

PROJEKT STRATÉGIE RIADENIA A ROZVOJA PRÍSPEVKOVEJ ORGANIZÁCIE

MESTSKÉ KULTÚRNE CENTRUM HLOHOVEC



01

SWOT analýza súčasného stavu

Analýza silných a slabých stránok
Identifikácia príležitostí a hrozieb

02

Stratégia rozvoja

Primárne piliere a princípy ovplyvňujúce návrh stratégie
rozvoja MKC Hlohovec

03

Priority a ciele

Hlavné priority a ciele projektu stratégie riadenia a rozvoja

- ◆ Kulturologička
- ◆ Vedecko-výskumná pracovníčka
- ◆ Divadelná producentka a manažérka
- ◆ Organizátorka umeleckých, kultúrnych a spoločenských podujatí



**VERONIKA
MORAVČÍKOVÁ**

“Verím tomu, že dávať si ciele, ktoré vieme na 100% naplniť, nikdy neodhalí skutočný rozmer nášho potenciálu.

SWOT ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU

SILNÉ STRÁNKY

SWOT analýza súčasného stavu

- ◆ Kultúrna tradícia, dopyt po kultúrnej produkcii
- ◆ Veľký kultúrny potenciál a potenciál cestovného ruchu
- ◆ Atraktívne kultúrne dedičstvo
- ◆ Čiastočne zrekonštruovaná kultúrna infraštruktúra
- ◆ Geografická poloha
- ◆ Kreatívni ľudia a skúsenosti s realizáciou rôznych projektov
- ◆ Optimálne tvorivé a kreatívne prostredie
- ◆ Aktívna umelecká obec

SLABÉ STRÁNKY

SWOT analýza súčasného stavu

- ◆ Slabá diverzita kultúry a umenia, slabý dôraz na menšinové žánre
- ◆ Obmedzené finančné zdroje
- ◆ Viaczdrojové financovanie - absentujúca stratégia grantovej politiky
- ◆ Nevyužitý potenciál participácie a angažovanosti umeleckej obce
- ◆ Nedostatok komunikácie a spolupráce naprieč jednotlivými úsekmi
- ◆ Nevyužité možnosti spolupráce s tretím sektorom, inými kultúrnymi inštitúciami
- ◆ Nedostatočný systém doplnkovej finančnej podpory, fundraisingových foriem

PRÍLEŽITOSTI

SWOT analýza súčasného stavu

- ◆ Odborné a organizačné zázemie, skúsenosti
- ◆ Disponibilita využitia verejných priestorov
- ◆ Zlepšenie komunikácie na všetkých úrovniach (vrátane umeleckej obce, tretieho sektora a jednotlivcov)
- ◆ Podpora občianskej angažovanosti
- ◆ Optimalizácia a efektívne využívanie kultúrnej infraštruktúry
- ◆ Nevyužívané možnosti viaczdrojového financovania a grantová politika
- ◆ Rozvoj ľudského kapitálu MKC Hlohovec
- ◆ Využitie trendov z komerčného prostredia - implementácia inovatívnych prístupov

OHROZENIA

SWOT analýza súčasného stavu

- ◆ Málo rozvinutý terciárny sektor
- ◆ Neochota k spolupráci, participácii a komunikácii na všetkých spomínaných úrovniach
- ◆ Komerčializácia a zozábavňovanie na úkor kvality a vysokej kultúry
- ◆ Nedôvera k finančnej návratnosti investícií do oblasti kultúrneho sektora
- ◆ Nezáujem o občiansku angažovanosť
- ◆ Pôsobenie komerčných médií a ponuka komerčne úspešných produkcií iných subjektov
- ◆ Zvýšená ponuka iných voľnočasových aktivít

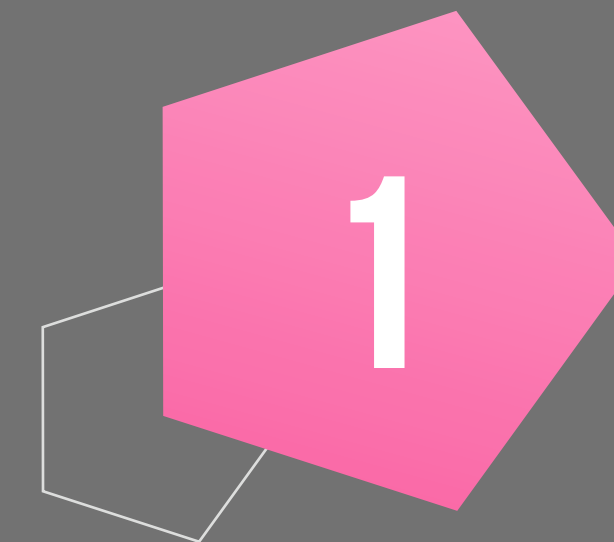
STRATÉGIA ROZVOJA

- ◆ Tvorba a uchovávanie kultúrnych hodnôt so zreteľom na rozvoj kultúrnej gramotnosti
- ◆ Prepájanie tradičného a moderného
- ◆ Aplikovanie úspešných princípov a postupov z komerčného prostredia v otázkach riadenia a rozvoja MKC Hlohovec
- ◆ Investícia do ľudského rozvoja

**7 PRIORÍT A CIEĽOV
PRE ROZVOJ MKC HLOHOVEC**

Verím v potenciál, ktorý sa skrýva v občanoch Hlohovca, v potenciál umeleckej obce a v potenciál tretích strán.

Verím, že komunikácia a dobre zvolené komunikačné kanály dokážu tento potenciál odhaliť.



**SPOLUPRÁCA A ZVYŠOVANIE
ANGAŽOVANOSTI KONCOVÉHO
KONZUMENTA A TRETÍCH STRÁN**

AKTÍVNA SPOLUPRÁČA

s vybranými subjektami

- ◆ Mesto Hlohovec
- ◆ Koncový konzument
- ◆ Tretí sektor
- ◆ Súkromný a podnikateľský sektor
- ◆ Miestne a regionálne kultúrne inštitúcie

Komunikácia a
zvyšovanie
angažovanosti



Zvyšovanie
potencálu



Uspokojenie
širšieho spektra
potrieb



Dosahovanie
stanovených
cieľov

- ◆ Diskusná platforma pre občianske, komunitné, kultúrne a umelecké iniciatívy v meste
- ◆ Obojsmernosť
- ◆ Kanál na spätnú väzbu
- ◆ Vyhodnocovanie úspešnosti
- ◆ Verejné konzultácie
- ◆ Diskusné stoly

Vidím okolo seba veľa úspešných ľudí, firiem a organizácií.
Chcem, aby aj kultúra a MKC v Hlohovci boli úspešné.

Je potrebné držať krok s dobou, byť otvorený a
inšpirovať sa aj z iných oblastí trhu.



APLIKÁCIA ÚSPEŠNÝCH PRINCÍPOV Z KOMERČNÉHO PROSTREDIA MIMO KULTÚRNEHO SEKTORA

CIELE

a prostriedky

- ◆ **Kľúč k úspechu** - analýza potrieb a identifikácia primárnej cieľovej skupiny
 - ◆ demografický prieskum
 - ◆ analýza potenciálu cieľovej skupiny (finančného aj nefinančného)
 - ◆ zohľadnenie množstva vynaložených zdrojov v predchádzajúcom období
 - ◆ nastavenie správneho rozloženia zdrojov medzi primárnu a ostatné cieľové skupiny (prinášanie dlhodobej a udržateľnej hodnoty, ale aj so zreteľom na pokrytie potrieb menších skupín konzumentov)

- ◆ Spätná väzba, analýza publika, počúvanie konzumenta, dotazníky spokojnosti
- ◆ Sledovanie trendov v okolí, vo väčších mestách, v zahraničí - schopnosť inšpirácie a zreplikovanie úspechu
- ◆ Nastavenie správneho balansu medzi finančnou efektívnosťou kultúrnych podujatí a "investíciou" do zvyšovania kultúrnej gramotnosti menej mainstreamovou produkciou
- ◆ Data-driven-decisions - rozhodovania na základe dát a nie pocitov ako najsilnejší trend v komerčnom prostredí (meranie efektivity podujatí, vyhodnocovanie a aplikácia zistených poznatkov v plánovaní a organizácii ďalších podujatí)
- ◆ Diskusné fóra, hlasovanie v elektronickej podobe ohľadom návrhov

Kultúra má niekoľko úrovní a rovín. Verím, že je nutné budovať mosty medzi nimi a uspokojiť širokú paletu potrieb konzumenta.

Chcem využiť silné tradičné základy, ale chcem investovať aj do moderného a menšinového kultúrneho portfólia.



**PREPOJENIE MODERNÉHO A TRADIČNÉHO
KULTÚRNEHO PORTFÓLIA AJ SO ZRETEĽOM
NA ZVYŠOVANIE KULTÚRNEJ GRAMOTNOSTI**

CIELE

a prostriedky

- ◆ Podpora organizácie kultúrnych podujatí
- ◆ Podpora nielen tradičných zaužívaných podujatí, ktoré sú súčasťou dlhodobej kultúrnej produkcie MKC Hlohovec
- ◆ Podpora vzniku nových podujatí a aktivít (aj s multižánrových zameraním)
- ◆ Zvyšovanie kultúrnej a interpretačnej gramotnosti

- ◆ Vyvážená kultúrna ponuka - časť kultúrnej ponuky musí zohľadňovať aj oblasť väčšinových žánrov, ktoré oslovujú aj širšie cieľové skupiny s väčším finančným prínosom
- ◆ Zvyšovanie kultúrnej a interpretačnej gramotnosti postupným zväčšovaním priestoru pre náročnejšie kultúrne a umelecké formy. Zo začiatku v nenásilných prienikoch menšinových žánrov popri produktoch populárnej a masovej kultúry
- ◆ Nadviazanie spolupráce s profesionálnymi umelcami aj z iných regiónov, prípadne z iných krajín nielen na úrovni ich vystúpení, ale aj v rámci realizácie ich workshopov

Z oblasti marketingu vieme, že produkt môže byť úspešný, keď sa na správnom mieste a v správnom čase stretne dopyt s ponukou.

Aj kultúrnemu sektoru chcem poskytnúť také podmienky tým, že budem pokračovať v približovaní kultúrnej ponuky konečnému konzumentovi.



PREPOJENIE VEREJNÝCH PRIESTOROV A KULTÚRNYCH PODUJATÍ - VEREJNÝ PRIESTOR AKO KATALYZÁTOR KULTÚRNEHO ŽIVOTA

CIELE

a prostriedky

- ◆ Identifikácia návštevníkov s regiónom / mestom
- ◆ Využívanie verejných priestorov s cieľom posilňovania a efektívneho využívania genia loci
- ◆ Budovanie verejného života v meste zaangažovaním kultúry
- ◆ Vpád umenia do verejných priestorov - kultúrny život verejných priestorov
- ◆ Vízia realizácie aktivít v oblasti viacerých umeleckých druhov, napríklad vo výtvarnom, scénickom, pohybovom umení

- ◆ realizácie umeleckých a estetických pouličných a exteriérových realizácií, street art, environmentálne umenie, land art, site-specific, podpora performatívnych aktivít a umenia v konkrétnych exteriérových lokalitách...
- ◆ Manažovanie umenia vo verejnom priestore - sprostredkovanie komunikácie a spolupráce medzi všetkými aktérmi - umelci - verejné inštitúcie - súkromní investori či podnikatelia

Vzdelanie posúva ľudí bližšie k pravde, dáva im väčšiu slobodu, rozvíja ich osobnosť a má aj ekonomický význam.

Chcem vybudovať stratégiu a štruktúru vzdelávania zamestnancov MKC Hlohovec s ohľadom na prerozdelenie kompetencií a využitie silných stránok konkrétnych zamestnancov.



INVESTÍCIA DO ĽUDSKÉHO KAPITÁLU MKC HLOHOVEC

CIELE

a prostriedky

- ◆ Zvýšenie sebavedomia
- ◆ Zvýšenie individuálnej zodpovednosti
- ◆ Samostatnosť a sloboda v sebarealizácii
- ◆ Vzdelanie ako konkurečná výhoda

- ◆ Investícia inštitúcie do vzdelávania a kvalifikácie, skvalitňovania a zvyšovania pracovných schopností, kultúrnych, umeleckých, kreatívnych, ale i administratívnych kompetencií kultúrnych pracovníkov
- ◆ Podnecovanie kreativity a vzdelávania, preškolenie a zvyšovanie kvalifikácie zamestnancov MKC Hlohovec v rôznych oblastiach s ohľadom na využitie ich silných stránok
- ◆ Podpora vzdelávania realizovaná s ohľadom na potenciál a možnú budúcu pridanú hodnotu

Finančná efektívnosť a udržateľnosť výrazne
pomáha napĺňať ciele.

Chcem sa sústrediť na diverzifikáciu zdrojov
financovania nad rámec príspevku od zriadovateľa.



PODPORA ZÍSKAVANIA FINANCIÍ Z PODPORNÝCH GRANTOVÝCH MECHANIZMOV

CIELE

a prostriedky

- ◆ Viacdrojové financovanie kultúrnych činností
- ◆ Moderné fundraisingové trendy
- ◆ Získavanie finančných zdrojov z verejného aj súkromného sektora

- ◆ Proaktívna činnosť zameraná na získavanie alternatívnych a pridružených možností financovania aktivít MKC Hlohovec
- ◆ Reagovanie na grantové výzvy a dotačné programy na všetkých úrovniach
- ◆ Efektívne hospodárenie s pridelenými finančnými prostriedkami

Kultúrna infraštruktúra je jednou z podmienok pre rozvoj a zachovanie miestnej kultúry a kultúrnych hodnôt.

Úroveň zariadení môže výrazne ovplyvňovať kultúrne diane a participáciu obyvateľstva na produkcii a na konzumácii kultúrnych produktov.



VYUŽÍVANIE A ROZVOJ EXISTUJÚCEJ KULTÚRNEJ INFRAŠTRUKTÚRY

CIELE

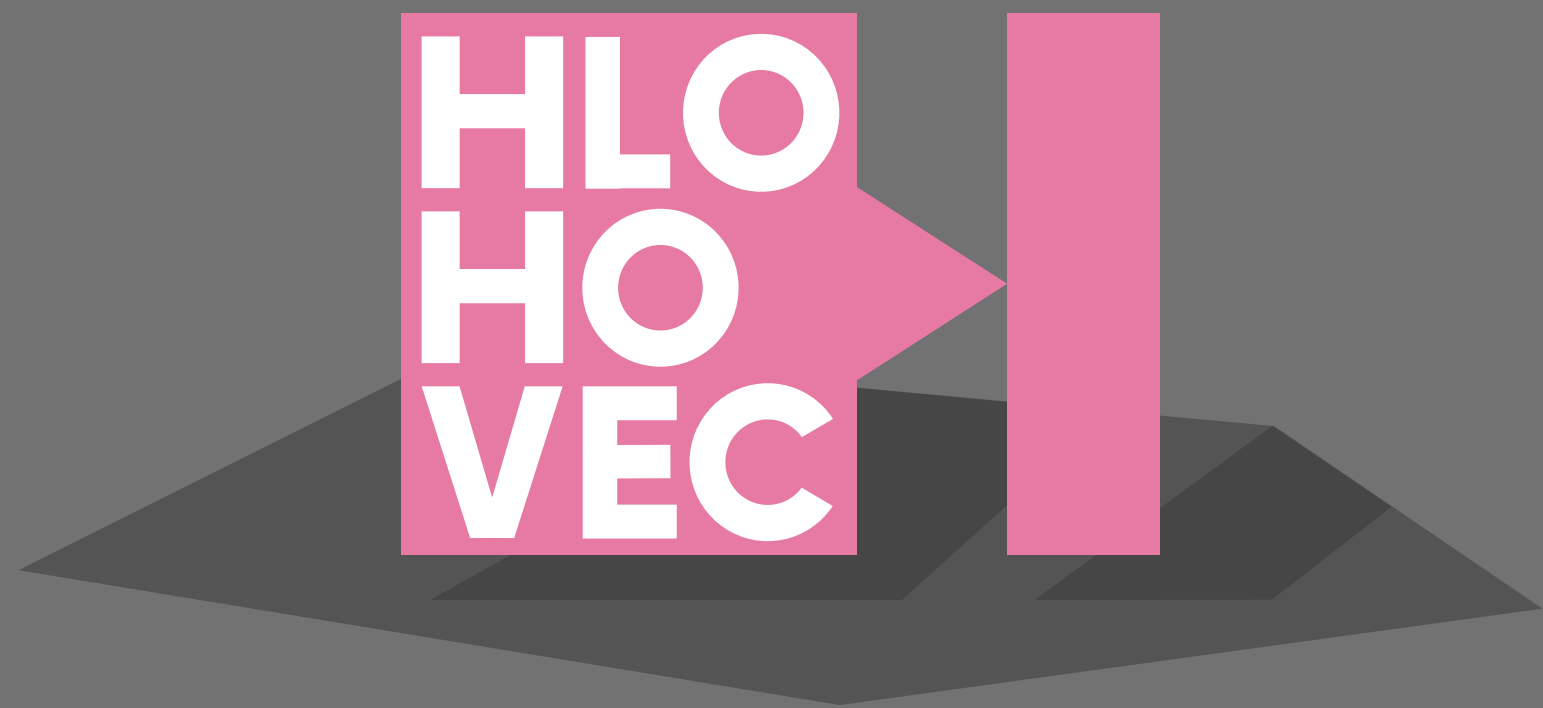
a prostriedky

- ◆ Pokračovanie v zlepšovaní v oblasti stavebno-technického stavu niektorých objektov, ich technického zázemia, podpora reprezentatívnosti
- ◆ Smerovanie k polyfunkčnosti a hľadanie synergie medzi jednotlivými objektami

- ◆ Využívanie kultúrnej infraštruktúry ako zázemia pre bohatú kultúrnu, umeleckú vzdelávaciu a osvetovú činnosť
- ◆ Rozvinutá kultúrna infraštruktúra ako podmienka realizácie kultúrnych činností

7 PRIORÍT A CIEĽOV PRE ROZVOJ MKC HLOHOVEC

- ◆ **Spolupráca a zvyšovanie angažovanosti** koncového konzumenta a tretích strán
- ◆ **Aplikácia úspešných princípov z komerčného prostredia** mimo kultúrneho sektora
- ◆ **Prepojenie moderného a tradičného** kultúrneho portfólia aj so zreteľom na **zvyšovanie kultúrnej gramotnosti**
- ◆ **Prepojenie verejných priestorov a kultúrnych podujatí** - verejný priestor ako katalyzátor kultúrneho života
- ◆ **Investícia do ľudského kapitálu MKC Hlohovec**
- ◆ Podpora získavania financií z **podporných grantových mechanizmov**
- ◆ **Využívanie a rozvoj existujúcej kultúrnej infraštruktúry**



VERONIKA MORAVČÍKOVÁ
2019