednu ustanovu koja je započela s radom 1. 1. 1993.

Muzeji u sastavu Muzeja Hrvatskog zagorja su:

1. Muzej seljačkih buna, Gornja Stubica,
2. Muzej „Staro selo“, Kumrovec,
3. Galerija Antuna Augustinčića, Klanjec,
4. Muzej krapinskih neandertalaca, Krapina
5. Dvor Veliki Tabor, Desinić.

Muzeji Hrvatskog zagorja muzejska su ustanova koja djeluje u području kulture i registrirana je za obavljanje muzejske djelatnosti. Osnivač Muzeja je Republika Hrvatska, a nadzor nad radom provodi Ministarstvo kulture RH. Uvjete i načine obavljanja muzejske djelatnosti uređuje Zakon o muzejima (NN 61/18) i Zakon o ustanovama (NN 127/19, 29/97, 47/99, 35/08). Posebni pravilnici propisuju standarde i uvjete za pojedine poslove i pitanja iz muzejske djelatnosti.

Veliki broj nekretnina u kojim se odvija muzejska djelatnost Muzeja Hrvatskog zagorja su spomenici kulture najviše kategorije. Muzeji posluju u skladu sa Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN 69/99, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14, 98/15) i ostalim podzakonskim aktima koji se odnose na različite vrste baštine u Muzejima Hrvatskog zagorja (materijalnu i nematerijalnu baštinu, arheološku baštinu, nepokretna i pokretna kulturna dobra i sl.).

Republika Hrvatska potpisnica je međunarodnih konvencija i ugovora koje uključuju zaštitu i promicanje raznolikih oblika baštine koje su obvezni provoditi i Muzeji Hrvatskog zagorja.

***2.1.1. Opći podaci***

**Djelatnost Muzeja**

Muzeji obavljaju muzejsku djelatnost sukladno odredbama Zakona o muzejima i drugih propisa, a poglavito sljedeće poslove:

* sustavno sabiranje, nabavku, čuvanje, istraživanje, održavanje, sređivanje i dokumentiranje, te proučavanje, stručno i znanstveno obrađivanje i publiciranje muzejske građe o povijesti i kulturi Hrvatskog zagorja,
* sustavno sabiranje, nabavku, čuvanje, istraživanje, održavanje, sređivanje i dokumentiranje, te proučavanje, stručno i znanstveno obrađivanje i publiciranje muzejske građe vezano uz razdoblje feudalizma te osobito značajne za Dvor Veliki Tabor i njegove vlasnike kao i ostale utvrde i dvorce te njihove vlasnike s područja Hrvatskog zagorja,
* sustavno sabiranje, nabavku, čuvanje, istraživanje, održavanje, sređivanje i dokumentiranje, te proučavanje, stručno i znanstveno obrađivanje i publiciranje te prezentiranje djela Antuna Augustinčića i skulpture općenito,
* sustavno sabiranje, nabavku, čuvanje, istraživanje, održavanje, sređivanje i dokumentiranje, te proučavanje, stručno i znanstveno obrađivanje i publiciranje te prezentiranje geološke, paleontološke i arheološke građe kao i zaštita i održavanje posebno zaštićenog lokaliteta Hušnjakovo kao prvog paleontološkog spomenika prirode u Republici Hrvatskoj,
* sustavno sabiranje, nabavku, čuvanje, istraživanje, održavanje, sređivanje i dokumentiranje, te proučavanje, stručno i znanstveno obrađivanje i publiciranje muzejske građe vezane uz seljačke bune u razdoblju feudalizma te muzejske građe iz kulturne, povijesne i umjetničke baštine Hrvatskog zagorja,
* sustavno sabiranje, nabavku, čuvanje, istraživanje, održavanje, sređivanje i dokumentiranje, te proučavanje, stručno i znanstveno obrađivanje, publiciranje te prezentiranje objekata i ruralne cjeline zagorskog sela te stručno i znanstveno obrađivanje etnografske građe Hrvatskog zagorja,
* konzerviranje, prepariranje i restauriranje spomeničke, muzejske, arheološke i umjetničke građe,
* održavanje stalnih te priprema i realizacija povremenih i pokretnih izložbi,
* promicanje muzejske struke suradnjom sa srodnim ustanovama u zemlji i inozemstvu, sa školama i drugim ustanovama, pravnim ustanovama i zainteresiranim pojedincima,
* arheološki nadzor i prikupljanje arheološke građe s nalazišta,
* objavljivanje vlastitih publikacija: kataloga izložbi, vodiča, stručno-znanstvenih izdanja vezanih uz svoju djelatnost,
* specijalizirana trgovina na malo suvenirima, rukotvorinama i umjetninama vezana uz osnovnu djelatnost.

*Tablica 1. Opći podaci Muzeja Hrvatskog zagorja*

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv** | Muzeji Hrvatskog zagorja |
| **Adresa sjedišta** | Samci 64, 49245 Gornja Stubica |
| **Osnivač** | Republika Hrvatska |
| **Osnovan** | 1992. godine |
| **OIB** | 1129872202 |
| **Telefon** | 049/587-889, 049/587-888, 049/587-887 |
| **Fax** | 049/587-885 |
| **E – mail** | mhz@mhz.hr |
| **Web stranica** | www.mhz.hr |
| **Ravnateljica** | Nadica Jagarčec |

*Izvor: www.mhz.hr*

**Organizacijska struktura**

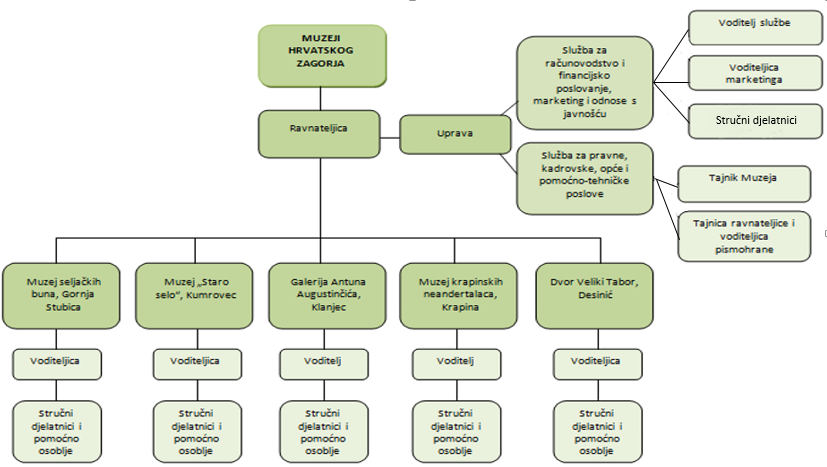
*Slika 1. Organizacijska struktura Muzeja Hrvatskog zagorja*



*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

**Organizacijska shema**

*Slika 2. Organizacijska shema Muzeja Hrvatskog zagorja*



*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

***2.2. Vizija kulturne ustanove***

Vizija predstavlja sliku idealne budućnosti, jasnu predodžbu budućih događaja, kao i dugoročni željeni rezultat unutar kojeg zaposlenici imaju zadatak identificirati i rješavati probleme koji stoje na putu njezina ostvarenja.

***Muzeji Hrvatskog zagorja kao viziju imaju demokratski uređeno društvo u kome će muzeji kontinuirano doprinositi međusobnom razumijevanju i razvoju putem odgovornog korištenja prirodne i kulturne baštine. Odgovornost muzeja u suvremenom društvu proteže se na širu zajednicu, nacionalno i internacionalno okruženje, te posebno doprinosi u rješavanju globalnih pitanja i problema koji postaju i lokalno relevantni.***

Vizija pokazuje jasan smjer kretanja Ustanove i opisuje što Ustanova želi ostvariti, a s obzirom na vremensku identifikaciju odnosi se na dugoročno razdoblje, odnosno na razdoblje od 15 do 20 godina.

Vizija je dovoljno ambiciozna, ali i realna, kako bi djelovala motivirajuće na zaposlenike. Postavljenu viziju rukovodstvo treba približiti zaposlenicima kako bi je u potpunosti razumjeli i slijedili, te na taj način pridonijeli njezinu ostvarenju i djelotvornosti. Uspješna vizija ima značajke realnosti i koherentnosti, kroz koju se jasno utvrđuju glavni strategijski ciljevi i očekivani rezultati strategije.

Vizija je polazna točka i temelj strateškog okvira jer ga oblikuje i omogućava postavljanje sljedećeg pitanja: Hoće li postavljeni opći cilj ili posebni cilj doprinijeti ostvarenju željene slike Ustanove u budućnosti?

Iz uspostavljene vizije proizlazi misija, kao i dugoročni, odnosno strateški ciljevi koji su uspostavljeni na način da bi rezultirali ostvarenjem navedene vizije, odnosno pozicioniranjem Muzeja kao jednog od značajnih muzeja u granicama Republike Hrvatske, ali i međunarodnu prepoznatljivost.

Donošenje vizije može se odrediti kroz jedan glavni cilj koji je usko povezan s definiranjem strateškog usmjerenja, a definiran je kao određivanje u kojem se smjeru Muzej želi razvijati, te s kojim će ciljnim grupama surađivati. Ovdje je bitno uspostavljanje komunikacije s identificiranim interesnim skupinama u radu Muzeja, u ovom se slučaju odnosi na korisnike, osnivača, srodne ustanove i medije te je bitno imati utvrđen način na koji se Muzeji žele postaviti naspram svih njih.

***2.3. Misija kulturne ustanove***

Kako bi misija Muzeja bila opravdana, uspostavljeni su ciljevi koje je potrebno ostvariti i realizirati da bi se postigla uspješnost kroz poslovne procese, a samim time i unaprijedio rad Muzeja.

Sadržaj misije mora podrazumijevati protekli razvoj Muzeja, okolinu u kojoj postoji i djeluje, kao i sredstva kojima raspolaže.

***Poslanje Muzeja Hrvatskog zagorja jest razvoj svih segmenata muzejske djelatnosti na dobrobit društva i okruženja u kome djeluje. Oslanjajući se na ICOM-ovu definiciju muzeja, brigom za kulturnu i prirodnu baštinu Hrvatskoga zagorja Muzeji osiguravaju razmjenu informacija i protok znanja neophodan za razumijevanje čovjeka i društva. Kompleksan ustroj muzeja omogućuje međusobnu razmjenu iskustva, vještina, znanja i ideja i putem tog učenja kroz zajedništvo potiče regionalni, nacionalni i internacionalni održivi razvoj. Isticanjem ključnih vrijednosti i strateških ciljeva, sukladno karakteru svojih zbirki, Muzeji ostvaruju opću viziju i poslanje realizacijom svojih godišnjih i višegodišnjih planova rada.***

***2.4. Vrijednosti kulturne ustanove***

Djelovanje Muzeja odvija se u ustrojbenim jedinicama MHZ-a od kojih je svaka specijalni muzej sa specifičnim obilježjima, ali zajednički definiranom općom politikom i strategijom poslovanja. Programski zadaci oblikuju se unutar svake od jedinica i u zajedno osmišljenim programima. Svaka jedinica MHZ-a je snažna kulturno-turistička destinacija, jedinstvena spomenička lokacija ili nalazište od posebnog državnog značaja.

Kako bi upravljanje bilo što učinkovitije potrebno je težiti odgovornom poslovanju u svakoj ustrojbenoj jedinici i svim segmentima rada Muzeja. Podrazumijeva se aktivnije sudjelovanje što većeg broja stručnog osoblja i svih ostalih zaposlenih u realizaciji programa koje provodi ustanova. Promiče se stjecanje novih znanja zaposlenika te kontinuirano uključivanje pojedinaca i timova u projekte i programe koji povezuju MHZ sa ostalim interesnim grupama važnim za rad u sektoru.

Muzeji kontinuirano rade na poboljšanju muzejske djelatnosti, kao i za dobrobit društva i okruženja u kome djeluju. Kompleksan ustroj Muzeja omogućuje međusobnu razmjenu iskustva, vještina, znanja i ideja u području materijalne i nematerijalne baštine i u povezivanju s drugim sektorima. Isticanjem ključnih vrijednosti i strateških ciljeva, te sukladno karakteru svojih zbirki, Muzeji ostvaruju opću viziju i poslanje realizacijom svojih godišnjih i višegodišnjih planova rada.

**Ključne vrijednosti:**

Muzeji su usmjereni na podizanje kvalitete života stanovnika na području u kome djeluju, na privlačenje posjetitelja te na profesionalno povezivanje i umrežavanje s bliskim sektorima.

Muzeji promiču:

* etički pristup u postupcima nabave, interpretacije i komunikacije muzejske građe,
* kolegijalnost i zajednički rad na općem dobru u području kulture i baštine,
* kreativnost i inovativnost, interkulturalni dijalog i kulturnu raznolikost,
* svijest o vrijednosti nacionalne baštine o kojoj skrbe i osjećaj odgovornosti za kulturnu i prirodnu baštinu,
* razvijanje multidisciplinarne suradnje s ostalim dionicima u sektoru.

U svome radu Muzeji primjenjuju propisane standarde i dobre prakse u struci.

Organizacija poslovanja odvija se u skladu s razvojem nacionalne politike čijem će oblikovanju Muzeji nastojati doprinositi svojim prijedlozima.

Muzej doprinosi i svojim poslovanjem potiče:

* sakupljanje, čuvanje, stvaranje i komuniciranje kulturnog i prirodnog naslijeđa u široj i užoj zajednici na inventivan i kreativan način,
* razvoj profesije i poboljšanje struke, razmjene znanja i međusobne suradnje,
* podizanje obrazovne razine zajednice, čuvanje i širenje posebnih vještina u užoj i široj zajednici koja je sagledana kao integralni dio povećanja sposobnosti stanovništva posebnim programima Muzeja,
* pridonošenje održivom razvoju u skladu s društvenim i kulturnim potrebama povezivanjem Muzeja s ostalim sektorima,
* aktivno sudjelovanje u raspravama o baštini, kulturi, umjetnosti a posebno o radu muzeja i muzejskih stručnjaka,
* institucionalne i izvaninstitucionalne te međunarodne kulturne suradnje.

Muzeji rade na senzibiliziranju javnosti za očuvanjem prirodne i kulturne, materijalne i nematerijalne baštine. Muzeji aktivno doprinose razvoju Republike Hrvatske, s naglaskom na gospodarsko korištenje baštine, kao i na održivi razvoj koji podrazumijeva kulturu kao dinamični pokretač gospodarstva koji istovremeno ne narušava prirodni, društveni i kulturni identitet zemlje i regije u kojoj muzeji posluju.

Muzeji su i važan element kulturne i turističke ponude Republike Hrvatske, budući da je bogatstvo kulturne i prirodne baštine jedan od glavnih razloga dolaska turista na određene destinacije. Sukladno tome Muzeji razvijaju zajedničke programe i projekte s turističkim sektorom vezano na nacionalne strateške dokumente, poput Strategije kulturnog turizma.

**3. ANALIZA STANJA/OKRUŽENJA**

Analizom stanja/okruženja provedene su aktivnosti za analizu postojećeg stanja u kojem se Ustanova nalazi. Pod navedenim se podrazumijeva prikupljanje informacija o sadašnjem stanju i poziciji Muzeja u namjeri da te informacije posluže kao oslonac za donošenje odluka o tome koje će mjere poduzeti i u kojem smjeru Muzeji trebaju djelovati.

Budući da je okruženje uglavnom turbulentno, kompleksno i sklono promjenama, analiza stanja je vrlo značajna. Analiza stanja podrazumijeva razumijevanje konteksta i okoline, predviđanje budućih trendova u okruženju, kao i procjenu kapaciteta Ustanove za ostvarivanje postavljenih ciljeva. Također omogućava izbjegavanje kriznih situacija te pripremljenost u neizvjesnim situacijama i spremniji odgovor na promjene u vanjskom okružju.

***3.1. Alati analize stanja/okruženja***

Za analizu stanja na raspolaganju imamo razne alate, odnosno analize, a na temelju njih, kao i postojeće misije i vizije, ustanova Muzeji Hrvatskog zagorja definira tri opća cilja, kao i određeni broj posebnih ciljeva čijom će realizacijom u narednom razdoblju od tri godine pridonijeti ostvarenju postavljene vizije, te se približiti željenom stanju u budućnosti, odnosno pridonijeti ukupnom razvoju i unaprjeđenju djelatnosti Muzeja.

***3.1.1. SWOT analiza***

*Tablica 2. SWOT analiza*

|  |  |
| --- | --- |
| **SNAGE** | **SLABOSTI** |
| * Ljudski potencijal – znanje, motiviranost i volja zaposlenika, raznovrsnost kompetencija, kompetitivnost * Prepoznatljivost destinacija – zahvaljujući brojnim studijama, analizama i priznanjima, MHZ lokacije ocijenjene kao značajne atrakcije u RH * Velika vrijednost u spomenicima – većina spomenika je u dobrom stanju i dostupna za razgled * Atraktivni sadržaji za korisnike * Veliki broj registriranih zbirki * Raznovrsnost programa * Efikasna i fleksibilna organizacija poslovanja * Dobar poslovni imidž i suradnja s brojnim udrugama, ustanovama i pojedincima * Dobra međunarodna reputacija i umreženost * Povezanost s lokalnom sredinom | * Visoki troškovi održavanja i veliki broj nekretnina dislociranih na makro i mikro razini, neopremljenost pojedinih prostora * Nedostatak kadrova i financijskih sredstava za poslovanje sukladno standardima * Nedostatak pojedinih specifičnih kompetencija * Nedovoljno resursa za istraživački i terenski rad u pojedinim UJ * Nedostatak originalnih predmeta u pojedinim zbirkama vezanih uz temu stalnog postava * Veliki broj zaposlenika dolazi na posao izvan regije * Geografska razdvojenost UJ * Odvijanje redovne i programske djelatnosti MHZ ovisi velikim dijelom o vlastitim sredstvima |
| **PRILIKE** | **PRIJETNJE** |
| * Stvaranje sinergija s drugim sektorima – turizam, kulturne industrije, obrtništvo i dr. * Povoljan položaj - blizina glavnog grada * Mogućnost plasmana destinacija na inozemnom tržištu * Otvorenost prema novim tehnologijama * Dobre mogućnosti za sudjelovanje u međunarodnim projektima * Rad u međunarodnim organizacijama i mrežama – otvara nove mogućnosti * Mogućnost razvoja novih tržišnih niša | * Povećanje administracije i obima poslova koji nisu direktno vezani uz djelatnost – neselektivna primjena modela planiranja i poslovanja u kreativnom sektoru * Utjecaj nepovoljnih demografskih kretanja * Neefikasnost i neprovedivost znatnog dijela zakonske regulative, podizanje troškova poslovanja zbog primjene određenih propisa * Rast svih troškova poslovanja, posebno režijskih troškova obzirom na broj nekretnina te visoki troškovi održavanja multimedijalnih sustava * Nemogućnost novog zapošljavanja * Nemogućnost promidžbe na ključnim tržištima * Usmjerenost autoriteta na veća gradska središta * Nemogućnost adekvatnog nagrađivanja dobrih zaposlenika * Utjecaj pandemije, utjecaj potresa |

*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

***3.1.2. Revizija kapaciteta organizacije***

Unutarnje ustrojstvo po radnim mjestima i položaju, te brojem izvršitelja i potrebnim brojem izvršitelja prikazano je idućom tablicom.

*Tablica 3. Unutarnje ustrojstvo Muzeja Hrvatskog zagorja*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Naziv radnog mjesta** | | **Popunjen broj izvršitelja** | **Sistematiziran broj izvršitelja** |
| **1.** | **Ravnateljica** | **1** | **1** |
| **2.** | **Kustos, viši kustos, muzejski savjetnik** |  | **12** |
|  | - kustos/kustosica | 4 |  |
|  | - viši kustos/kustosica | 4 |  |
|  | - muzejski savjetnik/savjetnica | 2 |  |
| **3.** | **Muzejski pedagog, viši muzejski pedagog, muzejski pedagog savjetnik** |  | **6** |
|  | - muzejski pedagog/muzejska pedagoginja | 2 |  |
|  | - viši muzejski pedagog/viša muzejska pedagoginja | 1 |  |
|  | - muzejski pedagog savjetnik/muzejska pedagoginja savjetnica |  |  |
| **4.** | **Dokumentarist, viši dokumentarist, dokumentarist savjetnik** | **0** | **1** |
|  | - dokumentarist/dokumentaristica |  |  |
|  | - viši dokumentarist/dokumentaristica |  |  |
|  | - dokumentarist savjetnik/savjetnica |  |  |
| **5.** | **Knjižničar, viši knjižničar, knjižničarski savjetnik** | **0** | **1** |
|  | - knjižničar/knjižničarka |  |  |
|  | - viši knjižničar/viša knjižničarka |  |  |
|  | - knjižničarski savjetnik/knjižničarska savjetnica |  |  |
| **6.** | **Restaurator, viši restaurator, restaurator savjetnik** | **0** | **1** |
|  | - restaurator/ica |  |  |
|  | - viši restaurator/ica |  |  |
|  | - restaurator/ica savjetnik |  |  |
| **7.** | **Informatičar, viši informatičar, informatičar savjetnik** | **0** | **1** |
|  | - informatičar |  |  |
|  | - viši informatičar/viša informatičarka |  |  |
|  | - informatičar savjetnik/informatičarka savjetnica |  |  |
| **8.** | **Muzejski tehničar, viši muzejski tehničar** |  | **10** |
|  | - muzejski tehničar/muzejska tehničarka | 4 |  |
|  | - viši muzejski tehničar/viša muzejska tehničarka | 2 |  |
| **9.** | **Preparator, viši preparator** |  | **6** |
|  | - preparator/preparatorica | 2 |  |
|  | - viši preparator/viša preparatorica | 3 |  |
| **10.** | **Fotograf, viši fotograf** | **0** | **1** |
|  | - fotograf/fotografkinja |  |  |
|  | - viši fotograf/viša fotografkinja |  |  |
| **11.** | **Vodič/ička** | **1** | **10** |
| **12.** | **Niži preparator/ica** | **1** | **2** |
| **13.** | **Voditelj/ica održavanja** | **0** | **1** |
| **14.** | **Domar/domarica** | **1** | **3** |
| **15.** | **Vrtlar/vrtlarica – zaštitar/arka – ložač centralnog grijanja/ložačica centralnog grijanja** | **8** | **10** |
| **16.** | **Čistač/ica** | **5** | **8** |
| **17.** | **Tajnik/tajnica** | **1** | **1** |
| **18.** | **Voditelj/ica računovodstveno financijskog odjela** | **1** | **1** |
| **19.** | **Viši računovodstveno financijski referent /viša računovodstveno financijska referentica** | **2** | **2** |
| **20.** | **Računovodstveno financijski referent /računovodstveno financijska referentica** | **1** | **2** |
| **21.** | **Prodavač/ica–administrator/ka – blagajnik/ica** | **5** | **10** |
| **22.** | **Voditelj/ica marketinga** | **1** | **1** |
| **SVEUKUPNO** | | **52** | **91** |
| **Naziv položaja** | | **Broj izvršitelja** | **Sistematiziran broj izvršitelja** |
| **1.** | **Voditelj/ica ustrojbene jedinice** | **5** | **5** |

*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

**Posjetitelji, stručna vodstva i radionice**

Tijekom godina Muzeji bilježe kontinuirani rast posjeta. U 2019. godini Muzeje je posjetilo 202.800 posjetitelja što je za 9,80% više u odnosu na prethodnu godinu. Osim rasta broja posjeta, vidljiv je i rast broja stručnih vodstava, kao i povećanje broja sudionika radionica.

*Tablica 5. Broj posjetitelja Muzeja Hrvatskog zagorja za 2018. i 2019. godinu*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Vodstva | | Radionice  (broj sudionika) | | Ukupan broj posjetitelja | |
| 2018. | 2019. | 2018. | 2019. | 2018. | 2019. |
| ***Muzej krapinskih neandertalaca*** | 1393 | 1441 | 1675 | 2186 | 81208 | 86462 |
| ***Dvor Veliki Tabor*** | 260 | 261 | 1874 | 1898 | 24308 | 28268 |
| ***Galerija Antuna Augustinčića*** | 710 | 729 | 1907 | 2500 | 14780 | 14129 |
| ***Muzej seljačkih buna*** | 201 | 298 | 747 | 794 | 12723 | 16699 |
| ***Muzej "Staro selo"*** | 402 | 422 | 1005 | 1346 | 51587 | 57242 |
| ***MHZ Sveukupno*** | **2966** | **3151** | **7208** | **8724** | **184606** | **202800** |

*Izvor: Evidencija broja posjetitelja u Muzejima Hrvatskog zagorja tijekom 20*

Muzeji Hrvatskog zagorja organiziraju stručna vodstva kroz stalne postave i izložbe. U 2019. godini provedeno je 3151 vodstava, a najviše vodstava odrađeno je u Muzeju krapinskih neandertalaca, njih sveukupno 1441. U odnosu na prethodnu godinu Muzeji bilježe 6,13% više odrađenih vodstava.

Muzeji Hrvatskog zagorja provode čitav niz edukativnih programa prema godišnjem kalendaru. Prioriteti su programi koji se već godinama odvijaju u pojedinim ustrojbenim jedinicama i za koje postoji interes publike. Tako je 2019. godine bilo 8724 sudionika muzejsko-edukativnih radionica što je 21,03 % više sudionika u odnosu na prethodnu godinu.

**Organizacija izložbi i pratećih događanja**

U 2019. godini Muzeji su održali 24 izložbe, što je 4,3% više organiziranih izložbi u odnosu na prethodnu godinu. Muzeji Hrvatskog zagorja prijavljuju izložbe u svakoj od ustrojbenih jedinica sukladno godišnjem operativnom planu, a konačan izbor programa radi nadležno vijeće Ministarstva kulture. Muzeji Hrvatskog zagorja imaju razgranatu izdavačku aktivnost, a izdanja najčešće prate izložbene i edukativne programe te događanja. Za sve izložbene projekte Muzeji planiraju tisak kataloga/deplijana, pozivnica i plakata (2019. godine Muzeji su izdali 21 različitu tiskovinu). Svake godine u Muzejima se održavaju i stručna predavanja vanjskih suradnika i djelatnika Muzeja. Muzeji su također uključeni i u razne promotivne aktivnosti organiziranjem i sudjelovanjem na manifestacijama, kongresima i sl., kao i održavanjem koncerata i priredbi.

*Tablica 4. Aktivnosti Muzeja Hrvatskog zagorja 2018. i 2019. godine*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Broj održanih događanja*** | | | | | | | | | | |
|  | **Izložbe** | | **Izdane tiskovine** | | **Predavanja** | | **Koncerti i priredbe** | | **Promocije i prezentacije** | |
| 2018. | 2019. | 2018. | 2019. | 2018. | 2019. | 2018. | 2019. | 2018. | 2019. |
| ***Muzej krapin-skih neand-ertalaca*** | 6 | 6 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 6 | 5 |
| ***Dvor Veliki Tabor*** | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 6 | 15 | 13 | 5 | 4 |
| ***Galerija Antuna August-inčića*** | 4 | 5 | 5 | 7 | - | - | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ***Muzej seljač-kih buna*** | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | - | 8 | 10 | 4 | 5 |
| ***Muzej "Staro selo"*** | 5 | 5 | 4 | 4 | - | - | 6 | 5 | 8 | 3 |
| ***MHZ sveuk-upno*** | **23** | **24** | **18** | **21** | **7** | **10** | **33** | **32** | **26** | **21** |

*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja – Godišnje izvješće o radu za 2018. i 2019. godinu*

**Odnosi s javnošću**

O izložbama, promocijama, događanjima, predstavljanjima publikacija, edukativnoj i marketinškoj djelatnosti Muzeja Hrvatskog zagorja izvještavano je elektronski, u tiskovnim medijima, te na web portalima.

Muzeji Hrvatskog zagorja koriste redovite godišnje usluge press clippinga te kvantitativno i kvalitativno analiziraju prisutnost ustanove te pojedinih ustrojbenih jedinica i programa u medijima

U 2018. i 2019. godini Muzeji Hrvatskog zagorja bilježe brojne objave u medijima (više od 2.700 0bjava), a najveći broj objava posvećen je Dvoru Veliki Tabor, Muzeju krapinskih neandertalaca i Muzeju seljačkih buna.

Stručni djelatnici Muzeja Hrvatskog zagorja redovito sudjeluju u radijskim i TV emisijama radi promoviranja izložbi, pojedinih stručnih tema, projekata odnosno najava kulturnih manifestacija na našim lokacijama.

**Marketinška djelatnost Muzeja**

Odjel marketinga ustrojen je u Muzejima Hrvatskog zagorja kao dio Službe za financije, a za provedbu aktivnosti zadužena je voditeljica marketinga koja koordinira poslovanje s voditeljima ustrojbenih jedinica i uredom ravnateljice.

Osnovni elementi rada marketinškog odjela su promidžba, priprema paketa za sponzorstva i donacije, komuniciranje s javnošću putem medija, web-a te putem internet marketinga, organizacija marketinških akcija, organizacija manifestacija, koje za krajnji cilj imaju prepoznatljiv proizvod ili edukativne i interaktivne programe koji su namijenjeni djeci i odraslima, a u konačnici rezultiraju većim posjetom turista iz tuzemstva i inozemstva, te prepoznatljivošću Muzeja Hrvatskog zagorja u regiji.

Marketinška djelatnost prati muzejsku djelatnost kroz promotivne aktivnosti događanja, izložbi, te pratećih manifestacija.

Marketinške aktivnosti odvijale su se na realizaciji Plana marketinga i plana aktivnosti, te na realizaciji marketinga izložbi, događanja i projekata, a najvećim dijelom u 2019. na organizaciji događanja:

* Noć muzeja,
* Viteški turnir,
* Ljeto u dvorcu Oršić
* Legend fest u Velikom Taboru,
* Ljetna geološka škola
* Zagorska svadba,
* Advent u Muzejima Hrvatskog zagorja.

Planiraju se predstavljanja Muzeja u suradnji s turističkim uredima u inozemstvu (Slovenija, Austrija, Bosna i Hercegovina). Navedene akcije u proteklim godinama donijele su znatno povećanje udjela stranih posjetitelja u ukupnom broju posjetitelja.

Redovito se prati promocija Muzeja na Danima hrvatskog turizma, dodjela nagrada i priznanja za uspješan rad, djelovanje u UHPA-i i koordinacija programa s turističkim agencijama.

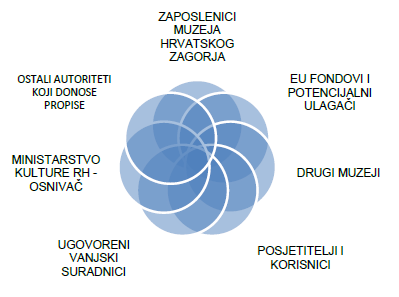
***3.1.3. Analiza dionika***

Muzeji Hrvatskog zagorja imaju primarne i sekundarne dionike. Primarni dionici su:

* Ministarstvo kulture kao osnivač i glavni autoritet,
* zaposlenici Muzeja Hrvatskog zagorja,
* muzeji i druge ustanove u kulturi koje utječu na rad sektora,
* EU fondovi i potencijalni ulagači,
* vanjski suradnici s kojima Muzeji imaju ugovore,
* korisnici i posjetitelji,
* ostali autoriteti koji donose propise.

Autoriteti su važni primarni dionici odnosno interesna skupina koja donosi ključne propise, osigurava financijsku potporu i nadzire zakonitost poslovanja. Nužno je inzistiranje na objektivnim kriterijima, utvrđenim standardima i transparentnim pokazateljima. Ministarstvo kulture je kao osnivač osnovni autoritet Muzejima Hrvatskog zagorja.

*Slika 3. Primarni dionici Muzeja Hrvatskog zagorja*



*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

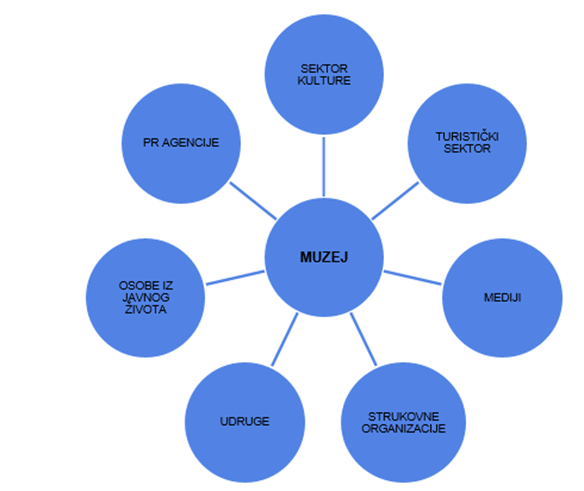
Sekundarni dionici su:

* Krapinsko-zagorska županija i ostale jedinice lokalne uprave i samouprave,
* znanstvene ustanove,
* druga ministarstva i agencije,
* udruge civilnog društva,
* mediji i oni koji oblikuju javno mišljenje,
* konkurencija.

Za oblikovanje javnog mišljenja i stvaranja pozitivne slike Muzeja važni su dionici koji često komuniciraju s javnošću ili su prisutni u medijima:

* sektor kulture,
* turistički sektor,
* zaposlenici u medijima,
* strukovne organizacije,
* strukovne udruge,
* osobe iz javnog života,
* PR agencije.

*Slika 4. Sekundarni dionici Muzeja Hrvatskog zagorja*



*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

Muzeji Hrvatskog zagorja su primarni dionici u razvoju destinacija u kojima se nalaze budući da broj posjetitelja koji dolaze u muzeje nekoliko puta premašuje broj stanovnika. U nekim mjestima muzej je i jedina ustanova u kulturi što joj daje dodatnu važnost za lokalnu zajednicu jer se na muzej oslanja i lokalni turizam i gospodarstvo, zabavni i kulturni život mjesta i slično.

U širem okruženju postoje muzeji i druge snažne kulturno-turističke atrakcije koje mogu utjecati na broj posjetitelja. Muzeji Hrvatskog zagorja s njima razvijaju prijateljske odnose suradnje i razmjene iskustava te se u tom dijelu ne očekuju veći rizici.

***3.1.4. Analiza budućih trendova i mogućnosti razvoja***

Pored usklađivanja svih potrebnih akata Muzeja s novim potrebama i smjernicama struke planira se pojačati provedba istih u svakodnevnom radu.

Svrha unošenja poboljšanja:

* poticanje učinkovitijeg načina poslovanja,
* redovito praćenje suvremenih dostignuća struke i njihovo uvođenje u vlastito poslovanje,
* poticanje redovite evidencije o radnim učincima, te procjene i samoprocjene rezultata rada,
* vrednovanje stvarnih rezultata rada, te poticanje inovativnih pristupa kako bi se različiti potencijali i interesi zaposlenika najbolje iskoristili,
* uvođenje raznih oblika poticanja i motiviranja zaposlenika,
* poticanje dostupnosti znanja pohranjenog u Muzeju i prijenos istoga korisnicima Muzeja,
* poticanje cjeloživotnog obrazovanja i edukacije muzejskog osoblja kako bi se na zadovoljavajući način pratile inovacije u radu.

Planira se uključivanje Muzeja u nova partnerstva koja će za realizaciju projekata koristiti sredstva iz strukturnih fondova, te programa EU.

Planiraju se snažnije marketinške aktivnosti, te poslovi na stvaranju i promicanju identiteta Muzeja, njegove vizualne i medijske prepoznatljivosti. U sklopu toga radi se na poboljšanju web stranica i aktivnijem predstavljanju na Internetu. Nastavlja se suradnja s turističkim sektorom u programima zajedničkog oglašavanja i promocije na sajmovima, te uspostava bolje suradnje s inozemnim i domaćim turističkim agencijama.

**4. OPĆI CILJEVI**

Opći ciljevi su izjave o tome što Ustanova namjerava postići u iduće tri godine, odnosno određuju jasan smjer kretanja i djelovanja kako bi, postižući svaki od njih, ostvario svoju viziju i misiju. Dobro postavljeni opći ciljevi:

* ukazuju na jasan smjer kretanja i djelovanja Ustanove,
* istovremeno su ambiciozni i realni,
* usredotočeni su na rezultate.

*Slika 5. Strateški ciljevi razvoja Muzeja Hrvatskog zagorja*

***Muzeji Hrvatskog zagorja kao viziju imaju demokratski uređeno društvo u kome će muzeji kontinuirano doprinositi međusobnom razumijevanju i razvoju putem odgovornog korištenja prirodne i kulturne baštine. Odgovornost muzeja u suvremenom društvu proteže se na širu zajednicu, nacionalno i internacionalno okruženje, te posebno doprinosi u rješavanju globalnih pitanja i problema koji postaju i lokalno relevantni.***

**Opći cilj 1**

*Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu*

**Opći cilj 2**

*Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe*

*građe*

**Opći cilj 3**

*Podizanje razine kvalitete muzejske infrastrukture i uvjeta rada*

*Izvor: Muzeji Hrvatskog zagorja*

**5. POSEBNI CILJEVI**

Na temelju postavljenih općih ciljeva, proizlaze posebni ciljevi koji ukazuju na prioritete prilikom alokacije resursa. Posebni ciljevi predstavljaju očekivane rezultate, odnosno željene promjene koje su posljedica niza specifičnih aktivnosti usmjerenih postizanju općih ciljeva. Kao prvi korak konkretizacije i ostvarenja vizije predložena su 3 opća cilja.

Strateški ciljevi razvoja Muzeja su konzistentan i sažet opis namjeravanih ishoda razvoja, jasno izraženih i mjerljivih, a vremenski su povezani s razdobljem trajanja Strateškog plana. Kvaliteta strateških ciljeva ovisi o tome koliko oni odražavaju trendove i procese u Muzejima. Strateški ciljevi doprinose ostvarenju vizije, a temelje se na prethodno provedenim analizama.

*Slika 6. Definirani posebni ciljevi za ostvarenje strateških ciljeva Muzeja Hrvatskog zagorja*

1.1. Unapređenje komunikacije s korisnicima

*1. Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu*

1.2. Razvoj međumuzejske suradnje

1.3. Razvoj međunarodne suradnje

1.4. Promidžba muzeja

2.1. Obogaćivanje fundusa (akvizicije)

2.2. Podizanje standarda čuvanja

*2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe*

2.3. Obrada zbirki

2.4. Izrada novih stalnih postava

2.5. Muzejsko-edukativni programi

2.6. Digitalizacija

3.1. Podizanje standarda objekata MHZ kroz investicijsko ulaganje, programe zaštite i očuvanja baštine i dobara

*3. Podizanje razine kvalitete muzejske infrastrukture i uvjeta rada*

3.2. Informatizacija muzeja

3.3. Unapređenje kompetencija zaposlenika

**6. NAČINI OSTVARENJA/AKTIVNOSTI**

**Opći cilj 1. Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu**

**Posebni cilj 1.1. Unapređenje komunikacije s korisnicima**

Muzeji Hrvatskog zagorja provode čitav niz edukativnih programa prema godišnjem kalendaru. Prioriteti su programi koji se već godinama tradicionalno odvijaju u pojedinim ustrojbenim jedinicama i za koje postoji interes publike. Planiraju se i novi inovativni, interaktivni edukativni programi (za djecu i za odrasle).

Odjel marketinga vodi press-clipping za čitavu ustanovu i zadužen je za praćenje medijskih analiza, oblikovanje obavijesti za medije te kontinuirano slanje informacija o radu muzeja medijima. Odjel marketinga vodi adresar uzvanika za događanja i izložbe, te komunicira s donatorima i sponzorima i priprema sponzorske pakete. Ciljanim alatima i akcijama odjel marketinga podiže svijest u javnosti o djelovanju Muzeja Hrvatskog zagorja čime se javnosti osigurava transparentan uvid u poslovanje i rad Muzeja. Učinkovito se promiču posebnosti i odlični rezultati rada Muzeja.

Muzeji Hrvatskog zagorja aktivno organiziraju i sudjeluju u realizaciji brojnih manifestacija u svim muzejima kroz cijelu godinu (Trikraljski zvezdari, Noć muzeja, Uskrsni ponedjeljak u Velikom Taboru, Ophodi Jure zelenog, Obilježavanje Međunarodnog dana mira, Ljeto u dvorcu Oršić, Tabor film festival, Dani jabuka u Dvoru Veliki Tabor, Ljeto u Krapini, Dan mladosti-radosti, Ina Rally Kumrovec, Zagorska svadba, Subota u etno-selu, Čez korizmu do Vuzma, Adventski sajam u dvorcu Oršić, Božićna priča u Muzeju Staro selo Kumrovec, Advent u Dvoru Veliki Tabor, prezentacije tradicijskih obrta u Muzeju Staro selo Kumrovec, obilježavanje Dana europske baštine, koncerti i kazališne predstave i sl.). I nadalje se planira organizirati cjelogodišnji kalendar događanja u našim muzejima što značajno pridonosi boljoj vidljivosti naših muzeja.

**Posebni cilj 1.2. Razvoj međumuzejske suradnje**

Muzeji Hrvatskog zagorja planiraju i nadalje ostvarivati suradnju s brojnim muzejima i drugim srodnim ustanovama (HAZU, fakulteti, instituti, knjižnice, arhivi, Matica hrvatska, ostale javne ustanove, škole itd.) u vidu izložbi, edukativnih projekata i promocija.

**Posebni cilj 1.3. Razvoj međunarodne suradnje**

Planira se okončanje realizacije Eu projekta Living castles /Mreža živih dvoraca kao oblik održivog turizma za očuvanje i promicanje kulturnog nasljeđa/ u kojem sudjeluju Dvor Veliki Tabor i Muzej seljačkih buna zajedno sa partnerima iz Hrvatske i Slovenije.

Planira se suradnja unutar udruge Cesta gradova (Schloesserstrasse, Castle road) koja djeluje već 40 godina u Austriji, nakon što su se 2018. godine pridružili slovenski gradovi, 2019. udruzi se priključuju i 4 dvorca sjeverne Hrvatske: Stari grad Varaždin, Stari grad Čakovec, Dvor Veliki Tabor, dvorac Oršić.

U svrhu intenziviranja i ostvarivanja međunarodne suradnje planira se suradnja posebno u okviru mreže ICOM-a, Europskog muzejskog foruma, mreže Ice Age Europe, eCultvalue u okviru Support Action programa Europske komisije.

Muzej seljačkih buna planira sudjelovanje u Histori festu u Bosni i Hercegovini.

Planira se realizacija izložbe u suradnji s Ministarstvom vanjskih i europskih poslova RH, kojom bi se Galerija i Antun Augustinčić 2022. godine predstavili u New Yorku, vezano uz Augustinčićev Spomenik Mir, postavljen pred sjedištem Ujedinjenih naroda 1954., obilježavajući 30. obljetnicu primanja RH u UN (1992. – 2022.).

**Posebni cilj 1.4. Promidžba muzeja**

Planiraju se aktivnosti koje će rezultirati povećanjem prisutnosti Muzeja na portalima i društvenim mrežama i poticanjem programa interakcije s korisnicima.

Planira se zajednička promotivna kampanja s HTZ i TZ KZŽ : najave manifestacija MHZ-a kroz plakatiranje, oglašavanje u tiskovinama: Vikend van Zagreba, nastupi na turističkim sajmovima u Sloveniji, Srbiji i Bosni i Hercegovini, Austriji, Mađarskoj.

**Opći cilj 2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe**

**Posebni cilj 2.1. Obogaćivanje fundusa (akvizicije)**

Muzeji Hrvatskog zagorja prikupljaju građu otkupima, donacijama i terenskim istraživanjima. Sredstva za otkupe osiguravaju se od strane osnivača i iz vlastitih sredstava. Otkup građe planira se sukladno politici otkupa svake ustrojbene jedinice. Planira se revizija plana otkupa od strane voditelja ustrojbenih jedinica. Prioritet su otkupi za stalne postave te za izložbene projekte muzeja.

**Posebni cilj 2.2. Podizanje standarda čuvanja**

Zaštita fondova planira se provoditi kroz restauratorske i preparatorske zahvate na muzejskoj građi u svim ustrojbenim jedinicama. Nastavak preventivne zaštite i redovitog mjerenja mikroklimatskih uvjeta u prostorima planira se u svim jedinicama. Voditelji prema dobivenim shemama redovito će i nadalje održavati sastanke s djelatnicima, dopunjavati prioritete u spašavanju građe i pregledavati prostor.

Planira se nabaviti potrebnu zaštitnu opremu za čuvanje muzejske građe.

Kameni ostaci utvrde Samci otkriveni su 2011. godine, a 2016. godine nastavljeno je daljnje arheološko istraživanje otkrivenih zidova. Istraživanja su do sada u potpunosti otkrila temelje sačuvane ranije arhitekture uz zanimljive pokretne nalaze koji uglavnom dokumentiraju život u vrijeme baroka. Ostaci kamenih zidova planiraju se konzervirati i u vidu manjeg arheološkog parka prezentirati posjetiteljima Muzeja seljačkih buna.

U cilju preventivne zaštite, nastavilo bi se kontinuirano lijevanje Augustinčićevih gipsanih skulptura u broncu.

**Posebni cilj 2.3. Obrada zbirki**

Nastavlja se rad na inventarizaciji i katalogizaciji muzejske građe.

**Posebni cilj 2.4. Izrada novih stalnih postava**

Planiraju se radovi na izvedbi stalnog postava Dvora Veliki Tabor ( u fazama, sukladno raspoloživim sredstvima) odnosno na dopuni stalnog postava u Muzeju Staro selo Kumrovec (Seosko domaćinstvo s kraja 20. stoljeća, promjene u načinu života seoskog stanovništva prihvaćanjem utjecaja iz gradskih sredina- objekt obitelji Ćutić).

**Posebni cilj 2.5. Muzejsko – edukativni programi**

Organizacija izložbi

Muzeji Hrvatskog zagorja prijavljuju izložbe u svakoj od ustrojbenih jedinica sukladno

godišnjem operativnom planu. Dio programa realiziraju vlastitim sredstvima. U sufinanciranju programa lokalna uprava i samouprava sudjeluje sa simboličnim iznosima.

Dvor Veliki Tabor planira svake godine organizirati po jednu izložbu iz vlastitog fundusa (kulturno-povijesnu i etnografsku ili arheološku) te jednu gostujuću.

Izložbenom politikom Galerije Antuna Augustinčića u nastupajućem razdoblju nastavit će se provoditi godišnji kalendar izložbi: izložba uz Noć muzeja, proljetna izložba (predstavljanje značajnog hrvatskog kipara), izložba uz Mir za mir, jesenska izložba mladih kipara u suradnji s ALU.

Muzej krapinskih neandertalaca planira svake godine pripremiti po jednu autorsku izložbu i gostujuće izložbe.

Muzej seljačkih buna planira organizirati svake godine po dvije veće izložbe. Povodom manifestacije Susreti za Rudija svake će se godine organizirati prigodna izložba u suradnji s lokalnom zajednicom (Općinom Gornja Stubica) i dionicima civilnog sektora (Maketarsko-modelarski savez). Planira se postavljanje fotografske izložbe u suradnji s udrugom Foto klub Zagi, Stub klub te općinom Gornja Stubica (jednom godišnje). Nastavak suradnje s Knjižnicama Grada Zagreba, Knjižnicom Vjekoslava Majera. Planira se postavljanje po jedne manje izložbe za Noć muzeja.

Muzej "Staro selo" Kumrovec planira u razdoblju 2021. - 2022. organizirati svake godine po dvije veće izložbe, jednu u proljetnom terminu, a jednu u jesenskom. Izložbama bismo predstavili muzejsku građu Muzeja "Staro selo" Kumrovec.

Edukativna djelatnost

Muzeji Hrvatskog zagorja provode čitav niz edukativnih programa u svim ustrojbenim jedinicama. Prioritet su programi koji se već godinama odvijaju u pojedinim ustrojbenim jedinicama i za koje postoji interes publike.

Pored vodstava domaćih i stranih posjetitelja kroz muzej, edukativna djelatnost se ostvaruje i kroz predavanja, prezentacije, radionice. Radionicama se pomoću originalne muzejske građe i njenih reprodukcija posjetiteljima na interaktivan način predstavljaju raznovrsne teme. Ovakvim pristupom naglašava se komunikacijska i edukativna uloga muzeja te se jača svijest o važnosti očuvanja baštine.

Sve ustrojbene jedinice MHZ-a sudjelovat će kao i dosadašnjih godina u tradicionalnoj muzejsko-edukativnoj akciji Sekcije za muzejsku pedagogiju i kulturnu akciju Hrvatskog muzejskog društva, povodom Međunarodnog dana muzeja.

Planira se održavanje postojećih zimskih radionica u Dvoru Veliki Tabor i u Muzeju krapinskih neandertalaca, uskrsnih radionica u Muzeju Staro selo Kumrovec i Dvoru Veliki Tabor, ljetnih radionica u Muzeju krapinskih neandertalaca (Ljetna geološka škola), Dvoru Veliki Tabor (Taborgradska ljetna škola), u Muzeju seljačkih buna (Muzej prije škole, škola prije muzeja), adventskih radionica u Dvoru Veliki Tabor, MSB, MSS.

Planira se i dalje održavanje postojećih radionica kojima se promovira nematerijalna baština – legenda o Veroniki Desinićkoj (legenda o Vili Meluzini, legenda o Crnoj kraljici). Pored radionica u planu je i održavanje postojećih lutkarskih predstava s temom spomenutih legendi).

U Muzeju Staro selo Kumrovec planira se i nadalje održavanje tematskih edukativnih radionica prema interesu posjetitelja kao i prezentacijskih radionica tradicijskih obrta i vještina te radionice nematerijalne kulturne baštine.

U planu je osmišljavanje novih radionica za treću životnu dob.

Muzej krapinskih neandertalaca planira u suradnji s osnovnim i srednjim školama,

fakultetima i knjižnicama organizirati dane posvećene Dragutinu Gorjanoviću–Krambergeru.

Muzeji Hrvatskog zagorja imaju razgranatu izdavačku aktivnost a izdanja najčešće prate izložbene i edukativne programe te događanja.

Za sve izložbene projekte, Muzeji planiraju tisak kataloga/deplijana, pozivnice i plakata. Planira se tisak jumbo plakata i letaka za najznačajnija događanja i manifestacije. Planira se oblikovanje oglasa, bannera, objava za udruženo oglašavanje i slično. Planiraju se vodiči kroz stalni postav.

Nastavlja se tisak muzejskog godišnjaka Anali Galerije Antuna Augustinčića. Kao jedinstven primjer časopisa jedne muzejske ustanove specijalnog tipa, od 1981. godine neprekidno izlaze s tematikom koja proizlazi iz rada same Galerije te njenih potreba i stremljenja, ali ujedno zanimljivom i korisnom drugim kulturnim i znanstvenim ustanovama koje se bave skulpturom.

Ostalo

Muzeji Hrvatskog zagorja planiraju svake godine organizaciju brojnih manifestacija. Noć muzeja i obilježavanje Međunarodnog dana muzeja provodi se u svim jedinicama Muzeja Hrvatskog zagorja. U Dvoru Veliki Tabor planira se organizacija kulturno-povijesne manifestacije oživljene povijesti (Srednjovjekovne svečanosti – Legend fest). Galerija Antuna Augustinčića planira obilježavanje Međunarodnog dana mira. Sve jedinice uključuju se u obilježavanje Dana europske baštine. Muzej seljačkih buna uključuje se u obilježavanje obljetnice Seljačke bune te planira organizaciju manifestacije Viteški turnir. Muzej Staro selo Kumrovec planira organizaciju Zagorske svadbe i manifestacije Subota u etno selu.

**Posebni cilj 2.6. Digitalizacija**

Svaka od ustrojbenih jedinica MHZ-a osmišljava i provodi digitalizaciju svoje muzejske građe i dokumentacije u svrhu zaštite kulturne baštine i njene prezentacije široj javnosti.

**Opći cilj 3**

**Podizanje razine kvalitete muzejske infrastrukture i uvjeta rada**

**Posebni cilj 3.1.**

**Podizanje standarda objekata MHZ-a kroz investicijsko ulaganje, programe zaštite i očuvanja baštine i dobara**

Planira se uređenje stalnog postava Dvora Velikog Tabora. Ovisno o dodijeljenim investicijskim potporama izvodit će se u fazama sukladno Muzeološkoj koncepciji stalnog postava Dvora Veliki Tabor koju je usvojilo Hrvatsko muzejsko vijeće 29.svibnja 2015. (Ur.br. 532-05-01-03/4-15-06).

Planira se nastavak otkupa nekretnina unutar vanjskog obrambenog zida Velikog Tabora koji bi omogućio cjelovitu prezentaciju kasnosrednjovjekovnog spomenika. Planira se obnova i zaštita krovišta na bastionskoj kuli u okviru vanjskog obrambenog zida te uređenje prostora unutar vanjskog obrambenog zida Dvora Veliki Tabor. Potrebno je riješiti i pitanje parkinga za posjetitelje u suradnji s Općinom Desinić i Krapinsko-zagorskom županijom izvan vanjskog obrambenog zida.

Planira se obnova i sanacija Galerije Antuna Augustinčića kako bi obnovljena dočekala 50. obljetnicu osnutka (1976.- 2026.) . Planira se izvođenje radova sukladno dopuni projekta SGAA. Planira se nastaviti investicijsko održavanje zgrade bivše Uprave GAA.

Planira se zamjena dotrajale multimedijske opreme te investicijsko održavanje Muzeja krapinskih neandertalaca (novi laserski projektor za glavni film u dvorani, nova interaktivna instalacija Ice Age (led koji puca), sustav novog video nadzora i snimač).

U Muzeju seljačkih buna u planu je dovršenje uređenja dvorišta i atrija dvorca Oršić u okviru kojeg je i uređenje arheološkog parka na lokalitetu utvrde Samci. Potrebno je izvesti građevinsku sanaciju spomenika M. Gupcu i seljačkoj buni te hortikulturno uređenje parka oko dvorca Oršić.

Planiramo nastaviti radove na investicijskom održavanju zgrada narodnog graditeljstva u Muzeju Staro selo Kumrovec (sanacija dotrajalih slamnatih krovova, izrada projektne dokumentacije obnove elektroinstalacija u Muzeju). Planira se dovršenje obnove i uređenje tradicijskog objekata (45s ) i izvedba stalnog muzejskog postava.

Uređenje objekata

Planira se u Dvoru Veliki Tabor opremanje multimedijalne dvorane te dvorane za radionice.

Opremanjem unutarnjeg dijela stalnog postava Galerije A. Augustinčića osigurali bi nove, dvojezične legende o skulpturama na postamentima. Za vanjski dio postava u parku skulptura, moraju se osmisliti i izraditi „nosači“ legendi. Također je potrebno nabaviti jedan info kiosk, koji bi koristio postojeće multimedijske aplikacije o Galeriji i njenom fundusu, koji su izrađeni u sklopu projekta Studio GAA.

U Muzeju seljačkih buna planira se opremanje izložbenog prostora odnosno nabavu novih vitrina te stijena od laminiranog stakla za zatvaranje izložbenih niša.

U Muzeju „Staro selo“ Kumrovec planira se opremanje preparatorske radionice stolarsko kombiniranim strojem te ostalog profesionalnog alata potrebnog u svrhu preventivne zaštite tradicijske arhitekture i etnografske građe.

Provedba programa zaštite i očuvanja nepokretnih kulturnih dobara

Planira se rekonstrukcija ophoda i pacija Galerije AA te sanacija dijela parka i dovođenje fontana u punu funkciju.

Planira se zaštita i prezentiranje ostataka utvrde Samci *in situ* u atriju dvorca Oršić.

U Muzeju „Staro selo“ Kumrovec pored obnove tradicijske arhitekture planira se obnova postojećih i rekonstrukcija stropnih štukatura u kuriji u Razvoru.

Projektno planiranje

Planira se izraditi projektnu dokumentaciju za obnovu i uređenje gospodarskog objekta te velikotaborskog bastiona i vanjskog obrambenog zida Dvora Veliki Tabor.

Planira se izrada projektne dokumentacije za uređenje kompleksa Hušnjakovo: uređenje nalazišta, staza, stepenica, ograda, izrada rasvjetnih tijela ispred MKN. Projekt uređenja prirodne baštine kompleksa Hušnjakovo aplicirati na Eu natječaj.

Planira se u suradnji s Gradom Krapinom sudjelovanje u izradi projektne dokumentacije za izgradnju Kneipove zgrade u Krapini.

Planira se izraditi projektnu dokumentaciju građevinske sanacije spomenika M. Gupcu i seljačkoj buni te izrada projektne dokumentacije za hortikulturno uređenje parka oko dvorca Oršić.

Planira se izrada projektne dokumentacije za obnovu i uređenje Vile Kumrovec, te kurije u Razvoru.

U planu je izrada suvremenog oblikovanja (dizajn i produkcija) vizualnog identiteta Muzeja Staro selo Kumrovec.

Informatizacija muzeja

Računalna oprema u Muzejima Hrvatskog zagorja dotrajala je, te se planira nabava računala za sve ustrojbene jedinice Muzeja, a sve s ciljem osiguranja boljih uvjeta za redovno poslovanje

**Posebni cilj 3.3.**

**Unapređenje kompetencija zaposlenika.**

S ciljem unaprjeđenja kompetencija djelatnika muzeja planira se stručno usavršavanje djelatnika.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **1. Poboljšati komunikaciju Muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **1.1. Unapređenje komunikacije s korisnicima** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 1.1.1. Poticati programe interakcije s korisnicima | 1.1.1.1. Broj interaktivnih programa | Razvoj interaktivne suradnje | broj | 24 |  | 15 | 16 | 17 |
| 1.1.1.2. Broj novih modela komunikacije | Praćenje potreba i implementacija novih modela komunikacije | broj | 5 |  | 5 | 5 | 5 |
| 1.1.1.3. Broj programa  suradnje | Razviti modele aktivnijeg uključivanja lokalnog stanovništva u rad MHZ-a (volonteri,  različite skupine i udruge) | broj | 15 |  | 5 | 5 | 5 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Broj novih programa** | | Povećanje broja novih programa interakcije s korisnicima | broj | 10 |  | 10 | 12 | 15 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **1. Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **1.2. Razvoj međumuzejske suradnje** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 1.2.1. Ostvarenje međumuzejske suradnje | 1.2.1.1. Broj programa međumuzejske suradnje | Povećanje broja suradnje s različitim institucijama na zajedničkim programima | broj | 5 | MHZ | 3 | 6 | 6 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Povećanje broja ostvarenih međumuzejskih suradnji** | | Povećanje broja subjekata sa kojima su ostvarene međumuzejske suradnje | broj | 5 | MHZ | 5 | 6 | 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **1. Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **1.3. Razvoj međunarodne suradnje** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 1.3.1. Ostvarenje međunarodne suradnje | 1.3.1.1. Broj programa međunarodne suradnje | Povećanje broja suradnje s različitim institucijama na zajedničkim programima | broj | 2 | MHZ | 3 | 5 | 6 |
| 1.3.1.2. Zadržavanje broja prijavljenih projekata | Zadržavanje broja prijavljenih projekata u sklopu međunarodnih natječaja | broj | 2 | MHZ | 3 | 3 | 3 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Povećanje broja ostvarenih međunarodnih suradnji** | | Ostvarene međunarodne suradnje | broj | 5 | MHZ | 3 | 5 | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **1. Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **1.4. Promidžba muzeja** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 1.4.1. Promidžbene aktivnosti | 1.4.1.1. Broj događaja | Događaji na kojima Muzeji sudjeluju | broj | 5 | Program rada  MHZ | 4 | 5 | 6 |
| 1.4.1.2. Broj tiskanih materijala | Broj različitih vrsta izdanih promidžbenih materijala (brošure, mape, plakati i dr.) | broj | 8 | Program rada  MHZ | 8 | 8 | 8 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Ukupan broj promidžbenih aktivnosti** | | Zadržavanje broja promidžbenih aktivnosti | opis |  |  | Planira se nastavak promidžbenih aktivnosti uz unapređenje njihove kvalitete | Planira se nastavak promidžbenih aktivnosti uz unapređenje njihove kvalitete | Planira se nastavak promidžbenih aktivnosti uz unapređenje njihove kvalitete |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **2.1. Obogaćivanje fundusa (akvizicije)** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 2.1.1. Otkupi | 2.1.1.1. Broj otkupljenih predmeta |  | Broj | 65 | Program rada  MHZ | 55 | 65 | 75 |
| 2.1.2. Terensko prikupljanje | 2.1.2.1. Broj predmeta prikupljenih terenskim istraživanjem |  | Broj | 22 | Program rada  MHZ | 30 | 30 | 30 |
| 2.1.3. Donacije | 2.1.3.1. Broj predmeta prikupljenih donacijama |  | Broj | 986 | Program rada  MHZ | 55 | 65 | 75 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Povećanje broja predmeta Muzeja** | | Realizacijom navedenih aktivnosti povećat će se broj muzejskih predmeta Muzeja | broj (kumulativ) | 13254 | MHZ | 140 | 160 | 180 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **2.2. Podizanje standarda čuvanja** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 2.2.1. Zaštita fondova | 2.2.1.1. Broj restauriranih predmeta | Restauriranje muzejske građe Dvora Veliki Tabor, Muzeja seljačkih buna i Muzeja „Staro selo“ | broj | 28 | Program rada | 40 | 50 | 50 |
| 2.2.1.2. Nabava potrebne opreme i materijala za zaštitu fondova | Nabava opreme i materijala za potrebe preventivne zaštite | broj |  | Program rada |  |  | Nabavljena potrebna oprema |
| 2.2.2. Ostali programi zaštite | 2.2.2.1. Broj ostalih programa zaštite | Lijevanje u broncu, konzervatorski radovi | broj |  | Program rada | Nastavit će se lijevanje u broncu i konzervatorski radovi sukladno stanju građe | Nastavit će se lijevanje u broncu i konzervatorski radovi sukladno stanju građe | Nastavit će se lijevanje u broncu i konzervatorski radovi sukladno stanju građe |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Povećanje zaštite muzejske građe** | | Povećanje udjela provedenih aktivnosti zaštite muzejske građe | % (kumulativ) | 55 | MHZ | 60 | 65 | 65 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **2.3. Obrada zbirki** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 2.3.1. Obrada zbirki | 2.3.1.1. Broj upisa u računalni program | Broj inventariziranih jedinica | broj  (kumulativ) | 1974 | Program rada | 350 | 380 | 400 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| Povećanje razine obrađenosti zbirki | | Broj obrađenih inventarnih jedinica | broj  (kumulativ) | 12.391 | MHZ | 12.741 | 13.121 | 13.521 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | |
| **Opći cilj** | **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe** | | | | | |
| **Posebni cilj** | **2.4. Izrada novi stalnih postava** | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021. – 2023. )** |
| 2.4.1. Dopuna i izrada stalnih postava | 2.4.1.1.Dopunjeni i realizirani stalni postavi | Dopunjavanje i realizacija stalnih postava MHZ |  | 2 |  | U skladu s raspoloživim sredstvima realizirat će se stalni postavi |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.-2023.)** |
| Realizacija aktivnosti dopune i izrade stalnih postava | |  | %  (kumulativ) |  |  | U skladu s Raspoloživim sredstvima realizirat će se stalni postavi |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju i komuniciranju muzejske građe** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **2.5. Muzejsko-edukativni programi** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 2.5.1. Organizacija izložbi | 2.5.1.1. Broj organiziranih izložbi | Organiziranje većeg broja izložbi tijekom cijele godine | broj | 24 | Program rada | 12 | 12 | 12 |
| 2.5.2. Edukativna djelatnost | 2.5.2.1. Broj organiziranih programa | Broj organiziranih muzejsko-edukativnih programa (edukativnih radionica) za posjetitelje svih uzrasta | broj | 21 | Program rada | 15 | 16 | 16 |
| 2.5.3. Nakladništvo | 2.5.3.1. Broj izdanih publikacija | Publikacije vezane uz programe (časopisi, interaktivni katalozi, biografije, deplijani) | broj | 21 | Program rada | 15 | 15 | 18 |
| 2.5.4. Ostalo | 2.5.4.1. Broj muzejsko-edukativnih programa vezanih uz djelatnost muzeja (Noć muzeja,…) | Zadržavanje broja muzejsko-edukativnih programa vezanih uz djelatnost muzeja | broj | 10 | Program rada | 10 | 10 | 10 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Povećanje broja posjetitelja Muzeja**  /do povećanja broja posjetitelja sigurno neće doći (2021. i 2022. godine) zbog poremećaja uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19/ | | Organiziranje različitih muzejsko-edukativnih programa rezultirat će povećanjem broja posjetitelja | broj | 202.800 | MHZ | 100.000 | 180.500 | 181.000 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju i komuniciranju muzejske građe** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **2.6. Digitalizacija** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2020.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 2.6.1. Provedba digitalizacije | 2.6.1.1. Postotna realizacija digitaliziranih predmeta | Digitalizacija građe i dokumentacije MHZ | % realizacije | 50 | Program rada | 60 | 70 | 80 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2020.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.-2023.)** | | |
| **Načini digitalnog prezentiranja sadržaja** | | Digitalno prezentiranje kroz multimedijalne i virtualne izložbe, web stranice |  |  | MHZ | Povećanjem broja digitaliziranih predmeta i dokumentacije osigurat će se reprezentacija građe i interoperabilnost podataka. | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **3. Podizanje razine kvalitete muzejske infrastrukture i uvjeta rada** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **3.1. Podizanje standarda objekata MHZ kroz investicijsko ulaganje, programe zaštite i očuvanja baštine i dobara** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 3.1.1. Investicijski zahvati | 3.1.1.1. Broj zahvata | Broj investicijskih zahvata (sanacija/opremanje) na objektima Muzeja | broj | 5 | MHZ | 5 | 5 | 10 |
| 3.1.2. Uređenje objekata | 3.1.2.1 Broj uređenih objekata | Postotak opremljenosti objekata | postotak | 50% | 60% | 65% | 70% | 75% |
| 3.1.3. Provedba programa zaštite i očuvanja nepokretnih kulturnih dobara | 3.1.3.1. Broj programa | Broj programa zaštite i očuvanja nepokretnih kulturnih dobara te arheološke baštine | broj | 2 | Program rada | 3 | 3 | 3 |
| 3.1.4. Projektno planiranje | 3.1.4.1. Broj realizacija izrade projektne dokumentacije | Izrada projektne dokumentacije za potrebe objekata MHZ | broj | 8 | MHZ | 10 | 10 | 10 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2020.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Broj objekata obuhvaćenih programima zaštite, investicijskim zahvatima te projektnim planiranjem** | | Razvoj muzejske infrastrukture postići će se ulaganjem u objekte Muzeja Hrvatskog zagorja | Broj | 7 | MHZ | 7 | 7 | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **3. Podizanje razine kvalitete muzejske infrastrukture i uvjeta rada** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **3.2. Informatizacija muzeja** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 3.2.1. Nabava računalne opreme | 3.2.1.1. Broj nabavljene informatičke opreme | Nabava informatičke opreme za sve ustrojbene jedinice | broj | 5 | Program rada | 5 | 8 | 8 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Povećanje informatičke opremljenosti Muzeja** | | Povećanje razine opremljenosti muzeja informatičkom opremom | % | 70 | MHZ | 80 | 85 | 90 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POKAZATELJI REZULTATA (OUTPUT)** | | | | | | | | |
| **Opći cilj** | **3. Podizanje razine kvalitete muzejske infrastrukture i uvjeta rada** | | | | | | | |
| **Posebni cilj** | **3.3. Unapređenje kompetencija zaposlenika** | | | | | | | |
| **Načini ostvarenja** | **Pokazatelj rezultata  (output)** | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| 3.3.1. Stručno usavršavanje zaposlenika | 3.3.1.1. Povećanje broja zaposlenika uključenih u stručno usavršavanje | Broj zaposlenih koje će ustanova slati na stručno usavršavanje | broj | 20 | MHZ | 22 | 25 | 25 |
| **POKAZATELJ UČINKA (OUTCOME)** | | | | | | | | |
| **Pokazatelj učinka  (outcome)** | | **Definicija** | **Jedinica** | **Polazna vrijednost**  **(2019.)** | **Izvor** | **Ciljana vrijednost (2021.)** | **Ciljana vrijednost (2022.)** | **Ciljana vrijednost (2023.)** |
| **Broj planova/programa** | | Broj planova i/ili programa koji za cilj imaju unapređenje kompetencija zaposlenika | broj | 10 | MHZ | 12 | 13 | 13 |

8. SKRAĆENI PRIKAZ STRATEŠKOG PLANA

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Opći cilj** | **Posebni cilj** | **Pokazatelj učinka (outcome)** | **Način ostvarenja posebnog cilja** | **Pokazatelj rezultata (output)** |
| **1. Poboljšati komunikaciju muzeja s korisnicima, partnerima i suradnicima u zemlji i inozemstvu** | 1.1. Unapređenje komunikacije s korisnicima | Broj novih programa | 1.1.1. Poticati programe interakcije s korisnicima | 1.1.1.1. Broj interaktivnih programa |
| 1.1.1.2. Broj novih modela komunikacije |
| 1.1.1.3. Broj programa  suradnje |
| 1.1.1.4. Broj aktivnosti praćenja i dopune marketinškog plana |
| 1.2. Razvoj međumuzejske suradnje | Povećanje broja ostvarenih međumuzejskih suradnji | 1.2.1. Ostvarenje međumuzejske suradnje | 1.2.1.1. Broj programa međumuzejske suradnje |
| 1.3. Razvoj međunarodne suradnje | Povećanje broja ostvarenih međunarodnih suradnji | 1.3.1. Ostvarenje međunarodne suradnje | 1.3.1.1. Broj programa međunarodne suradnje |
| 1.3.1.2. Zadržavanje broja prijavljenih projekata |
| 1.4. Promidžba muzeja | Ukupan broj promidžbenih aktivnosti | 1.4.1. Promidžbene aktivnosti | 1.4.1.1. Broj događaja |
| 1.4.1.2. Broj tiskanih materijala |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2. Podizanje standarda kvalitete u nabavi, čuvanju, obradi i komuniciranju muzejske građe** | 2.1. Obogaćivanje fundusa (akvizicije) | | Povećanje broja predmeta Muzeja | 2.1.1. Otkupi | | 2.1.1.1. Broj otkupljenih predmeta | |
| 2.1.2. Terensko prikupljanje | | 2.1.2.1. Broj predmeta prikupljenih terenskim istraživanjem | |
| 2.1.3. Donacije | | 2.1.3.1. Broj predmeta prikupljenih donacijama | |
| 2.2. Podizanje standarda čuvanja | | Povećanje zaštite muzejske građe | 2.2.1. Zaštita fondova | | 2.2.1.1. Broj restauriranih predmeta | |
| 2.2.1.2. Nabava potrebne opreme i materijala za zaštitu fondova | |
| 2.2.2. Ostali programi zaštite | | 2.2.2.1. Broj ostalih programa zaštite | |
| 2.3. Obrada zbirki | Povećanje razine obrađenosti zbirki | | | 2.3.1. Obrada zbirki | | 2.3.1.1. Broj upisa u računalni program | |
| 2.4. Izrada novi stalnih postava | Dopunjeni postojeći i realizirani novi stalni postavi | | | 2.4.1. Dopuna i izrada stalnih postava | | 2.4.1.1. Dopunjeni i realizirani stalni postavi | |
| 2.5. Muzejsko-edukativni programi | Povećanje broja posjetitelja Muzeja | | | 2.5.1. Organizacija izložbi | | 2.5.1.1. Broj organiziranih izložbi | |
| 2.5.2. Edukativna djelatnost | | 2.5.2.1. Broj organiziranih programa | |
| 2.5.3. Nakladništvo | | 2.5.3.1. Broj izdanih publikacija | |
| 2.5.4. Ostalo | | 2.5.4.1. Broj muzejsko-edukativnih programa vezanih uz djelatnost muzeja (Noć muzeja,…) | |
| 2.6. Digitalizacija | Načini digitalnog prezentiranja sadržaja | | | 2.6.1. Provedba digitalizacije | | 2.6.1.1. Postotna realizacija digitaliziranih predmeta | |

1. http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=7778 [↑](#footnote-ref-1)