

Załącznik nr 1

do umowy w sprawie warunków organizacyjno-finansowych
oraz programu działania Centrum Upowszechniania Kultury w Szydłowie

MISJA

Centrum Upowszechniania Kultury prowadzi – określoną Statutem i Ustawą o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej – wszechstronną działalność w obszarze kultury. Prezentuje twórczość artystyczną, korzysta z dorobku twórców, aktywizuje mieszkańców gminy (szczególnie dzieci i młodzież), wychodzi naprzeciw ich duchowym potrzebom, jest kreatorem i realizatorem kulturowych zmian.

CZŁOWIEK – KULTURA – WSPÓLNOTA – GMINA

Człowiek tworzy kulturę, kultura tworzy wspólnotę, wspólnota tworzy miasto, wieś, gminę. Ten ciąg skutkuje silną identyfikacją człowieka z miejscem, określa tożsamość i poczucie przynależności. Oferta Centrum Upowszechniania Kultury powinna twórczo uzupełniać rozumienie gminy jako urbanistycznego bytu; uruchamiać mechanizmy integracyjne i prospołeczne; łączyć – poprzez pozytywnie rozumiany eklektyzm – kulturę wysoką z jej popkulturowymi przejawami. Fundamentem misji CUK jest otwartość dlatego też instytucja nie może pomijać żadnej ze sfer aktywności artystycznej i kulturalnej – wzmacniając je i kierując do możliwie szerokiego grona odbiorców. Twórca powinien znaleźć w Ośrodku Kultury partnera do wspólnych działań. Podobnie odbiorca, który musi mieć poczucie, że jest uczestnikiem kultury i razem z innymi nadaje jej rytm i dynamikę. Tzw. targetyzacja działań, czyli zorientowanie na jasno zdefiniowanego odbiorcę (dzieci i młodzież, pokolenie trzydziestolatków, generacje średnie, seniorów) powinna zawsze zawierać element niedomknięcia, rodzaj świadomej niekonsekwencji rozumianej jako otwarcie na innego – niż zdefiniowanego adresata. Uczestnictwo w kulturze nie jest funkcją wieku, płci, statusu społecznego czy materialnego, ale przyczynia się do neutralizacji podziałów w imię wspólnego bycia oraz tworzenia.

CUK to nie fabryka projektów, generująca eventy w sztuczny i oderwany od rzeczywistości sposób. To ludzie czujący energię gminy, którzy upowszechniają kulturę w codziennym, pozytywistycznym kształcie i dają jej uczestnikom pewność, że wszyscy razem kreujemy nasze – szydłowskie – centrum.

IDEE ZAŁOŻYCIELSKIE

KULTURA WYSOKA I ROZRYWKA: DWIE STRONY TEGO SAMEGO MEDALU

CUK umożliwia mieszkańcom kontakt ze sztuką ambitną i poszukującą. Program powinien być jednak zbalansowany: celować w wydarzenia o najwyższej wartości estetycznej i nie gardzić lżejszymi odmianami kultury. Nie należy deprecjonować kultury ludyczno-spontanicznej (wg prof. Kargula), jest ona odczuwalną energią społeczeństwa, pragnieniem bycia razem. Każdy może być twórcą kultury, czasy modernistycznego podziału na twórców i odbiorców minęły. Wobec tego program CUK powinien dążyć do twórczej aktywizacji mieszkańców, wydobywać ich z pasywnej roli konsumentów.

Żyjemy w czasach zależnych od rynkowych reguł i grubości portfela – co prowadzi do społecznych różnic i napięć. Program łagodzi te napięcia, tworzy szeroki dostęp do udziału w kulturze i sztuce i wyposaża ludzi w kompetencje i wrażliwość, które niwelują obszary wykluczeń. Kultura przełamuje egoizmy.

CENTRUM JEST TUTAJ

Program jest emanacją tutejszej sztuki, dorobku jej twórców, którzy dają najpełniejszy, choć nie jedyny, wyraz energii okolicy. Centrum Upowszechniania Kultury prezentuje i promuje lokalnych

twórców, w szczególności sposób wspiera twórców początkujących. Każdy był kiedyś debiutantem w swojej dziedzinie.

Tworzenie z lokalności centrum nie oznacza zamknięcia, ani oderwania się od krajowych i światowych (na ile pozwala budżet) tendencji kultury. Program mieści w sobie najciekawsze zjawiska: od mainstreamu po działania offowe. Mieszkańcy gminy mają kontakt z kulturą w skali makro.

DYREKTORSKI AZYMUT

Centrum Upowszechniania Kultury w Szydłowie potrzebuje stabilności, konsekwencji działań i współpracy tworzących go ludzi. Opracowując koncepcję funkcjonowania instytucji brałem pod uwagę aktualną ofertę placówki. Tworząc koncepcję wykorzystałem swoje doświadczenie, potencjał gminy w sferze ludowości, tradycji lokalnych, położenia geograficznego i jego walorów. Marzeniem każdego menedżera kultury jest instytucja otwarta, uczestnicząca w życiu lokalnej społeczności i nowoczesna.

W pierwszym etapie swojej pracy zamierzam:

- ✓ dokonać bilansu istniejących projektów z naciskiem na projekty rozwijające kulturalnie bierne i czynne uczestnictwo w kulturze,
- ✓ wyznaczyć proporcje między edukacją kulturalną a wydarzeniami stricte artystycznymi oraz tymi, które orbitują w stronę eventów - wydarzeń o masowym charakterze,

Następnie, przechodząc do autorskiej koncepcji, planuję:

- ✓ stworzyć i dostosować programy i konkretne projekty (wspólnie z pracownikami CUK) do strategicznych celów koncepcji,
- ✓ opracować plan merytoryczny i finansowy działań na przyszłe lata w uwzględnieniu poznanej już potencjału ludzkiego na terenie gminy,
- ✓ poszerzyć platformę pozyskiwania środków (ministerialne, mecenat państwowy i prywatny, sponsorzy, kontynuować odpłatność za zajęcia, wydarzenia biletowane),
- ✓ wprowadzać, w dalszym ciągu, pomysły integrujące społeczeństwo i angażujące w plan pracy CUK,
- ✓ wprowadzać w ofercie zajęcia dostosowane do zapotrzebowania społeczeństwa nowoczesnego, a zarazem wykorzystać je w promocji pracy CUK, jak i w promocji Gminy Szydłowo,
- ✓ wprowadzić „Konkurs na inicjatywy lokalne realizowane w ramach budżetu obywatelskiego w szydłowskiej kulturze”.

Tym samym spodziewam się uzyskać jasny kierunek działań – zgodny ze społeczną i kulturową specyfiką gminy.

Koncepcję programową, organizacyjną i finansową Centrum Upowszechniania Kultury konstruuja następujące cele strategiczne i cele operacyjne:

1. Utrzymanie i dalszy wzrost atrakcyjności oferty kulturalnej.
2. Rozwój instytucjonalny CUK – nowoczesna instytucja jako atrakcyjny sąsiad dużego miasta, jakim jest Piła, a także miast pobliskich.
3. Rozwój zasobów ludzkich – pracownicy walorem CUK.
4. Wzrost dochodów własnych jako wartość dodana działalności, a nie cel sam w sobie.

Cel strategiczny 1: Podniesienie atrakcyjności oferty kulturalnej

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:

- 1.1. Ustabilizowanie i dalsze podnoszenie jakości działań kulturalnych.
- 1.2. Podnoszenie jakości wydarzeń rozrywkowych.
- 1.3. Otwarte przestrzenie gminy na działania kulturalne.
- 1.4. Rozwój działalności edukacyjnej i popularyzatorskiej.
- 1.5. Społeczeństwo współuczestniczące w planowaniu zadań CUK.

Cel strategiczny 2: Rozwój instytucjonalny CUK – nowoczesna instytucja na obrzeżach Wielkopolski

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:

- 2.1. Podniesienie sprawności organizacyjnej CUK
 - wnikliwa analiza zakresu obowiązków pracowników ze stanem faktycznym,
 - utrzymanie i w miarę możliwości poszerzenie oferty zajęć dla mieszkańców.
- 2.2. Udoskonalenie działalności promocyjno-marketingowej – poszerzenie kręgu odbiorców i uczestników kultury poprzez zasięg działań promocyjnych (o skuteczności dotychczasowych działań świadczy fakt zwiększenia ilości polubień na fb z 54 w listopadzie 2019 r. do około 2000 na dzień dzisiejszy).
- 2.3. Poprawa jakości bazy lokalowej, dostosowanej do bieżących potrzeb nowoczesnej instytucji kultury i potrzeb społeczeństwa.

Cel strategiczny 3: Rozwój zasobów ludzkich – pracownicy walorem CUK

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:

- 3.1. Rozwój zasobów ludzkich (prowadzenie działalności edukacyjnej dla kadry).
- 3.2. Wzrost stopnia integracji pracowników, który wpływa pozytywnie na wykonywaną pracę.
- 3.3. Wprowadzenie czytelnego systemu motywacyjnego oraz obiektywnego systemu oceny pracowniczej.
- 3.4. Dalszego korzystania z systemów inżynierskich tzw. burzy mózgów.

Cel strategiczny 4: Wzrost dochodów CUK

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam kontynuację następujących celów operacyjnych:

- 4.1. Racjonalizacja gospodarki finansowej.
różne źródła finansowania:
 - dotacja podmiotowa oraz celowa,
 - wpływ ze sprzedaży biletów,
 - odpłatność za zajęcia,
 - pozyskiwanie środków zewnętrznych tj. programy MKiDN m.in. Kultura dostępna, Edukacja kulturalna, Edukacja artystyczna,
 - pozyskiwanie środków zewnętrznych przy współpracy ze stowarzyszeniami (tzw. finanse dla NGO),
 - utworzenie stowarzyszenia wspierającego działania CUK,

Programy i projekty

Koncepcja programowa CUK uwzględnia istniejące obecnie programy realizowane przez instytucję, przy jednoczesnym przeprowadzeniu nowych działań.

1. Kultura przestrzeni gminnej

- Konkurs Piosenki Szantowej „Święto Ryby i Wody” Tarnowo,
- Gminny Konkurs Recytatorski – tradycja ponad ćwierć wieku,
- Powiatowy konkurs poezji śpiewanej,
- Gmina młodości – koncerty ukierunkowane na muzykę młodego pokolenia ale także na kulturę ulicy, taniec hip-hop, graffiti itp. Młodzież jest odbiorcą, ale również współtwórcą wydarzenia.
- „Dobra scena” w Dobrzycy
- Gminne Dni Seniora w Róży Wielkiej

2. Otwarta Gmina

- Festiwal Piosenki Przedszkolnej – w gminie Szydłowo jest niewielka liczba dzieci w wieku przedszkolnym, tak więc oczywiste jest zorganizowanie festiwalu o zasięgu powiatowym lub regionalnym, obejmującym sąsiednie gminy. Może to być festiwal tematyczny. Scena dla najmłodszych dzieci, które w murach przedszkoli okazjonalnie prezentują swoje talenty wokalne. Duch rywalizacji, w dobrym tego słowa znaczeniu, towarzyszy nam od zawsze. Festiwal to wyzwanie zarówno dla nauczycieli przedszkola oraz ich podopiecznych. Adresatami będą przedszkola oraz indywidualne osoby z terenu Gminy Szydłowo a także sąsiednich gmin. To również forma konfrontacji i wymiany doświadczeń pomiędzy nauczycielami i opiekunami .
- Kontynuacja rozwoju talentów mieszkańców będących w tzw. jesieni życia, a także umożliwienie im prezentacji swoich dokonań przez organizowanie wystaw oraz koncertów. Współpraca z podobnymi grupami z innych gmin czy powiatów.
- Taniec dodaj do ulubionych – taniec stał się popularną formą spontanicznego lub świadomego wyrażania siebie pod wpływem bodźców emocjonalnych skoordynowanych z muzyką. Konfrontacje taneczne grup, formacji zespołów, oprócz formy widowiskowej dla publiczności, to przede wszystkim prezentacja umiejętności tanecznych młodych ludzi w różnych stylach i grupach wiekowych.
- Biblioteka to nie tylko książka, kartka, okładka. To także coś niewymiernego, ulotnego jak emocje, uniesienia, nastroje. Należy zorganizować wieczorki prezentacji twórczości poetów połączone z muzyką oraz spotkań z autorami. Wykonawcy prezentujący swoje lub cudze utwory, odkrywają przed odbiorcami kwiat literatury.

3. Edukacja kulturalna i warsztaty

- Rozwijanie pasji w każdym wieku jest naturalną potrzebą. To właśnie instytucja kultury otwiera swoje drzwi, aby człowiek mógł doskonalić swoje umiejętności i kształtować je. Zamierzam kontynuować dotychczasowe zajęcia prowadzone w CUK (nauka gry na gitarze, chór, teatr itd.), a także poszerzyć je o inne instrumenty czy koła zainteresowań (dziennikarstwo, grupy muzyczne i inne).
- Teatr – to kolejna propozycja rozwijania umiejętności aktorskich dla dzieci i młodzieży. Oprócz współtworzenia spektakli i prezentowania ich na deskach CUK, należy zadbać o przygotowanie, czyli warsztaty prowadzone przez profesjonalistów.
- Wszystkie formy aktywizacji społeczeństwa przez koła i zespoły wymagają prezentacji ich dorobku przez wystaw, występy dla lokalnej publiczności, ale także udział w przeglądach,

konkursach i festiwalach. Ta forma jest bardzo ważna, gdyż motywuje, angażuje oraz prowadzi samooceny własnych możliwości i warsztatu.

4. Mainstream czyli kocham, lubię, szanuję, poznaję... koncerty w Szydłowie

- Mainstream tzw. główny nurt muzyczny, filmowy itd. prezentowany przez artystów promowany przez media. Każdy w życiu ma swojego idola muzycznego, filmowego. Można z pewnością usłyszeć go w radiu, Internecie lub ujrzeć w telewizji. Jednak nic nie zastąpi koncertu czy spotkania się face to face i live z artystą. Koncerty na żywo z artystami, to uczta dla każdego fana, ale też forma poznawcza, ciekawość. Ale jak nie mainstream, to co? Polski rynek muzyczny jest niezwykle bogaty artystycznie. Zapraszając popularnych artystów otwieramy oczy i uszy na nowe zjawiska artystyczne, które warto zaprezentować. Dbamy o jakość.
- Mainstream szydłowski – kontynuacja dotychczasowych przedsięwzięć przy współpracy z lokalnymi instytucjami, sąsiednimi gminami oraz wojewódzkimi, stowarzyszeniami i organizacjami.

5. Która kultura?

- O kulturze można dyskutować na różnych płaszczyznach i z pewnością zdania będą podzielone, tak jak grono odbiorców. Dotychczas pisałem o kulturze, ale jest jeszcze rozrywka, czyli ta lżejsza forma spędzania wolnego czasu, ale to furka do festynów, biesiad, wspólnych spotkań, a przede wszystkim integracji.
- „Bez zadęcia” – to nie festiwal orkiestr, to również nie śniadanie u Tiffany'ego, ale kulturalne śniadanie na trawie. Obecnie życie jest wyścigiem z czasem, ciągle za czymś gonimy. Spotykając znajomych wyrывkowo rzucamy pytanie „Co słychać” wymiana kilku zdań i dalej biegniemy. Niedzielne przedpołudnie, szydłowskie tereny zielone, trawa, kocyk, koszyczek. Wspólne spotkania i integracja to jest główne przesłanie tego przedsięwzięcia. Poznajemy sąsiada, lokalnego polityka, artystę, nauczyciela, rolnika itd. nie rozmawiamy o polityce. Rozmawiamy o pasji, życiu. Do współtworzenia projektu zaangażuję lokalne media, które poprowadzą otwarte rozmowy z udziałem społeczeństwa. Natomiast dla dzieci stworzymy strefę dziecka i mam na myśli powrót do dawnych zabaw podwórkowych. Spotkania mają być formą integracji, poznania, życzliwości.
- Zwiększenie współpracy z sąsiednimi jednostkami upowszechniania kultury w celu wymiany doświadczeń, pomysłów, a także grup zajęciowych.
- Zainicjowanie Święta Gminy. Raz do roku z okazji powstania wsi Szydłowo, uwzględniając pierwszą nazwę Białagóra. Na scenie plenerowej prezentowaliby się mieszkańcy gminy oraz zaproszeni goście.
- Inauguracja roku kulturalnego. Zaczynając nowy rok kulturalny następuje podsumowanie roku poprzedniego. Podczas uroczystości podziękowania dostają sponsorzy i osoby zaangażowane w rozwój lokalnej kultury. Może odbywać się także prezentacja dorobku grup zajęciowych, a także występy zaproszonych gości.

Organizacja wewnętrzna i baza lokalowa

1. Podniesienie sprawności organizacyjnej CUK:

- dostosowanie struktury organizacyjnej do rozwoju instytucji,
- wprowadzenie zarządzania projektowego,
- współdziałanie ze środowiskiem zewnętrznym w tym współorganizatorami imprez kulturalnych (organizacjami pozarządowymi, jednostkami samorządu, przedsiębiorcami, osobami prywatnymi).

2. Marketing:

- udoskonalenie działalności promocyjno-marketingowej – poszerzenie kręgu odbiorców i uczestników kultury,
- segmentacja rynku odbiorców oferty kulturalnej i edukacyjnej CUK,
- wypracowanie standardów współpracy z mediami regionalnymi i ogólnopolskimi.

3. Poprawa jakości bazy lokalowej i wyposażenia techniczno-sprzętowego:

- rozbudowa CUK i dostosowanie bazy lokalowej do wymagań stawianych przez uczestników-klientów w XXI wieku
- adaptacja pomieszczeń w budynku istniejącym.

Cele długoterminowe i krótkoterminowe ze wskazaniem planowanych działań oraz wskaźników osiągnięcia celów:

Autorski program rozwoju to etap planów, pomysły które będą w perspektywie kilku lat wdrażanie do życia kulturalnego gminy Szydłowo. Muszą one jednak zyskać akceptację władz samorządowych oraz społeczną. Wskaźniki przeze mnie zaprezentowane są prognozą dla realizacji zadań. Aby sprostać temu zadaniu ważna jest współpraca z lokalnym środowiskiem, które aktywnie będzie uczestniczyć w proponowanych inicjatywach, skuteczny marketing i zaangażowanie pracowników CUK.

Zadania krótkoterminowe 2023		
Wskaźnik	Jednostka miary	Wartość
Mainstream koncerty – sprzedaż biletów	Procent	150
Festiwal Piosenki Przedszkolnej-uczestnicy	Osoby	40
Grupa dziennikarska	Osoby	10
Bez zadęcia	Osoby	300
Teatr dziecięcy i młodzieżowy	Osoby	10
Nauka gry na instrumentach	Osoby	20
Zajęcia dla osób z trzeciego wieku	Osoby	15-30
Chór	Osoby	20
Zajęcia taneczne dla dzieci	Osoby	50
Zajęcia plastyczne	Osoby	30
Zajęcia wokalne	Osoby	10

Zadania długoterminowe 2023 i dłużej		
Wskaźnik	Jednostka miary	Wartość
Teatr za oknem	Osoby	600
Wielkie malowanie	Osoby	100
Miasto młodości	Osoby	600
Święto Gminy	Osoby	800
Taniec dodaj do ulubionych	Osoby	300
Inauguracja roku kulturalnego	Osoby	300

- **koncepcja współpracy z organizacjami pozarządowymi, instytucjami kultury, fundacjami, placówkami oświatowymi;**

Punktem wyjścia do współpracy pomiędzy domami kultury i organizacjami pozarządowymi, instytucjami kultury, placówkami oświatowymi jest zasada otwartości. Współpraca domu kultury z innymi podmiotami powinna mieć szerszy zakres i wykraczać poza zasady udostępniania lokali przez CUK m.in:

- szerokie rozumienie współpracy poprzez efektywne wykorzystanie dostępnych zasobów,
- wyznacza kierunek budowania relacji o charakterze partnerskim, min. tworzenie wspólnych projektów z celu pozyskania środków zewnętrznych,
- elastyczność w dostosowywaniu rozwiązań do specyfiki podejmowanych działań i potrzeb,
- propozycja rozwoju i promocji nowych oraz istniejących form kultury.

Wydarzenia kulturalne to nie samochód czy buty, nie da się promować ich w taki sam sposób, w jaki robi się to ze zwykłymi produktami. Eventy które organizowane są od jakiegoś czasu i zyskały już sobie grono wiernych uczestników, a ich renoma sprawia, że niemal każdy, choć trochę zainteresowany daną tematyką, odbiorca o nich słyszał, potrzebują innej promocji niż wydarzenia organizowane po raz pierwszy.

Marketing wydarzeń kulturalnych, które posiadają już swoją renomę skupia się przede wszystkim na przedstawieniu atrakcji i programu przewidzianego na najbliższą edycję danego wydarzenia. W marketingu, którego zadaniem jest spopularyzowanie jakiegoś wydarzenia kulturalnego chodzi przede wszystkim o nadanie mu rozgłosu, na tyle dużego, by zainteresować nim odbiorców.

Promocja wydarzeń to różne kanały informacji w zależności od adresata, do którego chcemy dotrzeć:

Wydarzenie	Dostępność/grupa docelowa	Kanał informacji	Zasięg
Wydarzenia ogólnodostępne niebiletowane	Społeczność lokalna i spoza gminy	Portale społecznościowe, media lokalne, strona www CUK, plakaty, banery, tworzenie kalendarza przyszłych wydarzeń, a także utworzony kanał telewizji internetowej. Telewizja internetowa działająca w ramach zajęć z dziennikarstwa.	ponadlokalny

Wydarzenia biletowane	Społeczność lokalna i spoza gminy	Portale społecznościowe media lokalne, serwisy koncertowe, plakaty, banery, strona www CUK, tworzenie kalendarza wydarzeń. Utworzony kanał telewizji internetowej. Telewizja internetowa działająca w ramach zajęć z dziennikarstwa.	ponadlokalny
Festiwale, konkursy, przeglądy, różne formy edukacyjne	Grupa docelowa w zależności od charakteru przedsięwzięcia m.in. placówki oświatowe, stowarzyszenia, instytucje kultury	Portale społecznościowe, media lokalne, plakaty, strona www CUK, door to door czyli ulotki, zaproszenia, regulaminy itp. wysyłane do właściwej grupy odbiorców. Utworzony kanał telewizji internetowej. Telewizja internetowa działająca w ramach zajęć z dziennikarstwa.	lokalny i ponadlokalny

Promocja przedsięwzięć organizowanych przez CUK to również promocja Gminy Szydłowo. Te działania wpływają na wizerunek instytucji i miejsca.

Obecnie głównym narzędziem informacji jest Internet i tutaj należy przede wszystkim skupić się na budowaniu bazy odbiorców. Natomiast nie możemy wyłącznie z tej formy korzystać. Pozostaje tradycyjna forma: plakat, prasa, radio, telewizja itd. Uważam, że zasięg promocji wydarzenia powinien być ponadlokalny, nie ograniczony do lokalnego odbiorcy z terenu gminy (bliskość dużego miasta). Kolejnym elementem promocji jest współpraca z urzędem gminy, instytucjami w celu skuteczniejszego dotarcia do potencjalnego odbiorcy.

- **opis planowanych działań inwestycyjnych i remontowych;**

Gmina Szydłowo zasługuje na nowoczesną placówkę kultury, z pełną infrastrukturą do prowadzenia wielokierunkowej działalności kulturalnej wraz z otoczeniem (parking, przestrzeń rekreacyjna). Mam świadomość, że hierarchia priorytetów Gminy podyktowana jest bieżącymi potrzebami i ich ważnością, ale również ustawowym obowiązkiem realizowania zadań własnych.

Myślę, że obiekt, w którym swoje miejsce znalazł CUK, po kilku udogodnieniach i małej rozbudowie w znaczący sposób przyczyni się do zwiększenia oferty kulturalnej dla mieszkańców gminy. Wsparciem dla tej inicjatywy mogą być środki zewnętrzne m.in.: program Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego - Infrastruktura domów kultury, RPO.

Obecnie mogę stwierdzić, że będę starał się dbać o estetykę i funkcjonalność siedziby CUK oraz w miarę potrzeb dokonywał działań remontowych a także inwestycyjnych, starając się pozyskać na ten cel środki zewnętrzne.

- **określenie zasad polityki zatrudnienia;**

Obecnie w CUK zatrudnionych jest 9 osób w wymiarze 8 i 1/8 etatu oraz 4 instruktorów na umowy cywilno-prawne. Określenie faktycznych zasad polityki zatrudnienia można ocenić poprzez obserwację oraz analizę obowiązków na danym stanowisku, w kontekście rzeczywistego wykonywania zadań, bowiem sytuacja jest cały czas dynamiczna i zakres działania CUK ulega cały czas rozszerzaniu.

Strukturę organizacyjną instytucji wyznacza Statut i Regulamin Organizacyjny. Natomiast warto spojrzeć na organizację funkcjonalnie zmienną, dostosowaną do aktualnych potrzeb, związanych

z rozwojem instytucji i projektowym charakterem pracy. Pracownika instytucji kultury powinien cechować uniwersalizm, wielokierunkowość wykonywanych zadań. Czas pracy natomiast wykorzystany w pełni efektywnie i racjonalnie. Po wnikliwej analizie poszczególnych stanowisk, można mówić o przeorganizowaniu struktury zatrudnienia m.in. czasu pracy administracji na zadania merytoryczne.

Rozwój zasobów ludzkich – pracownicy walorem CUK. Sposobem osiągnięcia celu będzie podnoszenie kwalifikacji pracowników poprzez szkolenia, warsztaty - w miarę posiadanych środków finansowych. W kontekście planowanego pozyskiwania funduszy, niezbędne będzie uzupełnienie zakresu obowiązków wyznaczonego pracownika oraz szkolenia w tym zakresie.

- **koncepcja finansowania działalności Centrum Upowszechniania Kultury umożliwiające osiągnięcie celów strategicznych, długoterminowych i krótkoterminowych;**

Budżet CUK konstruowany jest w oparciu o:

1. dotację podmiotową,
2. dotacje celowe,
3. przychody wynikające z wpływów z wynajmu i dzierżawy składników majątkowych; z wpływów z prowadzonej działalności;
4. środki uzyskiwane od osób fizycznych i prawnych oraz innych źródeł.

Mimo sytuacji z lat poprzednich (COVID) udało nam się pozyskać dotacje, granty itp. na działalność kulturalną, edukacyjną a także wyposażenie. W dzisiejszych czasach jest to bardzo istotny filar finansowania programów realizowanych przez instytucje kultury w Polsce. Mimo szerokiego wachlarza programów wsparcia przez MKiDN dla instytucji kultury, nie są to środki łatwo dostępne ze względu na ilość instytucji ubiegających się o dofinansowanie oraz wąskiego kanału innych środków zewnętrznych dedykowanych tymże instytucjom.

Pozyskiwanie środków zewnętrznych to również współpraca z organizacjami pozarządowymi, które mogą być potencjalnymi beneficjentami projektów dla NGO. Instytucja kultury może występować w roli partnera w realizacji projektu, co będzie wzajemną korzyścią dla obu podmiotów, a efektem możliwość współtworzenia nowych przedsięwzięć dla mieszkańców gminy.

Jest to plan ambitny, ale realny do zrealizowania, co przyczyni się do rozwoju świadomości kulturalnej mieszkańców gminy. Zadowoleni z oferty mieszkańcy w większym stopniu utożsamiają się ze swoim miejscem zamieszkania, a to jest odczuwalne w budżecie gminy między innymi przez podatki mieszkańców, którzy swoją integrację utożsamiają z zameldowaniem, a w konsekwencji większymi wpływami do gminy z podatku PIT.

Reasumując, rozwój oferty kulturalnej CUK podniesienie poziomu świadczonych usług, a przez to promocję gminy. Są to główne cele, które zakładam na przestrzeni najbliższych lat.

/-/ Adam Lewicki

Wójt Gminy Szydłowo

/-/ Tobiasz Wiesiołek