

Ewa Kamila Kłysz

**PROGRAM DZIAŁANIA MUZEUM HISTORII PRZEMYSŁU
W OPATÓWKU
NA OKRES 3 LAT 2026-2028**



SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ I. DIAGNOZA

ROZDZIAŁ II. PROGRAM DZIAŁANIA

ROZDZIAŁ III. WDRAŻANIE PROGRAMU

I. DIAGNOZA

1.1. Analiza zasobów wewnętrznych muzeum

Muzeum Historii Przemysłu (MHPO) jest samorządową instytucją kultury, której organizatorem jest Powiat Kaliski, wpisaną do rejestru instytucji kultury organizatora pod numerem 1/99. Instytucja jest także wpisana do Państwowego Rejestru Muzeów, prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod numerem 45/98. Ogólny nadzór nad placówką sprawuje minister właściwy do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego, a bezpośredni Zarząd Powiatu Kaliskiego.

Działalność muzeum koncentruje się na dokumentowaniu polskiego dziedzictwa przemysłowego i upowszechnianiu wiedzy o nim. Szczegółowy zakres działania i zadania Muzeum określone zostały w Statucie. Zapisano w nim m.in.: „Zakres działania Muzeum obejmuje prowadzenie działalności o charakterze naukowo badawczym i edukacyjnym z zakresu dziejów Kaliskiego Okręgu Przemysłowego, a poprzez wybrane kolekcje przemysłu polskiego oraz upowszechnianie i ochronę wartości kultury, zaspokajanie i rozwijanie potrzeb w zakresie muzealnictwa i ochrony zabytków, szczególnie zabytków techniki oraz innych dziedzin życia”.

Do zadań instytucji należy:

- gromadzenie zbiorów z zakresu historii przemysłu, techniki, technologii i organizacji produkcji, wyrobów przemysłowych oraz instrumentów muzycznych (fortepiany i pianina) i sztuki;
- katalogowanie i naukowe opracowywanie zbiorów;
- przechowywanie zbiorów w warunkach zapewniających im właściwy stan zachowania i bezpieczeństwo oraz magazynowanie ich w sposób dostępny do celów naukowych;
- zabezpieczanie i konserwację zbiorów;
- urządzenie wystaw stałych i czasowych;
- organizowanie i prowadzenie badań i ekspedycji naukowych;
- prowadzenie działalności edukacyjnej;
- popieranie i prowadzenie działalności artystycznej i upowszechniającej kulturę;
- udostępnianie zbiorów do celów edukacyjnych i naukowych;

- prowadzenie biblioteki naukowej z zakresu dyscyplin reprezentowanych z muzeum oraz muzealnictwa;
- prowadzenie współpracy i wymiany naukowej z muzeami, placówkami naukowymi i stowarzyszeniami w kraju i poza granicami;
- zapewnienie właściwych warunków zwiedzania i korzystania ze zbiorów;
- działalność wydawnicza, upowszechnieniowa i promocyjna;
- organizowanie innych form działalności kulturalnej (koncerty, spotkania autorskie, sesje, szkolenia itp.).

MHPO jest instytucją o 45-letnim stażu, z ustaloną już dobrą marką, jest doceniane przez mieszkańców i organizatora. Poprzez podejmowane działania i unikatowe zbiory jest postrzegane jako miejsce szczególne, wyjątkowe, przyciągające tym czego nie mają inni w otoczeniu. Pozycję, którą wypracowano należy utrzymać i dalej rozwijać.

SIEDZIBA

Muzeum mieści się w klasycystycznym, dwustuletnim, unikatowym, zachowanym niemal w całości kompleksie dawnej fabryki sukna Adolfa Gotlieba Fiedlera i jego syna Edwarda Magnusa Fiedlerów, wybudowanym w latach 1824-1830. Historycy architektury oceniają obiekt jako jeden z najcenniejszych przykładów architektury industrialnej w Europie. Obiekt przeznaczony na cele muzealne to skrzydło wschodnie z częścią północnego i budynkami przyległymi od strony dziedzińca, o kubaturze ponad 14510,16 m³ i powierzchni całkowitej 5303,64m² (oddane do użytku w 1991 r.) oraz skrzydło zachodnie o kubaturze 7418m³ i powierzchni całkowitej 2695,73m², oddane do użytku w 2024 r. Dostęp do obiektów jest od strony ulicy Kościelnej oraz od strony ulicy Poniatowskiego.

Skrzydło wschodnie wybudowane w latach 1824-1826, pięciokondygnacyjne, z poddaszem nieużytkowym. Konstrukcja wewnętrzna z drewna modrzewiowego, sosnowego i dębowego, z dwoma rzędami słupów i belkowaniem oraz żeliwną klatką schodową. Od strony dziedzińca przylegają do niego odbudowane w latach 80. XX w.: maszynownia, dawna wozownia oraz magazyn wyrobów gotowych z rampą. Po II wojnie światowej użytkowane na mieszkania socjalne i magazyny. Po pożarze części północnej w 1969 r. opustoszałe i niszczące. W 1981 r. obiekt został obrany na siedzibę MHPO i tym sposobem uratowany przed całkowitą dewastacją. Po dziesięciu latach remontu, w 1991 r. otwarte dla publiczności. Skrzydło obecnie wymaga już pilnych prac remontowo-konserwatorskich, w tym wymiany ślusarki okiennej. Stanie się to możliwe dzięki dobrej współpracy MHPO z Powiatem Kaliskim i Urzędem Miasta i Gminy Opatówek i dofinansowaniu wspólnego projektu *Miasteczko Róży Wiatrów – historycznie i kulturalnie* z funduszy unijnych w ramach programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Wielkopolski 2021-2027 Na wymianę ślusarki okiennej przewidziano kwotę 602 098 zł.

W skrzydle wschodnim wraz z zabudowaniami przyległymi ok. 2000 m² zajmuje powierzchnia wystawiennicza. Resztę zajmują pomieszczenia biurowe, gospodarcze, magazynowe oraz ciągi komunikacyjne. Na każdym piętrze znajduje się łazienka. Brak jednak łazienki dla osób z niepełnosprawnością ruchową. Łazienkę taką należy zaprojektować

i urządzić na parterze. Od 2021 r. w budynku jest winda osobowa do 300 kg umieszczona w szybie zabytkowej żeliwnej klatki schodowej. Jest jednak wąska – niektóre typy wózków nie mieszczą się w niej. Istnieje druga winda – towarowa do 3200 kg, ale dochodzi tylko do 2. piętra, jest już mocno przestarzała i w przyszłości należy wymienić ją na nową, dochodzącą do 3 piętra.

W 200-letnim skrzydle wschodnim i północnym występuje wilgoć i zagrzybienie w ścianach przyziemia i zabudowań przylegających do niego od strony dziedzińca (dawna maszynownia, powozownia). Rozwiązaniem jest nowoczesna technologia w postaci sprawdzonego urządzenia, które osusza obiekt w ciągu 24 miesięcy, a po tym czasie aktywnie blokuje proces podciągania kapilarnego wilgoci z gruntu. Muzeum posiada już zgodę konserwatora zabytków na zainstalowanie urządzenia. Koszt realizacji to ok. 45 000 zł. Należy w najbliższym roku pozyskać zewnętrzne źródło dofinansowania na realizację tego projektu.

Skrzydło zachodnie wybudowane ok. 1830 r. na tkalnię fabryki Fiedlerów, składa się z czterech kondygnacji o powierzchni użytkowej 1602,04 m². Konstrukcja wewnętrzna wzniesiona została z drewna modrzewiowego, sosnowego i dębowego, z rzędem słupów dźwigających stropy na każdej sali. Po II wojnie światowej użytkowane było w latach 1950-1997, zgodnie ze swym pierwotnym przeznaczeniem przez Cepelię. W 1998 r. zostało przekazane muzeum przez Urząd Gminy w Opatówku. Niestety po zrealizowaniu pierwszych prac konserwatorskich w 1999 r. (oczyszczenie drewnianej konstrukcji z farby olejnej, położenie tynków zewnętrznych) możliwości finansowe muzeum nie pozwoliły na jakiegokolwiek dalsze prace rewitalizacyjne, a stan obiektu ulegał pogorszeniu. Dzięki dofinansowaniu ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2014-2020 projektu *Zabezpieczenie budynku Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku oraz rewitalizacja i adaptacja jego zachodniego skrzydła na cele kulturalne*, zostało ono poddane kompleksowym pracom remontowo – adaptacyjnym i oddane do użytkowania w grudniu 2024 r. Środki w wysokości 2 373 809,35 zł przyznane zostały przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego. Pozostałą kwotę - 3 325 070,20 zł - zapewnił organizator Muzeum – Powiat Kaliski. Rewitalizacja i adaptacja zachodniego skrzydła jest efektem wieloletnich starań, aby nie tylko ocalić, ale także w odrestaurowanych z zachowaniem ich historycznego wyglądu wnętrzach, prezentować posiadane zbiory, realizować ofertę edukacyjną, turystyczną i kulturalną. W trakcie prac pod nadzorem konserwatorskim i pracowników merytorycznych muzeum zachowano niemal 100 % zabytkowej substancji (z wyjątkiem kilku zniszczonych belek na najwyższej kondygnacji), z dbałością o historyczne detale. Oczyszczono i wyeksponowano piękne drewniane kroksztyny na halach fabrycznych, pozostałości korka w ścianach przyziemia (jako pamiątka po chłodni drobiu) oraz kilka artefaktów z wyposażenia fabrycznego. Wśród nich bardzo cenny, XIX -wieczny zbiornik na wodę oraz działającą ręczną windę wewnętrzną z 2. poł. XX w. Oczyszczeniu i zabezpieczeniu poddano także komin fabryczny z 1870 r. Został on dodatkowo podświetlony, a z najwyższej kondygnacji wyprowadzono drzwi pod przyszłą platformę widokową wokół komina. Starania te docenione zostały przez jury konkursu „IZABELLA” na Wydarzenie Muzealne Roku 2024, pod patronatem Marszałka Województwa Wielkopolskiego i uhonorowane Nagrodą Główną Grand Prix.

Realizacja ta zwiększyła znacznie zasoby infrastruktury muzeum. W przyziemiu znalazła swoje miejsce wystawa stała silników lotniczych WSK PZL Kalisz. Na parterze urządzono salę konferencyjno – koncertową z poddanym pełnej konserwacji fortepianem Calisia z 1958 r. i artefaktami po Cepelii. Jest tu także szatnia, garderoba dla artystów, zaplecze socjalne i toalety. Pierwsze piętro przewidziano na przyszłość jako miejsce realizacji wystawy stałej. Proponuję urządzić tutaj **magazyn studyjny**, który rozwiąże częściowo **problemy magazynowe** dla rosnącej liczby muzealiów. Na najwyższej kondygnacji powstała piękna, przestronna sala z odsłoniętym belkowaniem, gdzie realizowane są już pierwsze wystawy czasowe.

W najbliższych latach należy jeszcze doposażyć salę wystaw czasowych (ścianki muzealne, gabloty spełniające standardy ministerialne, dodatkowe oświetlenie, system linkowy do zawieszania obiektów). Poza wymienionymi pomieszczeniami skrzydło zachodnie mieści jedno pomieszczenie dla pracowników merytorycznych, jedno dla pracownika obsługi, pomieszczenie magazynowe i na każdej kondygnacji toalety, w tym dla osób niepełnosprawnych. W efekcie projektu rozbudowano obiekt o stopnie i podest wejścia głównego, klatkę schodową i windę towarowo - osobową. Wykonano całkowity demontaż istniejących instalacji oraz zamontowano nowe, nowoczesne instalacje sanitarne, elektroenergetyczne, wentylacyjne, monitoringowe, ppoż. i antywłamaniowe, w zakresie wynikającym z projektowanej funkcji obiektu. Obiekt z obszerną windą, przestronnymi ciągami komunikacyjnymi, toaletami jest w pełni dostępny dla osób z niepełnosprawnością ruchową, w tym na wózkach.

W posiadaniu muzeum znajduje się także dawny dziedziniec fabryczny, zamknięty, ogrodzony murem, wyłożony trelinką w czasie adaptacji na potrzeby muzealne w latach 80. XX w. Do dziś infrastruktura dziedzińca została mocno zniszczona. Udaje się jednak realizować tam od dwóch lat cykliczne wydarzenie plenerowe pn. „Majówka u fabrykanta”. W jego programie znalazły się takie stałe punkty jak: inscenizacje z dziejów Opatówka, fabryki i przemysłu na ziemiach polskich, pokaz maszyn w ruchu, gry, zabawy i animacje dla dzieci, warsztaty muzealne, konkursy, poczęstunek „swojskim jądłem”, koncert kapeli/ kino letnie. Wydarzenie realizowane jest w szerokim partnerstwie z samorządami, instytucjami kultury i lokalnymi stowarzyszeniami oraz przyjaciółmi muzeum. Spotkało się z olbrzymim zainteresowaniem i będzie kontynuowane. Szansą na poprawę komfortu gości muzeum i organizatorów oraz szersze wykorzystanie dziedzińca dla celów edukacyjnych i promocji muzeum jest realizacja projektu „*Miasteczko Róży Wiatrów...*”.

Powierzchnie ekspozycyjne na pięciu kondygnacjach skrzydła wschodniego i w budynkach przyległych od strony dziedzińca to ponad 2000 m². Natomiast skrzydła zachodniego to ok. 1500 m². Łącznie powierzchnia ekspozycyjna wynosi ponad 3500 m². **Siedziba wraz z przyległym, ogrodzonym, dawnym dziedzińcem fabrycznym jest wielkim atutem MHPO.**

WYSTAWY

Stałe wystawy eksponowane są w czterech dawnych halach fabrycznych skrzydła wschodniego o powierzchni ponad 300 m² każda oraz w budynkach przyległych (dawna maszynownia i powozownia). Drewniana konstrukcja wnętrza tworzy niepowtarzalny klimat ekspozycji.

Oficjalne otwarcie muzeum nastąpiło w 1991 r. - po dziesięciu latach prac remontowo-adaptacyjnych nad zrujnowanym budynkiem. W kolejnych latach powstało dziewięć stałych ekspozycji:

1. Kaliskie w okresie industrializacji ziem polskich.
2. XIX-wieczne napędy parowe, maszyny pracujące i ich wynalazcy.
3. Fortepiany firm polskich XIX – XX wieku.
4. Boneterie. Zabytkowe maszyny dziewiarskie, projekty mody.
5. Laboratorium XX wieku.
6. Dawna maszynownia fabryczna (z maszyną parową w ruchu in situ).
7. Drukarnia – pracownia czerpania papieru.
8. Ornaty papieskie na tle zabytkowych paramentów liturgicznych XVI- XX wieku.
9. Ceramika polska XX wieku.

Po remoncie i otwarciu skrzydła zachodniego w 2024 r., zagospodarowane zostało od razu jego przyziemie na dziesiątą ekspozycję stałą:

10. Silniki lotnicze WSK PZL Kalisz.

W drugiej połowie 2021 r., w związku z realizacją przez Powiat Kaliski zadania *Zagospodarowanie terenu wokół zabytkowego budynku Starostwa Powiatowego w Kaliszu na obszarze zabytkowego staromiejskiego zespołu urbanistycznego miasta oraz Adaptacja zabytkowej Sali nr 1 Starostwa Powiatowego w Kaliszu na cele kulturalno - wystawiennicze*”, dofinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, stała ekspozycja MHPO „Ornaty papieskie na tle zabytkowych paramentów liturgicznych XVI-XX wieku”, została przeniesiona na 5 lat do wyremontowanej tzw. Sali Rycerskiej w siedzibie Starostwa Powiatowego w Kaliszu. Jej głównymi odbiorcami są turyści oraz pielgrzymi, licznie odwiedzający znajdujące się w sąsiedztwie Narodowe Sanktuarium św. Józefa. Realizacja projektu umożliwiła zatrudnienie przez muzeum dwóch osób, które doskonale sprawdziły się w ostatnich czterech latach i zostały zatrudnione na czas nieokreślony. Na przełomie 2026/2027 r. obiekty wrócą do muzeum, do sali w której były udostępnione wcześniej.

Do 2025 r. na najwyższej kondygnacji skrzydła wschodniego odbywały się wystawy czasowe. Od 2025 r. urządzane są one na najwyższej kondygnacji skrzydła zachodniego. Średnio cztery - pięć w roku. Oryginalne wnętrza dwustuletniej fabryki przyciągają artystów zarówno lokalnych, jak i znanych szerszej publiczności (w minionych latach Franciszek Starowieyski, Albin Tomaszewski, Tadeusz Hasior). Wystawy czasowe prezentują bardzo

różnorodną tematykę: od sztuki, poprzez historię, archeologię, etnografię po technikę. Są realizowane w oparciu o zbiory innych muzeów, osób prywatnych, własne oraz prace artystów. Ich wernisaże, uświetnione koncertami, gromadzą liczną i wierną publiczność (ok. 100-150 osób).

Wystawy stałe oparte na unikatowych i cennych obiektach historycznych, są ciekawe i oryginalne, choć trudniejsze dla szerokiej publiczności od nowoczesnych narracyjnych wystaw multimedialnych.

Z pewnością uatrakcyjnią i ożywią wystawy, przyciągną większą liczbę zwiedzających (zwłaszcza młodych), **interaktywne elementy multimedialne**. Planujemy wprowadzenie kiosków multimedialnych w różnej postaci: hologramów postaci historycznych związanych w fabryką – fabrykanta Fiedlera oraz Aleksandry i Józefa Zajączków, nagrania ukryte w obiektach – rozmowa majstra z fabrykantem w telefonie i wywiady z pracownikami Cepelii w szafce robotniczej oraz innych rozwiązań multimedialnych. Poprzez relacje postaci historycznych, archiwalne fotografie, animacje procesów technologicznych czy gry edukacyjne multimedia te nie będą jedynie dodatkiem, lecz „głosem” kolejnego rozdziału opowieści o historii polskiego przemysłu i ludziach go tworzących. Umożliwią większe zaangażowanie młodych odbiorców, emocjonalne zapamiętanie treści, połączenie tradycyjnej, obiektowej ekspozycji z nowoczesną narracją przy jednoczesnym zachowaniu merytorycznej wartości zbiorów.

Na holu muzeum oraz przy wejściu na każdą ekspozycję w 2025 r. umieszczone zostały kody QR z informacjami nt. wystaw. Dodatkowym źródłem wiedzy będą kody QR umieszczone przy wybranych – najważniejszych, unikatowych eksponatach na wystawach.

W ramach rozwoju wystaw planuję wprowadzenie **interaktywnych stanowisk „hands-on”**, które pozwolą zwiedzającym aktywnie poznawać procesy przemysłowe. Klocki do składania bryły klasycystycznej fabryki, mini dziewiarka do samodzielnego wykonania dzianiny, małe krosienko do tkania oraz zestaw drzeworytów do barwnego druku umożliwią samodzielne doświadczenie technologii, tworząc most między eksponatem a praktyką. Takie rozwiązania pełnią jednocześnie **funkcję edukacyjną i dostępnościową**, pozwalając osobom z różnymi potrzebami sensorycznymi, poznawczymi i ruchowymi uczestniczyć w wystawie.

Od 35 lat system zwiedzania muzeum opiera się na oprowadzaniu przez pracowników. To oparte na bezpośredniej interakcji, niezwykle cenne doświadczenie zarówno dla zwiedzających jak i dla pracowników muzeum. Ma on jednak i swe ujemne strony. Przy obsłudze publiczności przez pracowników merytorycznych, pochłania dużo czasu, którego brakuje na realizację innych obowiązków. Dobrym i sprawdzonym rozwiązaniem będzie wprowadzenie **systemu audiogide**, które zapewni obustronne korzyści zarówno dla gości (brak bariery komunikacyjnej, niezależność i własne tempo, intymność odbioru) jak i dla muzeum (wizerunek instytucji nowoczesnej i otwartej, optymalizacja ruchu, odciążenie personelu). W muzeum przeprowadzono już diagnozę przedwdrożeniową, z której wynika, że optymalnym rozwiązaniem będzie zakup dedykowanych urządzeń ze ścieżką dla dorosłych i rodzinną oraz ścieżką w języku angielskim.

Wymienione do realizacji stanowiska multimedialne, system audiogide oraz oświetlenie i kilka innych elementów wyposażenia możliwe będą do osiągnięcia przez muzeum na przełomie 2026/2027 dzięki dofinansowaniu w projekcie *Miasteczko Róży Wiatrów – kulturalnie i historycznie*.

Nowe technologie opowiadające historię oraz interaktywne stanowiska hands-on umożliwią wprowadzenie **storytellingu historycznego**, który połączy wszystkie wystawy w spójną, angażującą opowieść o ludziach tworzących polski przemysł – od przedsiębiorców po rzemieślników i artystów. Multimedia i stanowiska interaktywne (relacje historycznych postaci, animacje, archiwalne fotografie i filmy, quizy i gry edukacyjne) pozwolą zwiedzającym wejść w świat codziennej pracy i decyzji bohaterów, a audioprzewodnik dla dorosłych, rodzin, ze ścieżką w języku angielskim zapewni spójny „głos narratora”.

Dzięki storytellingowi i grywalizacji muzeum stanie się miejscem **uczestnictwa w historii**, nie tylko jej obserwacji. Nowoczesne formy edukacji i interakcji przyciągną młodszych odbiorców i rodziny, zwiększą atrakcyjność wystaw oraz wzmocnią pozycję muzeum jako instytucji innowacyjnej, łączącej rzetelność historyczną z emocjonującym doświadczeniem.

ZBIORY

Drugim filarem muzeum są unikatowe zbiory i kolekcje. W ciągu 45 lat istnienia w muzeum zgromadzono 14 000 muzealiów. Spośród tej liczby wyodrębniono kilka naprawdę ciekawych kolekcji (maszyn parowych, krosien i maszyn hafciarskich, maszyn dziewiarskich, fortepianów i pianin (84 szt.), ceramiki polskiej XX w., tkanin zabytkowych XVI – XXI w. (z trzema ornatami papieskimi), tkanin i dzianin współczesnych, maszyn i urządzeń drukarskich, maszyn i urządzeń do druku na tekstyliach oraz drukowanych tekstyliów, projektów żakardowych, koronek i haftów przemysłowych. Większość z nich jest jedynym tego typu zbiorem w Polsce. To czyni muzeum opatóweckie wyjątkowym miejscem i stanowi jego wielki potencjał. Wśród nich wyróżnia się kolekcja fortepianów i pianin. Już teraz największa dostępna w Polsce. M.in. poprzez tę kolekcję należy wypracować strategię promocyjną muzeum, dzięki której będzie ono rozpoznawalne w całej Wielkopolsce i w całym kraju, a nawet poza granicami. W latach 2022-2023, dzięki dofinansowaniu MKiDN, 9 fortepianów nie nadających się do ekspozycji zostało poddanych konserwacji. To umożliwiło ich udostępnienie publiczności. Wielką szansą jest wspomniany projekt *Miasteczko Róży Wiatrów – kulturalnie i historycznie*. Termomodernizacja skrzydła wschodniego, w tym sali na najwyższej kondygnacji (do 2024 r. sala wystaw czasowych) umożliwi udostępnienie na stałe tych i dalszych instrumentów oraz pojedynczych zachowanych elementów fortepianów i pianin, zabytkowych maszyn i narzędzi używanych do produkcji, dokumentów archiwalnych i fotografii, nagrań, wywiadów, zgromadzonych w MHPO. Powinna tam powstać **nowoczesna, interaktywna, angażująca widza, stała ekspozycja pn. „Przemysł fortepianowy w Polsce w XIX i XX w.**, będąca opowieścią o ludziach, instrumentach, kolejnych etapach procesu produkcji fortepianów oraz bogatej historii tej gałęzi przemysłu w wymiarze ogólnopolskim. Wraz z pozostałą ofertą, dałaby MHPO miano perły nie tylko powiatu kaliskiego, ale całej Wielkopolski. Do realizacji tej wystawy, poza specjalistami ze świata nauki (prof. Benjamin

Vogel, prof. Krzysztof Rottermund) i muzealnictwa (Muzeum Instrumentów w Poznaniu, Pałac w Ostromecku), zaprosimy Stowarzyszenie Polskich Stroicieli Fortepianów, Technikum Budowy Fortepianów im. G. A. Fibigera w Kaliszu oraz przedstawicieli firm działających w branży fortepianów i pianin – tak licznie reprezentowanej w Kaliszu. Realizacja takiej wystawy w szerokim partnerstwie przyniesie wiele korzyści – zarówno dla muzeum, jak i dla społeczności lokalnej oraz środowiska branżowego:

- Wysoki poziom merytoryczny i wiarygodność

Zaangażowanie uznanych naukowców, muzealników oraz praktyków z branży zapewni rzetelność prezentowanych treści. Połączenie wiedzy teoretycznej z doświadczeniem zawodowym pozwoli stworzyć ekspozycję kompleksowo ukazującą historię i technologię produkcji fortepianów.

- Nowoczesność i atrakcyjność ekspozycji

Współpraca z różnymi partnerami będzie sprzyjać wykorzystaniu innowacyjnych rozwiązań – interaktywnych stanowisk, materiałów audiowizualnych czy prezentacji procesu budowy instrumentów. Dzięki temu wystawa może zainteresować zarówno specjalistów, jak i szeroką publiczność, w tym młodzież.

- Integracja środowisk i wymiana doświadczeń

Projekt stanie się platformą dialogu między nauką, edukacją, muzealnictwem i przemysłem. Taka kooperacja sprzyja wymianie wiedzy, rozwojowi kompetencji oraz budowaniu trwałych relacji, które mogłyby zaowocować kolejnymi inicjatywami.

- Wzmocnienie znaczenia muzeum i regionu

Ekspozycja przygotowana w partnerstwie z renomowanymi instytucjami podniesie prestiż MHPO, wzmacniając jego pozycję jako ważnego ośrodka kultury i dziedzictwa przemysłowego. Przyciągnie także turystów, wspierając promocję powiatu kaliskiego i całej Wielkopolski.

- Wartość edukacyjna

Udział szkoły technicznej oraz przedstawicieli branży umożliwi tworzenie programów edukacyjnych, warsztatów i pokazów, które przybliżą zawód budowniczego i stroiciela fortepianów. To szansa na inspirowanie młodych ludzi oraz popularyzację ginących specjalizacji.

- Potencjał rozwojowy i finansowy

Partnerstwo zwiększa wiarygodność projektu w oczach grantodawców i sponsorów, co może ułatwić pozyskiwanie środków na dalszy rozwój muzeum. Jednocześnie współpraca z firmami branżowymi może otworzyć drogę do wsparcia rzeczowego lub technologicznego. W efekcie powstanie nie tylko atrakcyjna wystawa stała, ale także silny, rozpoznawalny projekt kulturalny, który stanie się wizytówką regionu i ważnym punktem na mapie polskiego dziedzictwa przemysłowego i muzycznego.

W kolekcji fortepianów i pianin znajduje się także niezwykle cenny fortepian z najstarszej kaliskiej firmy Grzegorza Liendemanna z lat 30.- 40. XIX w. Należy poddać go

pełnej konserwacji, tak aby mógł odzyskać nie tylko swe pierwotne piękno ale także walory użytkowe. Umieszczony w centralnym miejscu na istniejącej już wystawie fortepianów, w salonowym *entourage'u*, będzie służył m.in. realizacji kameralnych koncertów i pokazów gry na zabytkowym instrumencie przez pianistów specjalizujących się w takiej grze, realizacji nagrań płyt przez zainteresowanych artystów, zajęć edukacyjnych w cyklu „dotknij historii” z warsztatami „Jak grało się w XIX w.? A jak dziś?” czy pokazem budowy, mechanizmu i różnic konstrukcyjnych. Efekty tego projektu są adresowane do szerokiego kręgu odbiorców, przede wszystkim jednak dla dzieci i młodzieży oraz seniorów. Projekt nada wystawie nową, żywą funkcję. Instrument stanie się nie tylko cennym zabytkiem, lecz także aktywnym narzędziem edukacji i animacji kultury. Dla dzieci i młodzieży (m.in. uczniów szkół muzycznych) będzie to unikatowa lekcja historii i praktyki wykonawczej – możliwość poznania brzmienia oraz techniki gry na instrumencie historycznym. Dla seniorów projekt stworzy przestrzeń do uczestnictwa w kameralnych koncertach i spotkaniach o charakterze wspomnieniowym, wzmacniając więź z lokalnym dziedzictwem. Inicjatywa ma charakter międzypokoleniowy, łącząc funkcję ochrony zabytku z aktywną działalnością edukacyjną i koncertową, budując trwałą relację społeczności z muzeum jako miejscem żywej kultury. O jego dofinansowanie będziemy aplikować w 2026 r. m.in. do MKiDN w programie „Wspieranie działań muzealnych”.

Drugą unikatową kolekcją jest kolekcja haftów i koronek przemysłowych. Jestem autorką scenariusza wystawy „Damą być. Koronki i hafty przemysłowe z kolekcji MHP w Opatówku”, która będzie pokazywana za granicą naszego kraju, promując polskie dziedzictwo i dokonania MHPO. Wystawie będzie towarzyszyć katalog w języku obcym oraz bogaty program edukacyjny z warsztatami projektowania wzorów na hafty i koronki, haftowania, sitodruku na torbach ekologicznych wzoru koronki/logotypu wystawy oraz wykładami i prezentacjami m.in. nt. kolekcji, historii polskiego (w tym kaliskiego) dziedzictwa produkcji tych wyrobów przemysłowych oraz idei Zero Waste w modzie, produkcji przemysłowej i życiu codziennym. Wystawy realizowane będą w szerokim partnerstwie z Instytutami Polskimi, partnerami zagranicznymi oraz fabrykami „Haft” i „Runotex” z Kalisza. Dzięki współpracy Powiatu Kaliskiego z prowincją Frosinone we Włoszech muzeum pozyskało już partnerów włoskich z miasta Arpino (Lombardia). Bazując na doświadczeniu sprzed lat, planuję odbudować współpracę z Miastem Kalisz i jego miastami partnerskimi. Planowane źródło dofinansowania; program MKiDN „Promocja kultury polskiej za granicą”, programy dla projektów adresowanych dla Polonii.

Ewenementem MHPO jest również sposób pozyskiwania zbiorów. Dzięki systematycznej, od ponad 25 lat realizowanej współpracy z fabrykami oraz zaufaniu wśród społeczeństwa, zbiory w prawie 100 % pochodzą z darowizn i przekazów. Z drugiej jednak strony, aby móc korzystać także z drogi powiększania kolekcji drogą zakupów (która jest zamknięta z powodu ograniczeń finansowych), należy opracować politykę gromadzenia zbiorów, by móc korzystać ze środków finansowych przyznawanych przez Narodowy Instytut Muzealnictwa w ramach programu „Rozbudowa zbiorów muzealnych”.

Zbiory są ewidencjonowane, opracowywane, przechowywane i upowszechniane. Pracownicy merytoryczni aktywnie upowszechniają wiedzę o muzeum, kolekcjach i historii przemysłu, publikując w czasopismach popularnonaukowych, recenzując publikacje naukowe (w ostatnim czasie dla Archiwum Państwowego w Kaliszu oraz „Rocznika Kaliskiego”). Wydawane są informatory wystaw, informator o placówce i jej historii - w 2020 r. katalog kolekcji fortepianów oraz ilustrowany album popularyzujący Opatówek oraz muzeum, w 2024 r. katalog kolekcji tkanin zabytkowych nagrodzony 1 miejscem w konkursie „IZABELLA” (*Ornaty papieskie na tle tkanin zabytkowych XVI-XX w.*). W instytucji brakuje komputerowego programu do ewidencji i opracowywania zbiorów. Program taki jest elektronicznym katalogiem zbiorów i podstawowym źródłem informacji na ich temat, z którego korzystają zarówno pracownicy Muzeum, jak i osoby z zewnątrz, prowadzące działalność naukową. Dzięki projektowi „*Miasteczko Róży wiatrów – historycznie i kulturalnie*” muzeum zakupi taki program w 2026/2027r.

Zbiory – oprócz części kolekcji fortepianów i pianin prezentowanych na stałej wystawie oraz kolekcji szat i paramentów liturgicznych zamieszczonych w katalogu, nie zostały dotąd zdigitalizowane. Muzeum aplikowało w 2024 r. o dofinansowanie digitalizacji oraz cyfrowe udostępnienie 1000 szt. obiektów kolekcji ceramiki pruszkowskiej w projekcie „Kultura cyfrowa”. Tym razem bez powodzenia. Kolekcja ceramiki pruszkowskiej zajmuje szczególne miejsce w zbiorach muzeum. W 2003 r. dzięki moim wysiłkom jako prowadzącej dział Wyrobów Przemysłowych, MHPO otrzymało, po upadku ZPS w Pruszkowie, unikalny zespół z przykładowej wzorcowni wyrobów powstałych od końca XIX do pocz. XXI w. wraz z bogatą dokumentacją fotograficzną. Należy oczywiście w dalszym ciągu aplikować w projektach, które umożliwią realizację tego zadania. Jego celem jest zwiększenie dostępności i możliwości wykorzystania naszych zasobów muzealnych m.in. w działaniach naukowych i popularyzatorskich. Zdigitalizowane obiekty zostaną opracowane zgodnie ze standardami i upublicznione m.in. w serwisie www.wmuzeach.pl, zapewniając powszechny, bezpłatny dostęp online do nich.

EDUKACJA

W oparciu o zbiory powstała ciekawa oferta edukacyjna. W 2025 r. opracowana została z mojej inicjatywy nowa oferta edukacyjna, opublikowana w formie papierowej publikacji na targi edukacyjne „Kaliski Festiwal Nauki” organizowane przez Uniwersytet Kaliski. Każdy temat lekcji i warsztatów został ciekawie i w zachęcający sposób opisany i opatrzony konkretnymi odniesieniami do treści podstawy programowej. Nauczyciel zyskuje dzięki temu informację nt. treści i celów realizowanych z podstawy programowej na każdych zajęciach w muzeum. Autorzy tematów i scenariuszy zajęć edukacyjnych: dr Jarosław Dolat, dr Ewa Kłysz, Tomasz Pielak, Klaudia Filipczak, Ireneusz Pilas, Joanna Walczak, Aleksandra Napierała. Opracowanie odniesień do podstawy programowej i tekstu oferty: Joanna Walczak. Opracowanie graficzne publikacji: Artemis Keler.

Nasza bogata, interdyscyplinarna oferta edukacyjna, ze względu na szczególne miejsce, ma za zadanie pokazanie zmian głównie z zakresu techniki oraz - powstającego w dobie industrializacji - przemysłu. Jest skierowana do uczniów w różnych grupach wiekowych. Prowadzone przez naszych specjalistów zajęcia od dawna spotykają się z uznaniem, a grupy

chętnie do nas powracają. Zajęcia realizowane są w oparciu o kontakt z „żywą historią” – eksponatami i fragmentami ekspozycji, w łatwej, zapadającej w pamięci formie. Uczymy poprzez zabawę, dlatego także podczas lekcji staramy się wprowadzać aktywne metody nauczania.

Oferta edukacyjna podzielona jest na propozycje lekcji muzealnych i warsztatów z uwzględnieniem grup wiekowych.

LEKCJE MUZEALNE

Grupa wiekowa: przedszkole

1. Muzealne ABC
2. W starym kinie – projekcja bajek
3. Co nadaje się do muzeum?

Grupa wiekowa: klasy 1-3 szkoła podstawowa

1. Z włóknem poprzez wieki
2. Jak powstawały książki?
3. Jak usiąść? Jak podać? Jak się zachować? Czyli dobre maniere przy stole
4. Co się nadaje do muzeum? Gra dydaktyczna

Grupa wiekowa: klasy 4-8 szkoła podstawowa

1. Od robotnika do fabrykanta
2. Z włóknem poprzez wieki
3. Para buch, koło w ruch
4. Od trójpolówki do kombajnu
5. W izbie majstra i gabinecie fabrykanta
6. Miasto fortepianów...
7. W XIX-wiecznej drukarni czyli jak powstawały książki
8. Od gliny do talerzyka
9. Na co komu muzeum?
10. Czy potrzebny jest pracownik?
11. Jak usiąść? Jak podać? Jak się zachować? Czyli dobre maniere przy stole
12. Co się nadaje do muzeum? Gra dydaktyczna.

Grupa wiekowa: klasy 1-3 szkoły branżowe, klasy 1-5 szkoły średnie (technika i licea)

1. Kształtowanie się społeczeństwa przemysłowego w XIX w. na ziemiach polskich.
2. Jak ważny jest postęp technologiczny? Czyli rzecz o XVIII i XIX – wiecznych maszynach, napędach i ich wynalazcach.
3. Przemiany na wsi polskiej w XIX wieku.
4. Rozwój gospodarczy ziem polskich w XIX w.
5. Kaliski Okręg Przemysłowy XIX – XX w.
6. W izbie majstra i gabinecie fabrykanta
7. Miasto fortepianów... Przemysł fortepianowy w Kaliszu XIX – XX w.
8. W XIX-wiecznej drukarni, czyli jak powstawały książki?
9. Historia i technika produkcji wyrobów ceramicznych.
10. Muzeum i jego rola w ochronie dziedzictwa kulturowego.
11. Źródła powstawania bezrobocia na przykładzie kolekcji techniki w MHP.
12. Dobre maniere przy stole, praktyczna lekcja savoir-vivre'u Sztuka dobrego zachowania się w salonie towarzyskim.

WARSZTATY

1. Papier cenniejszy niż złoto – EKO warsztaty czerpania papieru.
2. Drukowanie na papierze. Warsztaty druku przy użyciu ręcznej prasy.
3. Nabojki, malowanki, wybijanki, czyli od ziemniaka do sitodruku. Drukowanie techniką sitodruku na torbach eko.
4. Czy linoryt to rycie liną? Warsztaty linorytu.
5. Od przędzy do tkaniny. Warsztaty tkackie.
6. Ozdoby na start. Warsztaty ozdób świątecznych, okazjonalnych lub biżuterii.
7. Ceramiczne wariacje. Warsztaty zdobienia ceramiki techniką dequpage lub warsztaty lepienia z gliny szybkoschnącej.
8. Poczta z muzeum. Warsztaty plastyczne z gotowych elementów.
9. W świecie prostych zabawek – warsztaty dla dzieci.

Obecnie, bazując na fortepianach poddanych konserwacji w latach 2022-2023, zgromadzonych narzędziach i innych artefaktach z nimi związanych, planujemy nowe warsztaty „Akademia Młodych Mistrzów”, skierowane do uczniów szkół muzycznych, w tym Technikum Budowy Fortepianów, uczniów specjalizujących się w konserwacji w liceach plastycznych i zainteresowanych szkół branżowych. Dotyczyć one będą kolejnych obszarów budowania fortepianów: mechanika, obudowa, akustyka, klawiatura oraz konserwacja drewna. Aplikowaliśmy na to zadanie w programie „Kulturalny Orlen”.

Od około 20 lat we współpracy w Muzeum Okręgowym w Toruniu realizowany jest międzynarodowy konkurs plastyczny dla dzieci i młodzieży „Moja przygoda w muzeum”. W Opatówku rozstrzygany jest etap regionalny, towarzyszy mu wystawa i nagrody wręczane przez starostę kaliskiego i burmistrza Opatówka na wernisażu, któremu towarzyszy koncert pod hasłem „Dzieci dla dzieci” (w wykonaniu uczniów Zespołu Państwowych Szkół Muzycznych w Kaliszu). Celem projektu jest m.in. rozwijanie wyobraźni i wrażliwości estetycznej oraz pogłębienie wiedzy dzieci i młodzieży o zbiorach muzealnych różnego typu.

MAGAZYNY

Rozpatrując kwestię zbiorów, należy też powiedzieć o ich magazynowaniu. Jest to słaba strona placówki: brakuje powierzchni magazynowych oraz nowoczesnego ich wyposażenia. Problem ten rozwiązałoby w znacznym stopniu **utworzenie magazynu studyjnego**, dostępnego dla publiczności, na pierwszym piętrze w skrzydle zachodnim (ponad 300 m²). Realizacje takie są stosowane obecnie na świecie i w naszym kraju w największych muzeach i spotykają się z wielkim zainteresowaniem publiczności. W kolejnych latach natomiast należy wyposażyć istniejące już magazyny. Dofinansowanie ze źródeł zewnętrznych, m.in.: programy MKiDN (Wspieranie działań muzealnych, Infrastruktura kultury), środki unijne i inne dostępne.

PRACOWNICY

Od sześciu lat funkcjonuje w MHPO struktura organizacyjna, oparta na dwóch działach merytorycznych, dziale administracyjnym i księgowości. Wielkim potencjałem instytucji są pracownicy, przede wszystkim merytoryczni. Wśród nich dwóch historyków, kustoszy dyplomowanych z tytułem doktora nauk humanistycznych, kierowników działów merytorycznych, od 28 lat związanych z tą placówką. To na ich barkach opiera się działalność

dwóch działów merytorycznych oraz w dużym stopniu spraw administracyjnych. Pozostali pracownicy merytoryczni to 1 kustosz i 4 adiunktów: **młodzi, o wysokich kompetencjach , kreatywni i przede wszystkim zaangażowani w realizację wspólnej misji.** Jeden z adiunktów – opiekun kolekcji fortepianów w dziale wyrobów przemysłowych w 2025 r. otrzymał uprawnienia rzeczoznawcy Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w zakresie opieki nad zabytkami w dziedzinie instrumentów muzycznych, ze specjalizacją fortepiany i pianina. Nasz pracownik jest jednym z dwóch rzeczoznawców w tej dziedzinie w Polsce. Kierownicy działów i podlegli im pracownicy obowiązki pracy merytorycznej łączą z obowiązkami typowo administracyjnymi, np. prowadzenie zamówień publicznych, pisanie wniosków o dofinansowanie, dostępność dla niepełnosprawnych, sprawozdawczość merytoryczna, BHP, ppoż, sprawy kadrowe i finansowe.

Łącznie, w muzeum jest zatrudnionych 17 osób, w tym 2 na pół etatu (główna księgową i bibliotekarka), 1 na 1/4 etatu (w dziale księgowości) i 1 na 2/5 etatu (zastępca dyrektora, pełniący od roku obowiązki dyrektora), co daje w sumie 15,65 etatu.

W strukturze organizacyjnej przedstawia się to następująco:

- dział historii przemysłu, techniki, technologii i organizacji produkcji: kierownik (kustosz dyplomowany), 1 kustosz (opiekunka kolekcji historycznej, poza tym bhp, ppoż, sprawy kryzysowe), 1 adiunkt (promocja, edukacja), 1 bibliotekarka (poza tym sklep muzealny, sprawy płacowe);

- dział wyrobów przemysłowych: kierowniczką (kustosz dyplomowany), 3 adiunktów (pierwszy: opiekun kolekcji fortepianów, drugi: p.o. głównego inwentaryzatora i archiwista zakładowy oraz 1 edukatorka), 1 graficzka (jednocześnie przewodnik po wystawie prezentowanej w Starostwie i tam oddelegowana na czas trwałości projektu *Zagospodarowanie terenu wokół zabytkowego budynku Starostwa Powiatowego...* - czyli do października 2026 r.).

- dział administracyjny: zastępca dyrektora (obecnie p.o. dyrektora), sekretarka/kadrowa, referent, 2 sprzątaczkę i 1 pracownik gospodarczy.

- dział księgowości: główna księgową, pomoc głównej księgowej.

Jeszcze do 2025 r. brakowało osób zaangażowanych wyłącznie w promocję i edukację. Obecnie są to dwie osoby (plus trzecia – graficzka). Jednym z kluczowych kierunków działań jest zmiana w strukturze organizacyjnej: wyodrębnienie działu edukacji i promocji, działu bądź samodzielnego stanowiska głównego inwentaryzatora, stanowiska konserwatora zbiorów, przesunięcie sklepu muzealnego z działu merytorycznego w strukturę działu administracji. Koniecznym krokiem jest uporządkowanie i jednoznaczne określenie zakresów odpowiedzialności pracowników w celu pełnego wykorzystania ich kompetencji oraz zapewnienia przejrzystej struktury organizacyjnej.

Szansę na zwiększenie załogi dają realizowane projekty ze środków unijnych. W ramach projektu rewitalizacji skrzydła wschodniego muzeum zatrudniło od 2025 r. 3 osoby. W przyszłości celowe wydaje się zatrudnienie konserwatora zbiorów, specjalistę ds. pozyskiwania środków zewnętrznych i ewentualnie zwiększenie zespołu edukatorów.

Pracownicy są kierowani w miarę możliwości na szkolenia podnoszące ich kwalifikacje zawodowe, organizowane przez Narodowy Instytut Muzealnictwa (NIM), Fundację Muzeów Wielkopolskich, bezpłatne kursy online polecane przez portal Gov.pl i inne. Niektórzy

doskonalą się we własnym zakresie, m.in. na studiach podyplomowych. Należy także udoskonalić system motywacji pracowników.

PROMOCJA

Od trzech lat placówka posiada namiot promocyjny i jest obecna ze swym stoiskiem i materiałami promocyjnymi na wielu wydarzeniach w Opatówku, powiecie kaliskim, Kaliszu i innych miejscach, m.in. w Warszawie na Targach Piano Congress. Wystawom czasowym i innym wydarzeniom towarzyszą zaproszenie, plakat, baner, broszury informacyjne i ulotki. Ciekawe, atrakcyjne wizualnie materiały promocyjne to zasługa graficzki muzealnej.

Muzeum prowadzi własną stronę internetową i jest obecne na Facebooku, od 2025 r. na Tik Toku i Instagramie. Ma też własne logo. Instytucja nie posiada jednak spójnego systemu identyfikacji wizualnej oraz nowoczesnej, dostępnej i przejrzystej strony internetowej. Konsekwentne stosowanie systemu SIW sprawia, że marka jest szybciej zapamiętywana, odróżnia się od konkurencji i sprawia wrażenie bardziej profesjonalnej. Muzeum potrzebuje silnej promocji na wszelkich możliwych polach, m.in. opartej na współczesnych narzędziach marketingowych. Dzięki dofinansowaniu w projekcie *Miasteczko Róży Wiatrów* muzeum w najbliższym czasie będzie miało nową, atrakcyjną i dostępną stronę internetową, kompatybilną z programem do ewidencjonowania zbiorów.

BUDŻET

Budżet jest zapewne jednym z niższych wśród muzeów wpisanych na listę Państwowego Rejestru Muzeów. W głównej mierze opiera się on na dotacji Organizatora. Dotacja podmiotowa organizatora i jej stosunek procentowy do przychodów ogółem w ostatnich trzech latach, przedstawiała się następująco:

2023r.: 1 388 700,00 zł - 85,8% przychodów

2024r.: 1 638 300,00 zł - 95,6% przychodów

2025r.: 1 918 435,00 zł – 98,1 % przychodów

Niewielkie są dochody własne ze sprzedaży i wynajmu: **2,7%** w 2023r., **1,7%** w 2024r., **1,9%** w 2025r.

Wartość przychodów uzupełniły w ostatnich latach:

- środki finansowe z MKiDN:

2023r.: **11,5%** przychodów (konserwacja muzealiów: fortepiany i maszyny, projekt „A mundury ich były szaraczkowe...”)

2024r.: **1,98%** (publikacja katalogu kolekcji zabytkowych tekstyliów)

- dotacje celowe Organizatora na realizację ww. zadań z dofinansowaniem MKiDN:

2023r.: 15 310 zł (konserwacja maszyn), 70 000 (konserwacja fortepianów), 8 000 zł (A mundury ich były...”)

2024 r.: 10 204 zł (publikacja katalogu)

- wkłady finansowe wniesione do projektów przez partnerów: LGD 7 „Kraina nocy i Dni” (8 000 zł w 2023 r., 1000 zł w 2024r.), Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej (5000 zł w 2023r., 2000 zł w 2024r.).

W 2023 r. Muzeum kontynuowało projekt inwestycyjny *Zabezpieczenie budynku MHP w Opatówku oraz rewitalizację i adaptację jego zachodniego skrzydła na cele kulturalne* z udziałem środków finansowych Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i środków budżetu krajowego zgodnie z umową: RPWP.04.04.01-30-0010.16-00, na ogólną kwotę ogółem 5 016 576,88 zł. Dotacja na realizację zadania w 2023 r. wynosiła 1 710 646,54 zł (z tego dotacja z EFRR – 401 546,29 zł oraz dotacja z budżetu Powiatu Kaliskiego – 1 309 100,25 zł).

Najwyższa wartość kosztów to wynagrodzenia osobowe i ich pochodne:

2023 r.: 56,9% w stosunku do kosztów ogółem

2024r.: 64,4%

2025r.: 68,7%

Na ochronę wydatkowane jest 4,8% budżetu, zakup energii (gaz, prąd) pochłania od 6,8% do 7,8%. Na realizację celów statutowych bez dofinansowania z zewnątrz przeznaczają się ok. 1% budżetu. Instytucja osiąga jednak równowagę i płynność finansową. Realizacja większych zadań statutowych możliwa jest dzięki pozyskiwaniu środków zewnętrznych.

1.2. Analiza otoczenia i interesariuszy zewnętrznych muzeum

MHPO usytuowane jest w Opatówku, niewielkim miasteczku w powiecie kaliskim, w województwie wielkopolskim. Atutem jest ciekawa historia miasta: siedziby arcybiskupów gnieźnieńskich, od 1807 r. zaś własności późniejszego namiestnika Królestwa Polskiego – gen. Księcia Józefa Zajączka. Zabalsamowane zwłoki księcia namiestnika spoczywają do dziś w kościele opatóweckim. Niestety niedostępne. Muzeum znajduje się na szlaku turystycznym, wytyczonym kilkanaście lat temu, od pałacu Niemojowskich w Marchwacu, do zalewu Szałe. W Opatówku jest też dworzec PKP, gdzie w przeszłości dojeżdżały składy kolejki wąskotorowej. Opiekę nad dzisiejszą wąskotorówką sprawuje Stowarzyszenie Kolejowych Przewozów Lokalnych oraz Powiat Kaliski, który w swej strategii ujął rewitalizację kolejki. W poprzednich strategiach rozwoju powiatu kaliskiego brak było zapisów na temat Muzeum Historii Przemysłu i jego miejsca na mapie turystycznej powiatu (Strategia Rozwoju Powiatu Kaliskiego na lata 2014-2021). Obecnie przygotowano projekt Strategii Rozwoju Powiatu Kaliskiego na lata 2025-2030 i w najbliższym czasie zostanie ona wprowadzona w życie. Aktywnie uczestniczyłam w jej tworzeniu jako reprezentantka muzeum i członkini Zespołu Ekspertów. W nowym dokumencie MHPO zajmie istotne miejsce na turystycznej i kulturowej mapie powiatu, na proponowanym szlaku dziedzictwa technicznego. Umieszczenie Muzeum w dokumencie strategicznym, jakim jest **Strategia Rozwoju Powiatu Kaliskiego na lata 2025-2030**, ma istotne znaczenie zarówno w wymiarze formalno - strategicznym, finansowym,

jak i wizerunkowym. Stanowi formalną podstawę do dalszego wzmocnienia pozycji muzeum, planowania jego rozwoju oraz pozyskiwania środków zewnętrznych.

Muzeum ujęte jest także w strategii rozwoju Miasta i Gminy Opatówek, co było czynnikiem niezbędnym do otrzymania dofinansowania w projekcie „*Miasteczko Róży Wiatrów – kulturalnie i historycznie*”, którego liderem jest Miasto i Gmina Opatówek, a partnerem i beneficjentem MHPO.

Na podstawie obserwacji oraz prowadzonego rejestru zwiedzających muzeum można zauważyć, że większość zwiedzających to mieszkańcy Opatówka i powiatu kaliskiego oraz samego Kalisza. Przeważają tu grupy zorganizowane, głównie dzieci i młodzież szkolna, cyklicznie studenci kierunku Budowa Maszyn Akademii Kaliskiej, kierunku Ochrona Dóbr Kultury WP-A w Kaliszu UAM w Poznaniu, od czasu do czasu uczestnicy uniwersytetów trzeciego wieku i grupy seniorów oraz osoby z niepełnosprawnościami (głównie intelektualnymi i w spektrum autyzmu) z pobliskich ośrodków. Turyści z dalszych rejonów naszego kraju i zagraniczni w grupach zorganizowanych pojawiają się rzadziej. Przeważają natomiast wśród gości indywidualnych. Jak już zauważono wyżej muzeum ma stałą grupę miłośników (ok. 100-150 osób), przybywających niezawodnie na wernisaże i koncerty. Jednak łączna frekwencja roczna wynosi średnio 8 000 i nie jest adekwatna do posiadanego potencjału i kierowanej oferty turystycznej, kulturalnej i edukacyjnej.

Interesariuszami zewnętrznymi, z którymi muzeum prowadzi współpracę są:

- W sferze udostępniania zbiorów, działalności wystawienniczej i naukowo - badawczej:
 - inne muzea;
 - archiwa państwowe, gł. Archiwum Państwowe w Kaliszu;
 - biblioteki;
 - uczelnie wyższe (m.in. Politechnika Łódzka, Wydział Pedagogiczno – Artystyczny w Kaliszu UAM w Poznaniu, Uniwersytet Kaliski im. S. Wojciechowskiego, ASP im. W. Strzebińskiego w Łodzi, ASP im. E. Gepperta we Wrocławiu);
 - Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Kaliszu;
 - Polski Komitet Ochrony Dziedzictwa Przemysłowego TICCICH;
 - Stowarzyszenie Polskich Strojicieli Fortepianów;
 - osoby prywatne: artyści, kolekcjonerzy, pasjonaci;

- W sferze gromadzenia zbiorów:
 - zarządy fabryk;
 - prywatne osoby;

- W sferze edukacji:

- przedszkola, szkoły podstawowe, licea i szkoły branżowe przede wszystkim z Opatówka, Kalisza i powiatu kaliskiego oraz powiatów sąsiednich: uczestnictwo w lekcjach muzealnych, warsztatach i zwiedzaniu muzeum;
 - Poradnia Pedagogiczno - Psychologiczna w Opatówku;
 - Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli w Kaliszu (partnerstwo przy realizacji warsztatów dla nauczycieli w muzeum i promocja oferty edukacyjnej muzeum);
 - Kuratorium Oświaty w Poznaniu (promocja warsztatów dla nauczycieli i oferty edukacyjnej muzeum, w 2024 r. współrealizacja projektu „Sztuka w szkole branżowej”)
 - uczenie wyższe:
 - ✓ Akademia Kaliska: w wyniku umowy o współpracy studenci I roku kierunku budowa maszyn zapoznają się ze zbiorami muzeum uczestnicząc w wykładzie nt. historii techniki i przemysłu; w ramach zaś prac dyplomowych wykonują renowacje muzealiów, połączone najczęściej z uruchomieniem maszyn. Dzięki temu zostały uruchomione XIX -wieczne obiekty: maszyna parowa, korkownica do butelek i prasa dociskowa;
 - ✓ Wydział Pedagogiczno – Artystyczny w Kaliszu UAM w Poznaniu: cykliczna wystawa i pokaz prac dyplomowych studentów Pracowni Sztuk Projektowych;
 - ✓ Politechnika Łódzka: wystawy prac studentów Instytutu Architektury Tekstyliów;
 - Szkoły muzyczne z Zespołem Państwowych Szkół Muzycznych w Kaliszu na czele;
 - domy kultury:
 - ✓ Gminne Centrum Kultury w Brzezinach: coroczny udział młodzieży w konkursie „Moja przygoda w muzeum”;
 - ✓ MDK w Kaliszu: projekt zrealizowany w postaci warsztatów czerpania papieru, prac plastycznych uczestników i wystawy w muzeum, udział w konkursie „Moja przygoda z muzeum” bądź udział wykładowców w pracach jury tegoż konkursu;
 - PTTK Oddział w Kaliszu: współudział w organizacji rajdu pieszego „Pamiętajcie o ogrodach” (zwiedzanie muzeum i przygotowanie pytań dotyczących muzeum i historii fabryki);
 - Urząd Miasta i Gminy w Opatówku: patronat Burmistrza nad konkursem „Moja przygoda w muzeum”, partner w projekcie „Majówka u fabrykanta”;
 - Starostwo Powiatowe w Kaliszu:
 - ✓ Starosta Kaliski: patronat nad konkursem „Moja przygoda w muzeum”;
 - ✓ Wydział Ochrony Środowiska: eko-warsztaty
 - Muzeum Okręgowe w Toruniu (konkurs).
- w sferze prowadzenia szeroko pojętych działań kulturalnych i upowszechniania historii:
 - Stowarzyszenie Polskich Strojicieli Fortepianów: wsparcie przy projektach konserwacji fortepianów, gromadzeniu artefaktów i materiałów archiwalnych do przyszłej wystawy stałej;
 - Zespół Państwowych Szkół Muzycznych w Kaliszu (występy młodych artystów podczas wernisaży oraz koncerty dla mieszkańców);
 - Stowarzyszenie Inicjatywa dla Opatówka: współorganizacja koncertów młodych talentów i innych wydarzeń (średnio raz w miesiącu), Święto Ulicy Kościelnej;

- Biblioteka w Opatówku: spotkania autorskie, promocje książek, partnerstwo w projektach: realizacja imprez plenerowych, rekonstrukcji i inscenizacji historycznych, m.in. „Majówki u fabrykanta” ze stoiskiem biblioteki, animacjami dla dzieci i konkursami dla mieszkańców, zwiedzanie muzeum przez uczestników wydarzeń organizowanych przez bibliotekę;
- Gminny Ośrodek Kultury w Opatówku: partnerstwo w realizacji projektów edukacyjno – promocyjnych, wsparcie w realizacji imprez plenerowych;
- Grupa Rekonstrukcji Historycznej 25 Pułku Piechoty i Izba Pamięci w Cekowie-Kolonii;
- Stowarzyszenie LGD 7 „Kraina Nocy i Dni”: partnerstwo w projektach z dofinansowaniem zewnętrznym; wsparcie finansowe i rzeczowe przy realizacji projektów wydawniczych, edukacyjno – historycznych, udział w rekonstrukcjach i inscenizacjach historycznych, m.in. w realizacji „Majówki u fabrykanta”, promocja muzeum;
- Stowarzyszenie Rozwoju Gminy Brzeziny: zwiedzanie muzeum i udział w warsztatach dzieci ze szkoły Podstawowej w Brzezinach w ramach projektów finansowanych przez UMWW;
- Stowarzyszenie Kolejowych Przewozów Lokalnych: organizacja wystaw i wydarzeń plenerowych, wzajemna promocja;
- Stowarzyszenie Ludzi Dobrej Woli Ziemi Kaliskiej: w ostatnich trzech latach bardzo dobra współpraca: partnerstwo przy realizacji projektów z dofinansowaniem MKiDN oraz Marszałka Województwa Wielkopolskiego (przede wszystkim dzięki temu ruszyła „Majówka u fabrykanta”). Niestety stowarzyszenie zawiesiło obecnie swą działalność.
- Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Kaliszu: partnerstwo w realizacji projektów z dofinansowaniem MKiDN, Biura Niepodległa, Marszałka Województwa Wielkopolskiego, współorganizacja konkursów historycznych, rekonstrukcji i inscenizacji historycznych, wystaw i konferencji;
- Koło Gospodyń Wiejskich z Opatówka i Chełmc;
- Ochotnicza Straż Pożarna w Opatówku;
- Arte Fundacja Kultury i Edukacji z Warszawy (partnerstwo w projektach, koncerty pianistów w MHPO na odnowionym fortepianie „Calisia”)

• W sferze pozyskiwania dodatkowych źródeł dochodu:

- Lokalna Grupa Działania „Kraina Nocy i Dni”;
- Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej;
- Marszałek Województwa Wielkopolskiego;
- Urząd Miasta i Gminy Opatówek;
- Starostwo Powiatowe w Kaliszu (Organizator); Wydział Ochrony Środowiska: środki na ekologię (dofinansowanie eko warsztatów czerpania papieru i druku na tkaninie).
- Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego;
- Narodowe Centrum Kultury;
- Fundacje i inni grantodawcy;
- lokalne firmy;

• W sferze promocji:

- Wydział Promocji Starostwa Powiatowego w Kaliszu;
- Lokalne i regionalne media (dobre relacje);
- Media ogólnopolskie - partnerzy projektów (TVP Kultura, Polskie Radio Chopin)
- Urząd Miasta i Gminy Opatówek (zakładka i link na stronie, artykuły w biuletynie gminnym);
- Portale turystyczne, np. kierunkowo.pl (w 2025 r. MHPO zostało wyróżnione „Złotym Kierunkiem Czytelników” w internetowym głosowaniu);
- Biuro Informacji Turystycznej w Kaliszu;
- Wydział Kultury Urzędu Miejskiego w Kaliszu;
- Partnerzy projektów (stowarzyszenia, instytucje kultury);
- Polskie Towarzystwo Historyczne (artykuły w dziale Kronika „Rocznika Kaliskiego”, posty w mediach społecznościowych);
- Związek Powiatów Polskich

Powyżej wymieniono interesariuszy zewnętrznych, z którymi muzeum prowadzi współpracę. W przyszłości należałoby jeszcze bardziej uszczegółowić i zintensyfikować oraz poszerzyć współpracę z Ośrodkiem Doskonalenia Nauczycieli, Kuratorium oraz szkołami i uczelniami w postaci podpisanych listów intencyjnych czy umów. Odnowić współpracę z Polskim Komitetem Ochrony Dziedzictwa Przemysłowego TICCiCH oraz zostać członkiem Stowarzyszenia Muzeów Sztuki Inżynieryjnej. Muzeum powinno wzmocnić sieciowanie z muzeami technicznymi. Wzmacniając współpracę z muzeami techniki i uruchamiając np. wspólny periodyk typu *Rocznik Muzeów Techniki*, MHPO może zwiększyć wymianę wiedzy i widoczność instytucji. Pierwszym krokiem do realizacji tej idei będzie konferencja muzeów techniki w siedzibie MHPO – najlepiej w połowie 2027 r.

W 2025 r. MHPO przystąpiło do prac w ramach komisji Związku Powiatów Polskich „Muzea i Samorząd Terytorialny - Dziedzictwo i Rozwój” w kadencji 2025-2029. Wraz z przedstawicielami Powiatu Kaliskiego reprezentuję naszą instytucję w tejże komisji. Jest to pole promocji muzeum, wymiany dobrych praktyk, zdobywania doświadczeń i poszukiwania rozwiązań. Jedno z kolejnych spotkań komisji ma odbyć się w MHPO. Należy zadbać aby to zamierzenie zostało zrealizowane – najlepiej w 2. poł. 2027 r.

Poza tym należy nawiązać i zintensyfikować współpracę z licznymi w otoczeniu bliższym i dalszym fundacjami i stowarzyszeniami, gminnymi i miejskimi ośrodkami kultury, czy kołami gospodyń wiejskich powiatu kaliskiego.

Trzeba także dążyć do pozyskania stałego mecenasa/partnera w realizacji wspólnych przedsięwzięć edukacyjnych, wystawienniczych i promocyjnych. Szansa taka istnieje odnośnie dużej firmy z Opatówka „Colian”, która dąży do ochrony i zachowania dziedzictwa swych zakładów historycznych („Goplana”), planuje otwarcie w Opatówku nowoczesnego centrum edukacyjnego Świat Słodczy i w tym roku wystartowało z warsztatami czekoladowymi. W MHPO planujemy natomiast otwarcie dłużej trwającej wystawy czasowej związanej

z historią poznańskiej „Goplana” oraz opracowanie historii tych zakładów. Szczegółowe warunki współpracy zostaną w przyszłości doprecyzowane w umowie. Należy także dążyć do podpisywania umów sponsorskich z innymi firmami i instytucjami w zamian za określone produkty turystyczne, edukacyjne, oferty spędzenia wolnego czasu dla rodzin pracowników tychże firm. Nie można zapominać o sieci zakładów z branży gastronomicznej i hotelarskiej. W zamian za polecenie ich zwiedzającym, którzy często pytają o miejsce spożycia posiłku czy noclegu w pobliżu, lokale te mogłyby udostępniać u siebie bezpłatne materiały promocyjne muzeum. Poza tym MHPO jest miejscem przyjaznym i otwartym, gdzie mogą zaprezentować swe pasje i talenty mieszkańcy Opatówka i całego regionu. Ten kierunek należy dalej kontynuować i rozwijać.

1.3. Ocena pozycji strategicznej muzeum - analiza SWOT

Powyższa analiza umożliwiła dokonanie wstępnej analizy pozycji strategicznej Muzeum za pomocą metody SWOT. Na rysunkach od 1 do 4 przedstawiono cząstkowe analizy oraz zbiorcze wyniki dla czterech wymiarów w analizie SWOT: mocnych stron, słabych stron, szans i zagrożeń (zob. rys. 5).

SILNE STRONY (S) (Wnętrze muzeum)

CZYNNIK	WAGA (0-1)	OCENA (1-5)	OCENA WAŻONA
• Pracownicy;	0,1	4,0	0,4
• Unikatowe zbiory i kolekcje;	0,1	5,0	0,5
• Wystawy stałe i czasowe;	0,1	4,0	0,4
• Działalność edukacyjna (lekcje muzealne i warsztaty, promocja ekologii podczas warsztatów);	0,1	4,0	0,4
• Zabytkowy, unikatowy budynek;	0,1	5,0	0,5
• Duże powierzchnie wystawiennicze;	0,1	5,0	0,5
• Katalogi naukowe zbiorów;	0,1	5,0	0,5
• Zmodernizowane skrzydło zachodnie i modernizacja skrzydła wschodniego, dziedzińca, wprowadzenie multimediiów i zwiększenie dostępności w 2026/2027;	0,1	5,0	0,5
• Dobra marka, opinia;	0,1	5,0	0,5
• Stabilność finansowa (stała dotacja);	0,1	5,0	0,5
Ocena łączna			4,7

Rysunek 1. Analiza silnych stron Muzeum

Źródło: opracowanie własne.

SŁABE STRONY (W)
(Wnętrze muzeum)

CZYNNIK	WAGA (0-1)	OCENA (1-5)	OCENA WAŻONA
• Niski budżet;	0,12	5,0	0,60
• Braki kadrowe, zła struktura organizacyjna;	0,1	3,0	0,30
• Potrzeba usunięcia wilgoci i zagrzybienia w skrzydle wschodnim;	0,1	3,0	0,30
• Niewystarczające powierzchnie magazynowe; brak właściwego wyposażenia istniejących magazynów;	0,1	3,0	0,30
• Brak spójnego systemu identyfikacji wizualnej, mało propozycji online, przestarzała strona www (strona będzie zakupiona w najbliższym roku dzięki środkom zewnętrznym)	0,1	5,0	0,50
• Brak pełnego wyposażenia sali wystaw czasowych w nowoczesny sprzęt wystawienniczy;	0,08	3,0	0,24
• Braki w dostępności dla osób niepełnosprawnych (w trakcie poprawy dzięki środkom zewnętrznym);	0,05	3,0	0,15
• Brak programu do ewidencjonowania zbiorów (dzięki środkom zewnętrznym będzie zakupiony w najbliższym roku),	0,05	3,0	0,15
• Digitalizacja;	0,05	3,0	0,15
• Brak multimediiów na wystawach (dzięki środkom zewnętrznym będą zainstalowane w najbliższym roku)	0,05	3,0	0,15
Ocena łączna			2,84

Rysunek 2. Analiza słabych stron Muzeum

Źródło: opracowanie własne.

SZANSE (O)
(Otoczenie)

CZYNNIK	WAGA (0-1)	OCENA (1-5)	OCENA WAŻONA
• Współpraca z placówkami oświatowymi;	0,15	4	0,60
• Współpraca z innymi muzeami;	0,1	2	0,20
• Współpraca ze stowarzyszeniami, szczególnie z regionu (Kalisz, Opatówek, powiat kaliski), instytucjami kultury, twórcami prywatnymi (artyści zawodowi i amatorscy, miłośnicy zabytków, sztuki);	0,1	3	0,30
• Unikalność w regionie i Polsce;	0,15	5	0,75
• Dofinansowanie z MKiDN oraz innych źródeł zewnętrznych	0,15	5	0,75
• Sponsoring/partnerstwo firm zewnętrznych (Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej, „Colian”);	0,05	3	0,15
• Bardzo dobra współpraca z lokalnymi mediami	0,1	2	0,20
• Współpraca z fabrykami i firmami produkcyjnymi (nieodpłatne powiększanie zbiorów o wyroby przemysłowe z polskich wytwórni);	0,1	4	0,40
• Współpraca ze Starostwem Powiatowym w zakresie promocji Muzeum i Powiatu Kaliskiego;	0,05	4	0,20
• Współpraca z Urzędem Miasta i Gminy Opatówek (wynajem sali na śluby, patronat, partner i wsparcie finansowe w projektach) oraz z Urzędem Miasta Kalisz (zwł. Wydziałem Kultury, w zakresie promocji lokalnie i za granicą poprzez miasta partnerskie Kalisza)	0,05	3	0,15
Ocena łączna			3,70

Rysunek 3. Analiza szans zewnętrznych dla Muzeum

Źródło: opracowanie własne.

ZAGROŻENIA (T)
(Otoczenie)

CZYNNIK	WAGA (0-1)	OCENA (1-5)	OCENA WAŻONA
• Wojna;	0,3	4	1,20
• Pandemia;	0,2	3	0,60
• Ryzyko niezyskania zewnętrznych źródeł finansowania na projekty rozwojowe;	0,2	3	0,60
• Wzrost kosztów funkcjonowania Muzeum z uwagi na wzrost cen np. energii czy gazu;	0,05	1	0,05
• Substytuty kultury, galerie handlowe;	0,05	1	0,05
• Zmiany personalne w Radzie i Zarządzie Powiatu oraz na stanowisku starosty w związku z wyborami	0,2	3	0,60
<i>Ocena łączna</i>			3,10

Rysunek 4. Analiza zewnętrznych zagrożeń dla Muzeum

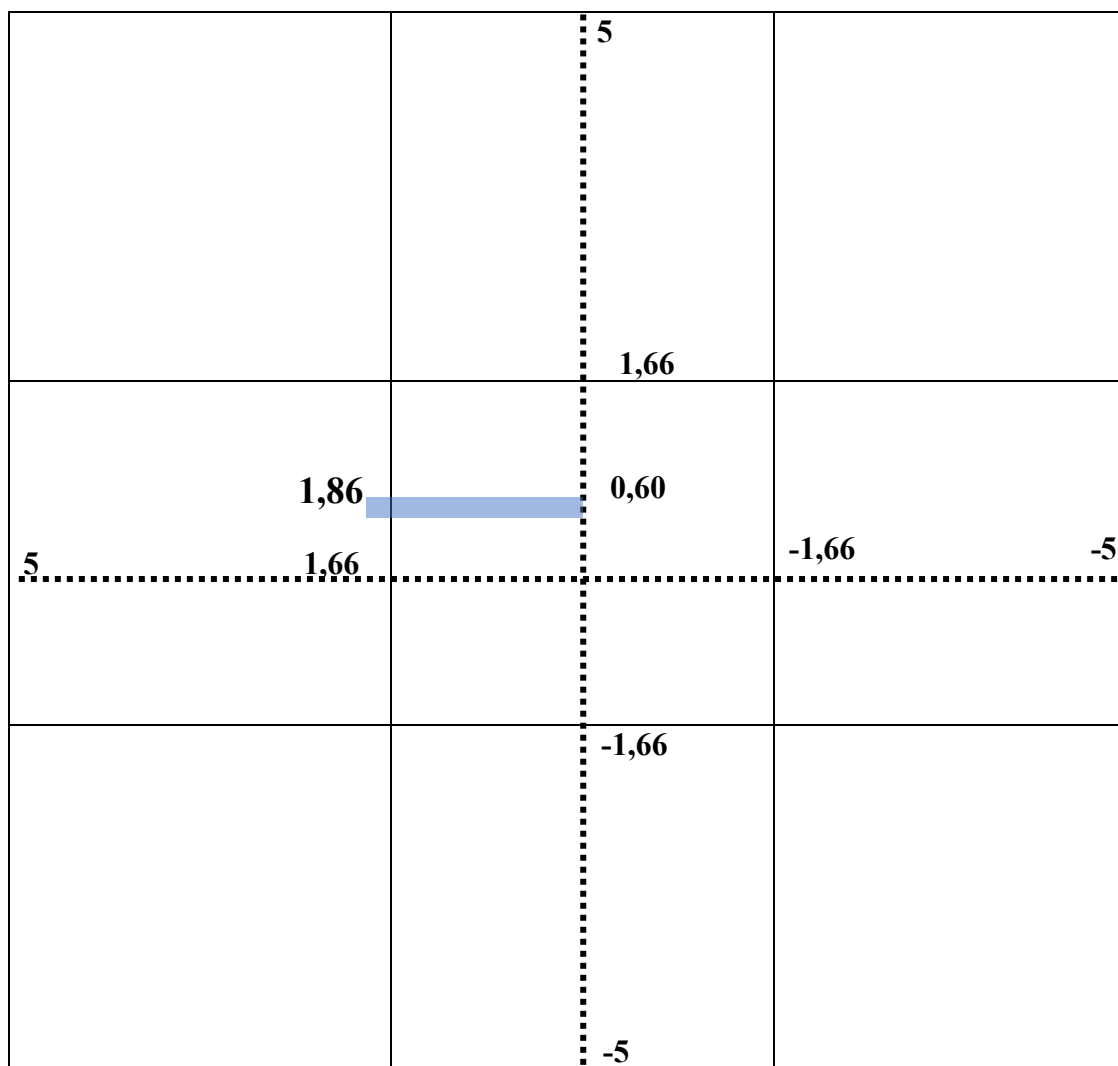
Źródło: opracowanie własne.

WYNIK:

4,70 (S) – 2,84 (W) = 1,86 przewaga mocnych stron nad słabymi

3,70 (O) – 3,10 (T) = 0,60 nieznaczna przewaga szans nad zagrożeniami

Wynik analizy SWOT przedstawiano graficznie na rysunku 5.



Rysunek 5. Wyniki analizy SWOT

Źródło: opracowanie własne.

W wyniku analizy SWOT określono pozycję strategiczną Muzeum. Jest to strategia ekspansywna, ze względu na przewagę, zarówno mocnych stron nad słabymi, jak i szans nad zagrożeniami. Jednakże, przewagi te są stosunkowo niewielkie, zwłaszcza w przypadku konfrontacji szans i zagrożeń. Z tego względu, mimo że pozycja Muzeum leży w ćwiartce właściwej dla strategii ekspansywnej, zalecana jest strategia selektywnego rozwoju wskazywana przez Macierz McKinsey'a. W tym przypadku, w szczególności zalecana będzie strategia rozwoju zorientowana na monitorowanie zagrożeń zewnętrznych i przeciwdziałanie im.

II. PROGRAM DZIAŁANIA

2.1. Misja, wizja i cele strategiczne

2.1.1. Misja

Dotychczasowa Misja MHPO została zapisana w Zarządzeniu nr 6/2014 dyrektora MHP z dnia 26 września 2014 r. w sprawie uaktualnienia procedur kontroli zarządczej w Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku. Brzmi ona następująco:

„Misją MHP jest upowszechnianie i ochrona wartości kultury, zaspokajanie i rozwijanie potrzeb w zakresie muzealnictwa i ochrony zabytków, szczególnie zabytków techniki. Akcentowanie poprzez zbiory sensu pracy ludzkiej, ukazującej człowieka w jego powiązaniach społecznych, ekonomicznych, środowiskowych, a także jako siły organizującej proces produkcyjny. Poprzez działalność wystawienniczą, edukacyjną, badawczą i organizację wydarzeń muzealnych MHP dąży do stwarzania sprzyjających warunków uczestnictwa w kulturze i dostępu do edukacji odbiorcom niezależnie od wieku, przekonań, wykształcenia, stopnia niepełnosprawności czy pochodzenia. Założeniem muzeum jest również upowszechnianie sztuki światowej i polskiej poprzez organizację wystaw czasowych z różnych dziedzin. Jak również przedsięwzięć kulturalnych we współpracy z innymi jednostkami czy organizacjami”.

Przedstawiona misja w aktualnie obowiązującej formie jest zdecydowanie za długa, mało czytelna dla odbiorcy i nie spełnia wymogów jakie stawia się przed taką deklaracją. W niniejszym programie działania, przyjmując jako punkt wyjścia zapisy Ustawy o Muzeach oraz Statut MHPO, proponuję zapis misji w nowym brzmieniu:

Misją Muzeum Historii Przemysłu jest zachowanie dla przyszłości i upowszechnianie polskiego dziedzictwa przemysłowego i kultury. Uczymy, inspirujemy, słuchamy...

2.1.2. Wizja

Wizja Muzeum jest następująca:

- ***Muzeum dostępne dla wszystkich.***
- ***Muzeum współtworzone przez mieszkańców.***
- ***Muzeum jako miejsce, które przyciąga, jednoczy i w którym każdy czuje się dobrze.***
- ***Muzeum jako miejsce, w którym należy i chce się być.***

Ostateczne określenie misji i wizji MHPO powinno zostać wypracowane wspólnie, przede wszystkim z pracownikami muzeum, w trakcie opracowania strategii rozwoju MHPO.

2.1.3. Cele strategiczne

W niniejszym programie rozwoju MHPO proponuję następujące cele strategiczne:

- 1) Uczynienie Muzeum Historii Przemysłu instytucją dobrze rozpoznawalną w Wielkopolsce i w Polsce.
- 2) Zwiększenie frekwencji, w tym pozyskanie nowej grupy odbiorców.
- 3) Rozwijanie zbiorów i kolekcji.
- 4) Rozwijanie dostępności muzeum, zbiorów i wiedzy o nich.
- 5) Edukacja siłą muzeum – działalność edukacyjna muzeum.
- 6) Rozwój infrastruktury muzealnej.
- 7) Rozwinięcie partnerstw lokalnych.
- 8) Integracja mieszkańców regionu; rozwinięcie pod kątem instytucji otwartej, przyjaznej, promującej lokalnych artystów, talenty.
- 9) Nowa kultura zarządzania zasobami ludzkimi w muzeum (obejmująca poprawę wewnętrznej komunikacji, wzrost motywacji pracowników oraz ich konstruktywną ocenę, umożliwiającą doskonalenie zasobów ludzkich muzeum).
- 10) Współpraca międzynarodowa.

2.2. Priorytetowe obszary rozwoju jako strategiczne kierunki rozwoju

2.2.1. Uczynienie Muzeum Historii Przemysłu instytucją dobrze rozpoznawalną w Wielkopolsce i w Polsce

Cele operacyjne:

- A. Udostępnienie publiczności nowej, **nowoczesnej, interaktywnej, angażującej widza, stałej ekspozycji pn. „Przemysł fortepianowy w Polsce w XIX i XX w.** Jej realizację proponuję w skrzydle wschodnim, w dotychczasowej sali wystaw czasowych. Znajdą się na niej m.in. fortepiany poddane konserwacji w latach 2022-2023. Nowa stała wystawa będzie uzupełnieniem istniejącej już ekspozycji na 1. piętrze w skrzydle wschodnim, ale w zupełnie innej odsłonie. Proponuje się bowiem pokazać ją od strony technologicznej, kolejnych etapów budowy fortepianów, historycznych narzędzi wykorzystywanych w produkcji, przekrojów instrumentów. Istotnym elementem będą dokumenty, fotografie ze zbiorów muzeum i archiwalia pozyskane w czasie kwerend (zdigitalizowane i udostępnione za zgodą właścicieli), wywiady z pracownikami, filmy, elementy interaktywne i multimedialne. (Projekt 3-letni, podzielony na etapy: termomodernizacja ze środków już pozyskanych w projekcie „*Miasteczko Róży wiatrów...*”, przygotowanie scenariusza, projektu ekspozycji, pozyskanie środków zewnętrznych np. z programu MKiDN „Wspieranie działań muzealnych”, remont oraz stworzenie stałej ekspozycji przy współpracy z firmą zewnętrzną. Tak jak przedstawiłam to w części I niniejszego dokumentu, proponuję realizację tego projektu w szerokim partnerstwie. Do realizacji wystawy,

poza specjalistami ze świata nauki i muzealnictwa, zaprosimy Stowarzyszenie Polskich Stroicieli Fortepianów, Technikum Budowy Fortepianów im. G. A. Fibigera w Kaliszu oraz przedstawicieli firm działających w branży fortepianów i pianin. Ekspozycja przygotowana w partnerstwie z renomowanymi instytucjami podniesie prestiż MHPO, wzmacniając jego pozycję jako ważnego ośrodka kultury i dziedzictwa przemysłowego. Wraz z kolekcją prezentowaną na 1. piętrze, będzie to największa w Europie dostępna kolekcja tych instrumentów, która czyniłaby muzeum, i sam Opatówek oraz powiat kaliski perłą Wielkopolski, miejscem dobrze rozpoznawalnym na mapie turystycznej Polski i Europy.

- B. Pełna konserwacja i udostępnienie do pierwotnych funkcji użytkowych fortepianu, z najstarszej kaliskiej firmy Grzegorza Liendemanna (funkcjonującej w czasach gdy w Kaliszu bywał Fryderyk Chopin). Instrument o numerze seryjnym 183, datowany jest na lata 30.- 40. XIX w. Jest to najprawdopodobniej najstarszy zachowany fortepian z Kalisza. Posiada mechanikę wiedeńską. Nie posiada żeliwnej ramy, a zatem kołki zaczepowe wbijane są bezpośrednio w drewniane listwy. Dźwięk fortepianu jest zatem cichszy i delikatniejszy. Umieszczony po konserwacji w centralnym miejscu na istniejącej już wystawie fortepianów, w salonowym *entourage'u*, będzie służył m.in. realizacji kameralnych koncertów i pokazów gry na zabytkowym instrumencie przez pianistów specjalizujących się w takiej grze, realizacji nagrań płyt przez zainteresowanych artystów, zajęć edukacyjnych. Projekt nada wystawie nową, żywą funkcję, poszerzy ofertę muzeum i będzie także dobrym produktem marketingowym. O jego dofinansowanie będziemy aplikować w 2026 r. m.in. do MKiDN w programie „Wspieranie działań muzealnych”. W zakresie promocji planujemy patronat i wypróbowaną już współpracę z Polskim Radiem Chopin.
- C. Podnoszenie kompetencji osoby zajmującej się promocją, m.in. poprzez szkolenia czy dofinansowanie do studiów podyplomowych. Proces ciągły 2026-2028.
- D. Wyodrębnienie działu edukacji i promocji w 2026 r.
- E. Nowa strona internetowa, atrakcyjna, przejrzysta i dostępna dla niepełnosprawnych: zostanie wykonana dzięki dofinansowaniu w projekcie „*Miasteczko Róży Wiatrów*”...” do czerwca 2027r.:
 - m.in. z bogatą ofertą edukacyjną dostosowaną do podstawy programowej i ofertą turystyczną,
 - zakładką o naszych sponsorach, mecenasach, linki do fabryk, z którymi muzeum prowadzi współpracę, a na ich stronach link do strony muzeum;
 - interaktywnym głosowaniem na temat przyszłych wystaw i projektów, ankietami satysfakcji klienta.
- F. Dalsza aktywność i promocja na FB, Instagramie i Tik-Toku, wejście na inne portale społecznościowe: Twitter, LinkedIn, YouTube:

- W tym realizacja krótkich filmików z dziejów fabryki i przemysłu na podstawie scenariuszy do inscenizacji w „Majówce u fabrykanta” (przy współpracy z miłośnikami teatru, lokalnymi instytucjami kultury, stowarzyszeniami i wydziałem promocji Starostwa Powiatowego).
- G. Zakup i uruchomienie elementów interaktywnych i multimedialnych zaplanowanych w projekcie „*Miasteczko Róży Wiatrów...*”: do czerwca 2027 r. Będą to m.in. kioski i stanowiska multimedialne z aplikacjami multimedialnymi na każdą wystawę stałą, stół multimedialny na sali wystaw czasowych, 3 hologramy postaci historycznych: założyciela fabryki sukna Adolfa Gotlieba Fiedlera w gabinecie fabrykanta oraz gen. Józefa Zajączka – namiestnika Królestwa Polskiego i właściciela dóbr opatówceckich i słynącej z piękności i intelektu jego żony Aleksandry, podejmujących interakcję ze zwiedzającymi; nagrań audio w dwóch obiektach (telefonie w maszynowni oraz wywiadu z robotnikami Cepelii w szafce robotniczej z czasów funkcjonowania tej firmy w skrzydle zachodnim). Poza tym systemu audioguid ze ścieżką dla dorosłych oraz rodzin z dziećmi w języku polskim i angielskim. Nowe technologie umożliwią wprowadzenie storytellingu historycznego oraz grywalizacji, co jak już zaznaczyłam na początku uczyni muzeum miejscem uczestnictwa w historii, nie tylko obserwacji. Z pewnością poszerzy to krąg publiczności muzealnej i uczyni MHPO miejscem bardziej rozpoznawalnym. Nowoczesne formy edukacji i interakcji przyciągną młodszych odbiorców i rodziny, zwiększą atrakcyjność wystaw oraz wzmocnią pozycję muzeum jako instytucji innowacyjnej, łączącej rzetelność historyczną z emocjonującym doświadczeniem.
- H. Realizacja 3., 4. i 5. edycji (raz w roku na przełomie maj/czerwiec) „Majówki u fabrykanta” – pikniku edukacyjno – historycznego, który jest produktem promującym MHPO w Wielkopolsce i poza nią.
- I. Realizacja do każdej wystawy czasowej kilkuminutowego filmu z oprowadzaniem kuratorskim. Takie działania, wbrew obawom, pozytywnie wpływają na frekwencję w siedzibie instytucji.
- J. Realizacja trzech tematów lekcji muzealnych w formie on-line na kanale You Tube. Nagranie filmów w muzeum i w Green Studio w ODN w Kaliszu w ramach współpracy: do sierpnia 2026 r. i udostępnienie na You Tube we wrześniu 2026 r.
- K. Darmowe ulotki, broszury promocyjne rozdawane nie tylko w siedzibie muzeum czy organizatora, ale w lokalach gastronomicznych w Kaliszu i powiecie, biurze informacji turystycznej, Sanktuarium św. Józefa, kościołach, bibliotekach, szkołach. W zamian muzeum promowałoby ww. instytucje w swojej siedzibie:
- Zawarcie porozumienia z przynajmniej dziesięcioma interesariuszami do końca czerwca 2026 r.

- Zaprojektowanie nowych broszur przez graficzkę muzeum do końca czerwca 2026 r.
- Druk broszur w nakładzie 2 tysiące egzemplarzy do końca lipca 2026 r.
- L. Dodruk stworzonej w 2025 r. oferty edukacyjnej MHPO w wersji papierowej i jej kolportaż w placówkach oświatowych, opiekuńczych i domach kultury, w ODN, Kuratorium, poradniach pedagogiczno - psychologicznych. Udostępnienie wersji pdf na stronę internetową ODN w Kaliszu, CDN Koninie, Lesznie i w innych miastach.
- M. Stworzenie do końca sierpnia 2026 r. prezentacji multimedialnej z ofertą edukacyjną muzeum, która będzie przesyłana bądź prezentowana w placówkach oświatowych, domach kultury, ośrodkach opiekuńczych.
- N. Noc Muzeów (we współpracy z uczelniami, lokalnymi stowarzyszeniami, CKiS w Kaliszu, Wydziałem Promocji Starostwa Powiatowego w Kaliszu, grupami rekonstrukcji historycznych, MBP w Opatówku, KGW, OSP, GOKiem w Opatówku, firmami lokalnymi – np. „Colian” (warsztaty czekoladowe), „Winiary” (wspólne gotowanie), artystami zawodowymi i amatorami, osobami prywatnymi) – raz w roku.
- O. Udział w imprezie plenerowej „Święto ulicy Kościelnej” (organizowanej przez Stowarzyszenie Inicjatywa dla Opatówka), imprezie plenerowej w Kaliszu „Święto ulicy Niecałej”, imprezie plenerowej „Niedziela u Niechciców” w Muzeum Dworek Marii Dąbrowskiej w Russowie, w Piano Congress w Warszawie, Festiwalu Nauki w Kaliszu, targach turystycznych wspólnie z Powiatem Kaliskim, w Dniu Dziecka nad zalewem Szałe i wszelkich możliwych formach promocji muzeum na zewnątrz.
- P. Lepsze oznakowanie siedziby muzeum w samym Opatówku i przy drodze krajowej do końca 2026 r.
- Q. Jeden dzień w tygodniu w sezonie letnim muzeum będzie otwarte do 20.00 lub 21.00
- R. Wprowadzenie dyżurów w soboty (w okresie letnim).
- S. Występowanie o patronaty mediów ogólnopolskich (np. TVP Kultura) oraz mediów regionalnych (TVP3 Poznań) i lokalnych (minimum jednego lokalnego, np. Radio Centrum Kalisz).
- T. Współpraca z lokalnymi mediami; przygotowywanie informacji o każdej wystawie i wydarzeniu do wszystkich lokalnych mediów i przedstawicielki PAP w Kaliszu.

2.2.2. Zwiększenie frekwencji, w tym pozyskanie nowej grupy odbiorców

Cele operacyjne:

- A. Ogólne zwiększenie frekwencji o min. 50% do końca 2026 r., o 80% do końca 2027 r. i o 100% do końca 2028 r. (w stosunku do ostatnich trzech lat)
- B. Cele wymienione w punktach 2.2.1 A - T.
- C. Stworzenie i wdrożenie najpóźniej do czerwca 2026 r. atrakcyjnej oferty dla rodzin z dziećmi. (np. na weekendy pod hasłem: „Mamo, tato chodź do muzeum!” lub „Babciu, dziadku, chodź do muzeum!”: zwiedzanie, warsztaty, czytanie bajek, wyświetlanie bajek na starych projektorach i inne).
- D. Kontynuacja cyklu spotkań dla dzieci pod opieką dorosłych: „Ferie w Muzeum” oraz „Wakacje w muzeum”.
- E. Nagrywanie i publikowanie na portalach społecznościowych filmów, postów, odpowiednich do danego portalu (np. o zabytkach przemysłowych Kalisza i powiatu, fabrykach i willach fabrykantów, samych fabrykantach, filmiki i posty o zbiorach, z warsztatów, lekcji, z życia muzealnika, muzeum od „kuchni” i inne) – wg uzgodnionego harmonogramu, przynajmniej raz w tygodniu na każdym. Można także podjąć akcję kręcenia filmiku przez każdego pracownika po kolei (także administracji).
- F. Gra o historii Opatówka, Aleksandrze i Józefie Zajączkach, fabryce i muzeum, dostępna na stronie internetowej lub jako aplikacja na smartfon – w 2027 r. na 220-lecie przybycia Zajączka do Opatówka. Projekt należy zrealizować we współpracy z GBP im. Braci Gillerów w Opatówku, LGD 7 „Kraina Nocy i Dni”, Urzędem Gminy w Opatówku i Wydziałem Promocji Starostwa Powiatowego w Kaliszu. Jego realizacja umożliwi: zwiększenie zasięgu i dostępności, poznania historii muzeum także online i poza placówką; wzmocnienie edukacji i angażowanie odbiorców czy budowanie nowoczesnego wizerunku (muzeum postrzegane jako innowacyjne i wykorzystujące technologie).
- G. Wystawy czasowe 4-5 w roku, w tym atrakcyjne dla ludzi młodych w przedziale 15-25 lat, np.:
- Wystawa „Art & Children” Sylwii Grochowskiej - multimedialna instalacja artystyczna. Projekt z wykorzystaniem fotografii, wideo, hologramów oraz aplikacji mobilnej, łączący twórczość z edukacją i interakcją technologii. Centralnym punktem będą wielkoformatowe fotografie autorstwa Sylwii Grochowskiej, które ożyją dzięki aplikacji. Instalacja wzbogacona będzie o projekt autoportretów dzieci ze szkoły specjalnej, które do połówki swego portretu domalowały wyobrażenie siebie. Uzupełnieniem proponowanym przez kuratora muzealnego wystawy będzie m.in. strefa interaktywna dla dzieci pod hasłem: *Ta wystawa nie udaje galerii. Jest miejscem, gdzie dziecko ma głos. Tu nie oglądasz sztuki. Tu ją uruchamiasz.*

Celem wystawy będzie inspirowanie dzieci i dorosłych do kontaktu ze sztuką, ułatwienie dostępu do dziedzictwa kulturowego poprzez nowe media, aktywne uczestnictwo widzów w odbiorze sztuki. Termin realizacji: 1 czerwca 2026r.– 15.09.2026r. (wernisaż z występem dzieci z opatóweckiego GOK-u). Wystawie towarzyszyć będą m.in.:

- Warsztaty kreatywne dla dzieci;
 - Warsztaty dla nauczycieli i edukatorów – profilaktyka zdrowia psychicznego i budowanie grupy wykorzystując sztukę jako narzędzie trenerskie - podczas Festiwalu Kreatywności planowanego w muzeum przez Poradnię Pedagogiczno – Psychologiczną w Opatówku;
 - Spotkanie autorskie z Sylwią Grochowską wokół książki jej autorstwa *Osobisty przewodnik po kulturze*, gdzie zawarto wywiady z 33 osobami, m.in. Rzecznikiem Praw Dziecka i znanymi twórcami kultury.
- „Od idei do fabryki. Stanisław Staszic i gen. Józef Zajączek i narodziny nowoczesnego regionu kaliskiego”. Wystawa czasowa w 200. rocznicę śmierci Staszica i Zajączka, obudowana lekcjami muzealnymi, warsztatami oraz z towarzyszącą konferencją popularno-naukową (we współpracy z PTH Oddział w Kaliszu, które aplikowało o środki zewnętrzne na realizację tego projektu); 02.10.2026 – 30.11.2026
- Chrystus fraszobliwy w kolekcji ks. Pawła Śmigła – wystawa w ramach Roku Twórców Kultury i Sztuki Ludowej obchodzonego w 2026 r. przez Powiat Kaliski. Wydarzenia towarzyszące: m.in. spotkanie z właścicielem kolekcji, warsztaty z twórcą ludowym – rzeźbiarzem z Brzezin Zdzisławem Gotfrydem, 2. połowa grudnia 2026 – styczeń 2027.
- Art quilty Anny Smolińskiej – Jabłońskiej. Wystawa patchworków artystycznych, z wydarzeniami towarzyszącymi:
- warsztatami dla dzieci i seniorów – wspólne tworzenie małych patchworków, eksperymenty z tkaniną, z wątkami eko: recyklingu materiałów i tkanin – wykorzystywanie resztek, starych ubrań lub fragmentów tkanin by dać im nowe życie w artystycznej formie;
 - dzień otwarty z oprowadzaniem kuratorskim, prelekcjami o historii i technikach quiltu, krótkimi zadaniami kreatywnymi dla dzieci i dorosłych,
 - strefa małego kreatora – przestrzeń gdzie młodszy mogą robić mini-patchworki pod opieką naszych edukatorów.
- wstawa tatuaży (zrealizowana przez studentów Wydziału Pedagogiczno – Artystycznego w Kaliszu UAM w Poznaniu pod kierunkiem prof. Macieja Guźniczaka) w 2027 r.

- „TELIMENA. Dzieje Łódzkiego Domu Mody” (albo Domy Mody w Polsce w XX w.): ze zbiorów własnych, prywatnych oraz CMW w Łodzi i dzisiejszego zakładu „Telimena”; 2027 r. Wystawa uzupełniona pokazami prac współczesnych, lokalnych projektantów, m.in. kaliszanki Elżbiety Dominiak. Poza tymi spotkaniami i dyskusjami nt. ekologii, idei Zero Waste w modzie, projektowaniu i życiu codziennym, ruchu recydingu ubrań, second-handów, obudowana warsztatami, spotkaniami z projektantami, wizytami w pracowniach krawieckich.
- Wystawa o zdrowym żywieniu: lokalni wytwórcy zdrowej żywności, m.in. członkowie Szlaku Kulinarnego „Kaliskie Smaki”, obudowana spotkaniami promotorów zdrowego żywienia i stylu życia, degustacjami. 2027 r.
- Wystawy prac studentów WPA w Kaliszu, Politechniki Łódzkiej, ASP w Łodzi i Wrocławiu oraz UA im. M. Abakanowicz w Poznaniu. Projekt dający szansę młodym ludziom, przyszłym projektantom, artystom, na pokazanie swych talentów i możliwości, utożsamienie się młodych autorów wystawy i pokazu oraz młodej widowni z muzeum jako miejscem dla nich otwartym, przyjaznym, dającym im możliwości, w którym „dzieje się” i które jest dla nich); Raz do roku.
- Kampania przeciw przemocy rówieśniczej „Nie jesteś sam”, na którą złożą się: wystawa Sylwii Grochowskiej, spotkanie/debata, scenariusze do warsztatów dla szkół. Planowany partner projektu: Poradnia Psychologiczno -Pedagogiczna w Opatówku. Termin realizacji: czerwiec 2027.
- Triennale „Sztuka włókna 2028” – cykliczna wystawa pod patronatem MKiDN, organizator główny: Okręg Warszawski Związku Polskich Artystów Plastyków. Wydarzenia towarzyszące: spotkania z artystami, wykłady nt. tkanin historycznych, warsztaty tkackie i inne.
- „Manufaktury w I Rzeczypospolitej”. Wystawa tekstyliów i ceramiki z manufaktur królewskich i magnackich ze zbiorów polskich i zagranicznych. Obudowana wykładami, warsztatami np. projektowania wzorów na jedwabny pas polski czy na filiżankę fajansową, spotkaniami nt. mody XVIII-wiecznej.

Generalnie każda wystawa, dotycząca także dawniejszej historii, będzie wyposażona w elementy – program towarzyszący lub nowoczesną formę – które pozwolą młodym widzom połączyć ją z aktualnymi kontekstami. Młodsze pokolenia mieszkańców muszą otrzymać silny sygnał, że Muzeum Historii Przemysłu jest także ich, i że oferuje interpretacje historii, które są aktualne dla nas dzisiaj.

- H. Stworzenie tzw. „przestrzeni laboratoryjnej” (sala wystaw czasowych lub stałe ekspozycje) do pokazów prac młodych i starszych twórców, talentów i pasji mieszkańców, bez podziału na dziedziny – częstotliwość – w zależności od ilości chętnych osób, ale minimum raz w roku.
- I. Koncerty młodych talentów, organizowane raz w miesiącu, we współpracy z Fundacją Inicjatywa dla Opatówka. Występy uczniów z Zespołu Szkół Muzycznych w Kaliszu, m.in. podczas wernisaży.
- J. Stworzenie najpóźniej do końca sierpnia 2026 r. nowej, atrakcyjnej oferty edukacyjnej dla studentów WPA w Kaliszu UAM w Poznaniu oraz Akademii Kaliskiej i podpisanie umów/listów intencyjnych o współpracy z tymi uczelniami najpóźniej do końca września 2026 r.

2.2.3. Rozwijanie zbiorów i kolekcji

Cele operacyjne:

- A. Kontynuacja systematycznej współpracy z fabrykami „Runotex” i „Haft” w Kaliszu, „BGH Network” w Katowicach, fabrykami porcelany „Ćmielów” i „AS” w Ćmielowie, fabryką porcelany w Łubianie i pozyskiwanie nowych muzealiów drogą darowizny (minimum raz w roku wizyta w każdej fabryce).
- B. Pozyskanie do współpracy minimum dwóch nowych wytwórni do końca 2026 r.
- C. Rozwijanie kolekcji drogą zakupów (w zależności od ofert rynku antykwarycznego czy prywatnych osób). Działaniem warunkującym dostęp do środków ministerialnych na zakupy, będzie opracowanie dokumentu *Polityka gromadzenia zbiorów*.
 - Opracowanie i wdrożenie dokumentu „*Polityka gromadzenia zbiorów w MHPO*” do 2. połowy 2026 r.

2.2.4. Rozwijanie dostępności muzeum, zbiorów i wiedzy o nich

Cele operacyjne:

- A. Organizowanie każdego roku 4-5 wystaw czasowych.
- B. Zorganizowanie nowej, nowoczesnej, interaktywnej wystawy stałej fortepianów w skrzydle wschodnim do końca 2028 r. dostosowanej dla osób z niepełnosprawnościami. (p. 2.2.1.A).
- C. Realizacja projektu konserwacji fortepianu Liendemanna z przywróceniem jego funkcji użytkowej, organizacja koncertów kameralnych, pokazów, warsztatów, nagrań dostępnych dla osób z niepełnosprawnościami (patrz p. 2.2.1.B).
- D. Digitalizacja zbiorów: rozpoczęcie projektem digitalizacji 1000 szt. obiektów kolekcji porcelitu pruszkowskiego w 2027 r. i umieszczenie ich na platformie wmuzeach.pl oraz na stronie internetowej.

- E. Wprowadzenie storytellingu i grywalizacji poprzez wykorzystanie nowych technologii - umieszczenie posiadanych wizerunków muzealiów, wywiadów, filmów nt. poszczególnych dziedzin przemysłu, danych historycznych w katalogach i innych atrakcyjnych formach w kioskach multimedialnych na stałych ekspozycjach oraz w aplikacji stołu interaktywnego, dostępnego dla dzieci, młodzieży, seniorów, osób na wózkach i z innymi niepełnosprawnościami (2027).
- F. Zakup w 2026/27 r. programu do ewidencjonowania i naukowego opracowywania i udostępniania zbiorów oraz ewidencjonowania zasobów muzealnej biblioteki. Program taki jest elektronicznym katalogiem zbiorów i podstawowym źródłem informacji na ich temat. Mogą z niego korzystać zarówno pracownicy muzeum jak i osoby z zewnątrz, m.in. prowadzące działalność naukową. (środki z projektu „*Miasteczko Róży Wiatrów...*”).
- G. Wykonanie i umieszczenie przed muzeum makiety kompleksu fabrycznego (siedziby muzeum), tyflografik na ekspozycjach stałych dla osób niewidomych i słabowidzących; klocków drewnianych, do ułożenia kompleksu fabrycznego, zestawu drzeworytów do samodzielnego wykonania wielobarwnej grafiki, kodów QR. Realizacja w ramach projektu „*Miasteczko Róży wiatrów...*” , do czerwca 2027 r.
- H. Złożenie wniosku o dofinansowanie do realizacji na 1. piętrze w skrzydle zachodnim magazynu studyjnego, otwartego dla zwiedzających – (aplikowanie w 2028 r.).
- I. Stworzenie nowej strony internetowej, spełniającej standardy dostępności, z opisem dostępności dla osób z różnymi niepełnosprawnościami:
- niepełnosprawnością wzroku: informacja audio „Jak dojść do muzeum z przystanku?”, materiałami z audiodestrypcją zawierającymi opis muzeum, dziedzińca, każdej wystawy stałej, wystaw czasowych;
 - niepełnosprawnością słuchu: wideoprzewodniki na stronie internetowej z tłumaczeniami w PJM;
 - niepełnosprawnością ruchową: plan muzeum do pobrania;
 - niepełnosprawnością intelektualną: materiały do pobrania w pdf w tekście łatwym (przedprzewodnik, ścieżka w tekście łatwym do każdej wystawy);
 - Spektrum autyzmu i trudnościami sensorycznymi: informacje praktyczne (jak dotrzeć do muzeum, jak przygotować się do wizyty) oraz informacje o bieżącej ofercie dostosowanej do potrzeb osób w spektrum:
 - przewodniki AAC (Wspomagających i Alternatywnych Sposobów Komunikowania się),
 - mapa sensoryczna do pobrania (przekazuje informacje miejscach trudnych sensorycznie, w których bodźce są mocniejsze lub słabsze niż przeciętnie).
- Termin realizacji: do czerwca 2027 r.
- J. Publikowanie wszystkich materiałów na portalach społecznościowych z napisami bądź w wersji dźwiękowej.

- K. Dostosowanie skrzydła wschodniego pod względem dostępności architektonicznej (łazienka na parterze) oraz dostępności funkcjonalnej i komfortu użytkownika (pokój wyciszenia i odpoczynku). Wprowadzenie udogodnień typu plecaki sensoryczne, ciche godziny – najpóźniej do końca 2028 r.
- L. Wydawanie do każdej wystawy informatora lub katalogu. Nakład ok. 200 szt. każdorazowo. Wydawanie publikacji z towarzyszeniem wersji pdf do bezpłatnego pobrania:
- Katalogu kolekcji koronek i haftów przemysłowych; nakład 500 egz. (dwujęzycznego, jako katalogu towarzyszącego wystawom za granicami kraju), 2027 i następne lata;
 - 2026 r. publikacji pokonferencyjnej „Bohaterowie II wojny światowej powiatu kaliskiego”.
 - W 2026/27 r. publikacji z okazji 200-lecia fabryki; nakład 500 egz.;
 - 2027/28 materiałów na konferencję bądź pokonferencyjnych, konferencja muzeów techniki w ramach sieciowania muzeów.
- M. Wydrukowanie i dystrybucja bezpłatnych broszur, ulotek o Muzeum w nakładzie 2000 egz. rocznie. Pakiet startowy do końca czerwca 2026 r. (p. 2.2.1.J).
- N. Publikowanie wyników badań i upowszechnianie zbiorów i działalności muzeum przez pracowników MHPO w wydawnictwach zewnętrznych – minimum jeden artykuł w roku każdy pracownik merytoryczny.
- O. Organizacja jednej konferencji naukowej rocznie (we współpracy z uczelniami, WPA w Kaliszu, Polskim Komitetem Ochrony Dziedzictwa Przemysłowego TICCICH, PTH Oddział Kalisz, Stowarzyszeniem Muzeów Sztuki Inżynierskiej).
- P. Organizacja każdego roku bezpłatnej oferty „Noc Muzeów”.
- Q. Lepsze oznakowanie siedziby Muzeum w samym Opatówku i przy drodze krajowej do końca 2026 r.
- R. Jeden dzień w tygodniu w sezonie letnim (czerwiec – sierpień) muzeum będzie otwarte do 20.00 lub 21.00.
- S. Wprowadzenie dyżurów w soboty (w okresie letnim).
- T. Zawarcie umowy o współpracy z lokalnymi NGO i zapewnienie bezpłatnego dostępu do oferty Muzeum przez dzieci, seniorów, osoby niepełnosprawne i grupy zagrożone wykluczeniem – minimum 1 umowa w roku.

2.2.5. Edukacja siłą Muzeum

Cele operacyjne:

- A. Lekcje muzealne w siedzibie własnej: zwiększenie ich liczby o 50% do końca 2026 r., 100% do końca 2027 r. i o 150% do końca 2028 r. w stosunku do roku 2025.

- B. Lekcje muzealne on – line (opracowanie, nagranie i umieszczenie na kanale You Tube trzech tematów do września 2026 r.).
- C. Lekcje muzealne w szkole przyszpitalnej w Kaliszu oraz w szkołach wszystkich typów w Kaliszu i powiecie kaliskim, realizowane przez pracownika muzeum (m.in. z wykorzystaniem strojów z rekonstrukcji historycznych: moda z okresu Powstania Styczniowego, na inne tematy zgłaszane przez nauczycieli) – minimum raz w miesiącu.
- D. Warsztaty muzealne wzbogacone wątkami ekologicznymi: zwiększenie ich liczby o 50% do końca 2026 r., o 100% do końca 2027 r. i o 200% do końca 2028 r.
- E. Warsztaty z cyklu „Akademia Młodych Mistrzów”. Na początek cykl pięciu spotkań nt. zawodu budowniczego fortepianów i konserwatora drewna. Projekt jest konsekwencją projektu konserwacji 9 fortepianów ze środków MKiDN. Adresowany jest to szkół branżowych i muzycznych. Zakończy się koncertem młodych talentów. Realizacja: 2027 r. W kolejnych latach kolejne branże reprezentowane poprzez kolekcje MHPO (programowanie od kart zakardowych do dziś, drukarstwo i tkactwo, ceramika itd.)
- F. Warsztaty świąteczne: w okresie przed Bożym Narodzeniem oraz przed Wielkanocą: cyklicznie każdego roku.
- G. Wydarzenia edukacyjne towarzyszące wystawom czasowym (p. 2.2.2. G)
- H. Gra mobilna o Opatówku, fabryce i muzeum, dostępna na stronie i jako aplikacja na smartfon (do końca 2027 r.).
- I. Rozpoczęcie w połowie 2026 r. realizacji warsztatów międzypokoleniowych decoupage’u i malowania na desce, m.in. motywów związanych z muzeum, przemysłem, dowolnych skojarzeń, ale także ikon i in. (wykorzystanie desek z remontu w skrzydle zachodnim). Konieczne są dwa spotkania; realizacja 4 warsztatów rocznie. Warsztaty będą realizowane przez edukatorów muzeum przy współpracy z GOK w Liskowie (technika decoupage’u) oraz kadrami i studentami kierunku Wychowanie Plastyczne WPA w Kaliszu UAM w Poznaniu. Rozpoczęcie warsztatów poprzedzi podpisanie umowy w tym zakresie.
- J. Tworzenie scenariuszy warsztatów, lekcji muzealnych i innych zajęć edukacyjnych do każdej wystawy czasowej. Minimum jedno zajęcia do każdej wystawy.
- K. Kontynuacja współpracy z Ośrodkiem Doskonalenia Nauczycieli w Kaliszu.
- Umieszczenie w ofercie ODN warsztatów dla nauczycieli w MHPO promujących ofertę edukacyjną – minimum dwa razy w roku i ich realizacja (w efekcie wyłonienie stałej grupy odbiorców);
 - Umieszczenie pełnej oferty edukacyjnej MHPO w wersji pdf na stronie ODN;
 - Przekazanie 500 egzemplarzy wersji papierowej oferty do rozdawania nauczycielom;
- L. „Moja przygoda w muzeum” – coroczna organizacja etapu regionalnego międzynarodowego konkursu plastycznego dla dzieci i młodzieży od 5 do 18 lat i niepełnosprawnych do 25 roku życia, organizowanego przez Muzeum Okręgowe

w Toruniu, promującego zbiory i działalność muzealną, w MHP pod patronatem Burmistrza Miasta i Gminy Opatówek i Starosty Kaliskiego. Wrzesień każdego roku.

- M. Stworzenie prezentacji multimedialnej do końca sierpnia 2026 r., zawierającej ofertę edukacyjną i jej przedstawienie na spotkaniach dyrektorów, podczas szkoleń w ODN-ach, w szkołach kaliskich, powiatu kaliskiego i sąsiednich powiatów przez pracownika Muzeum. Do końca 2026 r. dotrzeć do każdej szkoły na terenie Kalisza i powiatu.
- N. „Majówka u fabrykanta” – piknik edukacyjno-historyczny na dziedzińcu muzeum, raz w roku.
- O. Organizacja minimum dwa razy w roku wydarzeń, pikników na zewnątrz lub w salach Muzeum, z udziałem grup rekonstrukcyjnych, realizujących edukację przez zabawę.
- P. Udział w Kaliskim Festiwalu Nauki, organizowanym przez UK – raz w roku.
- Q. Promocja oferty edukacyjnej na stoisku muzeum podczas wydarzeń plenerowych, targów i innych wydarzeń na zewnątrz – minimum 10 razy w roku.
- R. Zakupy interaktywnych elementów edukacyjnych w projekcie „*Miasteczko Róży Wiatrów...*”. Do czerwca 2027 r.

2.2.6. Rozwój infrastruktury muzealnej

Cele operacyjne:

- A. Wymiana stolarki okiennej w skrzydle wschodnim, rewitalizacja dziedzińca z przeszkleniem, które pozwoli zwiedzającym oglądać zabytkową kanalizację podziemną, wyposażenie:
 - stałych ekspozycji w skrzydle wschodnim w: 8 stanowisk interaktywnych z aplikacjami multimedialnymi, 3 hologramy postaci historycznych (fabrykant Fiedler, Aleksandra i Józef Zajączek), odtwarzacz audio w telefonie zlokalizowanym na wystawie *Dawna maszynownia* oraz w szafce robotniczej umieszczonej wśród artefaktów po Cepelii na sali konferencyjno – koncertowej (w skrzydle zachodnim); nowe oświetlenie wystaw bez promieniowania UV i IR, z regulowanym strumieniem światła (30 szt.), dodatkowe kody QR przy najbardziej unikatowych obiektach, 8 tyflografik na wystawach stałych, klocki edukacyjne do ułożenia klasycystycznego kompleksu fabrycznego, zestaw do samodzielnego wykonania przez zwiedzających wielobarwnego drzeworytu
 - sali wystaw czasowych w stół multimedialny przystosowany dla osób z niepełnosprawnością ruchową (na wózkach),
 - makieta dla osób niewidomych i słabowidzących przed muzeum,

- plansze informacyjne o muzeum, wystawach i ofercie edukacyjnej umieszczone przy parkingu obok muzeum;
 - system przewodników audioguide po muzeum ze ścieżką dla dorosłych, rodzin oraz w języku angielskim.
 - program do ewidencjonowania i opracowywania zbiorów;
 - nowa strona internetowa.
- Termin realizacji – do czerwca 2027r.; ze środków pozyskanych jako partner w projekcie „*Miasteczko Róży Wiatrów – historycznie i kulturalnie*”
- Dopuszczenie sali wystaw czasowych w skrzydle zachodnim – do końca 2027 r.;
- B. Wyposażenie i oddanie nowej wystawy stałej nt. przemysłu fortepianowego w Polsce w skrzydle wschodnim – do końca 2028 r., (p. 2.2.1.A).
- C. Złożenie wniosku na realizację magazynu studyjnego w skrzydle zachodnim, otwartego dla zwiedzających – do końca 2028 r. Planowana realizacja w 2029 r. (p. 2.2.4.H).
- D. Remont i nowa aranżacja sklepu muzealnego – wizytówki muzeum: do końca 2028r.
- E. Remont obecnych pomieszczeń magazynowych (dawnej sali muzycznej) z przeznaczeniem na pomieszczenia dla pracowników – do końca 2028r.
- F. Remont łazienek w skrzydle wschodnim i przystosowanie łazienki dla osób niepełnosprawnych na parterze skrzydła wschodniego. 2027 r., najpóźniej do końca 2028 r.
- G. Realizacja projektu osuszenia ścian w przyziemiu skrzydła wschodniego – do końca 2027 r.
- H. Remont i wyposażenie dawnej kawiarni w celu adaptacji na pomieszczenie do wypoczynku dla osób ze szczególnymi potrzebami. Do końca 2028 r./2029.

2.2.7. Rozwinięcie partnerstw lokalnych

Cele operacyjne:

- A. Kontynuowanie współpracy, zawarcie umów o współpracy bądź realizacja już podpisanych umów z lokalnymi NGO (Stowarzyszenie Polskich Stroicieli Fortepianów, Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Kaliszu, PTTK Oddział w Kaliszu, Stowarzyszenie LGD 7 „Kraina Nocy i Dni”, Fundacja Inicjatywa dla Opatówka, Stowarzyszenie Lokalnych Przewozów Kolejowych, Stowarzyszenie Rozwoju Gminy Brzeziny), kołami gospodyń wiejskich, OSP z Opatówka i innymi – systematyczna współpraca każdego roku.
- B. Zaproszenie do współpracy przy planowaniu i tworzenia scenariusza wystawy stałej poświęconej polskiemu przemysłowi fortepianowemu Stowarzyszenia Polskich Stroicieli Fortepianów, lokalne firmy z tej branży, Zespół Szkół Muzycznych w Kaliszu z Technikum Budowy Fortepianów – 2026 r.
- C. Kontynuacja współpracy z GBP im. Braci Gillerów w Opatówku – jako partnera w projektach m.in. z dofinansowaniem zewnętrznym.

- D. Zaproszenie do współpracy i podpisanie umów czy listów intencyjnych z minimum 20 szkołami podstawowymi i 5 szkołami średnimi – do połowy 2026 r.
- E. Podpisanie umów/listów intencyjnych o stałej współpracy z WPA w Kaliszu UAM w Poznaniu, Akademią Kaliską, Politechniką Łódzką – do października 2026 r.
- F. Podpisanie umowy partnerskiej z firmą „Colian” w Opatówku – do 2. połowy 2026 r.
- G. Kontynuacja współpracy partnerskiej z Bankiem Spółdzielczym Ziemi Kaliskiej – uhonorowanym za wspieranie projektów muzeum w roku 2024 tytułem mecenasa kultury w powiecie kaliskim.
- H. Pozyskanie innych sponsorów i podpisanie umów sponsorskich – minimum jednej w roku:
 - Przygotowanie przez muzeum specjalnej oferty dla sponsorów - czerwiec 2026 r. (spotkań integracyjnych dla pracowników firm, rodzin pracowników, pikników, zabaw w muzeum i poza nim, czy bezpłatnemu użyczeniu sali konferencyjnej).
- I. Zaproszenie do współpracy, zawarcie umów lub podpisanie listów intencyjnych z MDK w Kaliszu i wszystkimi placówkami GOK na terenie powiatu kaliskiego; 2026 r. i kolejne lata.
- J. Zaproszenie do współpracy właścicieli lokali gastronomicznych, hoteli i miejsc noclegowych w Opatówku, Kaliszu i powiecie kaliskim, Narodowego Sanktuarium św. Józefa w Kaliszu i wymiana bezpłatnych ulotek i broszur z minimum 10 firmami – najpóźniej do lipca 2026 r. (p. 2.2.1.K). Do końca 2026 r. pozyskanie minimum 20.

2.2.8. Integracja mieszkańców regionu; rozwinięcie pod kątem instytucji otwartej, przyjaznej, promującej lokalnych artystów, talenty

Cele operacyjne:

- A. Organizowanie wystaw czasowych, mini-wystaw na stałych ekspozycjach i pokazów promujących mieszkańców Opatówka i regionu – minimum jedno wydarzenie w roku.
- B. Kolportaż zaproszeń papierowych na wernisaże wystaw i inne wydarzenia do 500 osób każdorazowo. Wysyłanie zaproszeń drogą elektroniczną.
- C. Opowieści mieszkańców jako część wystawy – np. zbieranie wspomnień i pamiątek lokalnej społeczności, wywiady z mieszkańcami, pracownikami Cepelii w Opatówku, dawnymi mieszkańcami fabryki sukna, pracownikami kaliskich fabryk.

- D. Warsztaty, wykłady, prezentacje i działania edukacyjne dla różnych grup oraz warsztaty międzypokoleniowe.
- E. Interaktywne głosowanie na temat przyszłych wystaw i projektów. Cały rok na stronie muzeum.
- F. Organizowanie Nocy Muzeów raz w roku.
- G. Organizowanie pikniku edukacyjno - historycznego „Majówka u fabrykanta” na dziedzińcu muzealnym, w szerokim partnerstwie – raz w roku.
- H. Organizowanie w przestrzeni skrzydła zachodniego Muzeum przez Starostwo Powiatowe w Kaliszu w grudniu każdego roku finału Powiatowych Spotkań z Tradycją (konkursu na potrawy wigilijne dla kół gospodyń wiejskich).
- I. Udział jako główny partner projektu Fundacji Inicjatywa dla Opatówka, w wydarzeniu „Święto ulicy Kościelnej” – we wrześniu każdego roku.
- J. Organizowanie koncertów młodych talentów w partnerstwie z Fundacją Inicjatywa dla Opatówka – cyklicznie w ciągu roku.
- K. Umożliwianie we wskazanym czasie występów uczniom okolicznych prywatnych szkół muzycznych oraz Zespołu Szkół Muzycznych w Kaliszu. Organizowanie spektakli amatorskich grup teatralnych we wnętrzach Muzeum lub na dziedzińcu – minimum raz w roku.
- L. Organizowanie koncertów muzyki klasycznej z udziałem artystów filharmonii, opery – w trakcie wernisaży wystaw (minimum 2 razy w roku) i poza nimi minimum 1 raz (np. na dziedzińcu).
- M. Stworzenie i promocja stałej oferty muzealnej w partnerstwach i samodzielnie, typu:
 - Dzień Kobiet w muzeum – raz w roku.
 - „Ferie w muzeum” i „Wakacje w muzeum” – cyklicznie każdego roku
 - Dzień Dziecka w muzeum: wystawa adresowana dla dzieci (p.2.2.2.G), poza tym w partnerstwie z GOK w Opatówku: gry, zabawy i animacje, warsztaty, koncert na dziedzińcu – raz w roku.

2.2.9. Nowa kultura zarządzania zasobami ludzkimi w muzeum

Cele operacyjne:

- A. Opracowanie i wprowadzenie nowej struktury organizacyjnej muzeum: do końca 2026r.
- B. Wprowadzenie cotygodniowych spotkań kierowników oraz miesięcznych dyrekcji z pracownikami – od maja 2026 r.

- C. W razie potrzeby organizowanie spotkań doraźnych – od maja 2026 r.
- D. Wprowadzenie systemu oceny pracowników – od września 2026 r.
- E. Realizacja raz w roku anonimowej ankiety oceniającej model zarządzania dyrekcji.
- F. Wprowadzenie systemu motywacji od 2026 r. poprzez m.in.:
 - zróżnicowanie wysokości finansowej nagrody uznaniowej, przyznawanej przez dyrektora raz do roku z okazji Międzynarodowego Dnia Muzeów;
 - występowanie do Organizatora, Prezydenta Miasta Kalisza i ministra kultury o odznaczenia dla zasłużonych pracowników;
 - publiczną pochwałą;
 - zaproszenia na ciekawe wydarzenia kulturalne w innych instytucjach kultury np. premiery teatralne czy operowe;
 - szkolenia dla wyróżniających się pracowników;
 - organizację jednodniowych wizyt studyjnych do innych muzeów – 2 razy w roku;
 - dbałość o integrację załogi poprzez organizację jednego wspólnego wyjazdu dla dyrekcji i pracowników (np. dwudniowa wizyta studyjna ze szkoleniem w muzeum, które posiada miejsca noclegowe, połączona ze spotkaniem integracyjnym zespołu).

2.2.10. Współpraca międzynarodowa

Cele operacyjne:

- A. Organizowanie raz w roku poza granicami Polski wystawy czasowej promującej zbiory MHPO. Przygotowany został obecnie scenariusz wystawy „Damą być. Koronki i hafty przemysłowe z kolekcji MHPO” obudowanej licznymi działaniami edukacyjno – promocyjnymi. Planujemy wystawy w miastach partnerskich Powiatu Kaliskiego, Miasta Kalisza (Niemcy, Francja) lub innych. Środki zewnętrzne – np. MKiDN, Fundusze Norweskie – MHPO podpisało już umowę z partnerami włoskimi z Prowincji Frosinone. Najbliższy planowany termin realizacji – od 2027 r.

2.3. Plan zasobów niezbędnych do realizacji kierunków rozwoju

2.3.1. Zasoby ludzkie

Zasoby ludzkie Muzeum obejmują następujące grupy pracowników:

- Pracownicy merytoryczni: 2 kustoszy dyplomowanych, 1 kustosz, 4 adiunktów (w tym edukatorka i specjalistka ds. promocji). Łącznie 7 osób.
- Pracownicy administracji: sekretarka/kadrowa, referent (sklepik, zaopatrzenie), graficzka, pracownik techniczny/rzemieślnik, 2 sprzątaczk. Łącznie 6 osób.
- Księgowa i pomoc księgowej – 2 osoby.
- Dyrektor
- Wicedyrektor

2.3.2. Zasoby materialne

Dostępne zasoby materialne Muzeum to:

- Infrastruktura: zabytkowy budynek o łącznej powierzchni całkowitej 7 999,37m², (w tym oddane po remoncie skrzydło zachodnie z windą dostępne dla osób z niepełnosprawnością ruchową), ponad 3500m² powierzchni ekspozycyjnej - 11 sal ekspozycyjnych, pomieszczenia magazynowe, biurowe, socjalne dla pracowników technicznych, 1 sala konferencyjno-koncertowa, dotychczasowa sala konferencyjna w skrzydle wschodnim z zapleczem, pomieszczenie po kawiarni, sklep muzealny, łazienki na każdej kondygnacji, mieszkanie po lokatorce, 1 mieszkanie zajmowane przez lokatora, parking przy muzeum, dziedziniec zamknięty.
- Zbiory: 14 000 muzealiów (kilka unikatowych kolekcji).
- Biblioteka naukowa.
- 4 komputery i 4 laptopy, 5 drukarek, aparat fotograficzny, mikrofony, sprzęt nagłaśniający, 2 rzutniki z ekranami,
- 3 termohigrometry do automatycznego zapisu warunków klimatycznych.
- Kilkanaście termohigrometrów zwykłych, do odczytu warunków klimatycznych.
- Specjalistyczny odkurzacz do czyszczenia muzealiów.
- Przenośny klimatyzator.
- Meble biurowe, meble ekspozycyjne, podesty, gabloty, manekiny.

W celu realizacji zakładanego programu rozwoju muzeum należy postarać się o wyposażenie pracowników w niezbędne zasoby materialne:

- sprzęt komputerowy (zwiększyć o 3 szt., w tym jeden z oprogramowaniem dla graficzki);
- kamera/aparat do nagrywania dobrej jakości filmów i fotografowania wraz z akcesoriami;
- skaner wysokiej rozdzielczości,
- nowe meble biurowe do istniejących już pomieszczeń oraz wyposażenie jednego dodatkowego pomieszczenia biurowego dla pracowników merytorycznych w skrzydle wschodnim;
- przystosowanie dawnej sali konferencyjnej z zapleczem na salę edukacyjną;
- nowoczesny termohigrometr na każdej sali ekspozycyjnej i w magazynach;
- klimatyzatory w magazynach i na salach ekspozycyjnych;
- wi-fi na salach ekspozycyjnych i w nowym pomieszczeniu biurowym;
- nowy system wystawienniczy, linkowy, gabloty i ekspozytory oraz wyposażona szafka narzędziowa mobilna na salę wystaw czasowych;
- nowe meble magazynowe i materiały do zabezpieczenia muzealiów;
- wyposażenie pomieszczenia socjalnego w skrzydle wschodnim;
- nowe wyposażenie sklepu muzealnego.

2.3.3. Niezbędne zmiany w strukturze organizacyjnej Muzeum

Obecna struktura organizacyjna opiera się na działach:

- a. Główny Księgowy
- b. Administracja
- c. Dział Historii Przemysłu, Techniki, Technologii i Organizacji Przemysłu
- d. Dział Wyrobów Przemysłowych.

Dla udanej realizacji programu rozwoju muzeum, proponuje się wprowadzić następującą strukturę organizacyjną:

- a. Główny Księgowy
- b. Administracja
- c. Główny Inwentaryzator
- d. Dział Edukacji i Promocji
- e. Dział Historii Przemysłu, Techniki, Technologii i Organizacji Przemysłu
- f. Dział Wyrobów Przemysłowych.
- g. Konserwator zbiorów.

W strukturze administracji należałoby wyodrębnić stanowisko ds. pozyskiwania funduszy zewnętrznych.

2.3.4. Zasoby finansowe

Zasoby finansowe Muzeum kształtowane są przez dochody w postaci dotacji i dochodów własnych oraz koszty.

Więcej informacji na ten temat przedstawiono poniżej.

• struktura dochodów w trzech ostatnich latach:

- od 85,6% w 2023 r. do 98% w 2025 r. to dotacja Organizatora,
- w 2023 r. 11,5% środki zewnętrzne z grantów, w 2024 r. – 1,98%, w 2025r. 0%.
- ok. 2- 3 % dochody własne ze sprzedaży i wynajmu;

• struktura kosztów:

- od. 57% do 64% kosztów wynagrodzenia osobowe i ich pochodne.
- ok. 5 % ochrona,
- ok. 7-8% zakup energii (gaz, prąd),
- 18,2% w 2023r. (2 projekty konserwacji muzealiów, projekt nt. Powstania Styczniowego, wystawy czasowe) do ok. 4% w 2024r. (publikacja katalogu kolekcji, wystawy czasowe, zakup muzealiów) i ok. 1% w 2025 r.: realizacja celów statutowych.

W 2026 i 2027 r., w związku z realizacją projektu z dofinansowaniem ze środków unijnych „*Miasteczko Róży Wiatrów...*” pojawią się wydatki inwestycyjne.

Na realizację pozostałych celów strategicznych należy pozyskać środki z:

- programów Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego,
- Funduszy Norweskich,
- unijnych,
- PFRON,
- Marszałka Województwa Wielkopolskiego (m.in. poprzez partnerstwa z NGO),
- Narodowego Centrum Kultury,
- Fundacji Totalizatora Sportowego, „Kulturalnego Orłenu” i in.;
- sponsoringu.

III. WDRAŻANIE PROGRAMU

Aby z sukcesem wdrożyć przyjęty program działania MHPO, należy podjąć szereg niezbędnych działań. Ważnym krokiem będzie przygotowanie dokładnego harmonogramu, zawierającego cele i zadania rozpisane na konkretne komórki i osoby, opracowane i przyjęte mierniki celów oraz czas wykonania. W poniższych tabelach od 1 do 9, przedstawiłam propozycję harmonogramu realizacji strategii dla jej 10 celów strategicznych i operacyjnych.

Tabela 1. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 1

Cel strategiczny nr 1	Inicjatywy/ projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Uczynienie Muzeum Historii Przemysłu instytucją dobrze rozpoznawalną w Wielkopolsce i Polsce	Przygotowanie i udostępnienie nowej stałej wystawy „Przemysł fortepianowy w Polsce”	Kierownik Działu Wyrobów Przemysłowych, opiekun kolekcji fortepianów, specjalista/osoba ds. pozyskiwania funduszy	Liczba zorganizowanych wystaw; Liczba pozyskanych partnerów, ankieta satysfakcji klienta	Czerwiec 2026- grudzień 2027r.: przygotowanie scenariusza, obiektów na wystawę, wywiadów, zamówienie i wykonanie projektu wystawy, wniosek o dofinansowanie Styczeń – grudzień 2028: realizacja wystawy
	Konserwacja pełna najstarszego kaliskiego fortepianu Liendemanna z 1. poł. XIX w. i	Kierownik Działu Wyrobów Przemysłowych, opiekun kolekcji fortepianów,	Liczba fortepianów poddanych konserwacji, Liczba wydarzeń z	Październik – listopad 2026- napisanie i złożenie wniosku 2027r. – konserwacja;

Cel strategiczny nr 1	Inicjatywy/ projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
		specjalista/osoba ds. pozyskiwania funduszy	wykorzystaniem obiektu, frekwencja	Organizacja wydarzeń-2028
	Podnoszenie kompetencji osoby zajmującej się promocją	Dyrektor	Liczba szkoleń, ukończonych kursów, studiów podyplomowych	Proces ciągły
	Wyodrębnienie działu edukacji i promocji	Dyrektor	Liczba nowych działów	do końca 2026 r.
	Nowa strona internetowa	Wicedyrektor	Atrakcyjność strony; ankiety	Czerwiec 2027 r.
	Promocja na stronie, FB i innych portalach społecznościowych	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba wejść, odtworzeń	Cały rok (comiesięczne raporty)
	Zakup i uruchomienie nowych technologii (kioski interaktywne z aplikacjami multimedialnymi, hologramy, nagrania audio, system przewodników audioguide)	Dyrektor, Wicedyrektor	Liczba zakupionych sprzętów, aplikacji, ankiety satysfakcji klienta,	Do czerwca 2027r.
	Piknik edukacyjno – historyczny „Majówka u fabrykanta”	Kierownik działu edukacji i promocji	Frekwencja	Każdego roku na przełomie maj/czerwiec
	Realizacja do każdej wystawy czasowej kilkuminutowego filmu z oprowadzaniem kuratorskim	Kierownik działu edukacji i promocji, kurator wystawy	Liczba filmów; liczba odtworzeń	Po przygotowaniu każdej wystawy
	Realizacja trzech tematów lekcji muzealnych w formie on-line na kanale You Tube.	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba lekcji on-line, liczba odtworzeń	Do września 2026r.
	Dodruk oferty edukacyjnej w wersji papierowej i jej kolportaż w placówkach oświatowych, opiekuńczych i domach kultury, w ODN i Kuratorium. Udostępnienie wersji pdf na stronę internetową ODN-ów	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba egzemplarzy , liczba instytucji do których trafiła oferta,liczba odtworzeń	Do września 2026r.
	Darmowe ulotki promocyjne	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba ulotek; liczba interesariuszy	czerwiec 2026 r.

Cel strategiczny nr 1	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
	Stworzenie prezentacji multimedialnej z ofertą edukacyjną i jej promocja	Kierownik działu edukacji i promocji	Atrakcyjność prezentacji-opinie nauczycieli; liczba wizyt	Wrzesień 2026 r. oraz luty i wrzesień każdego następnego roku
	Noc Muzeów	Kierownik działu promocji, kierownicy działów merytorycznych	Liczba przygotowanych atrakcji; Frekwencja; ankiety publiczności	Maj każdego roku
	Udział w imprezach plenerowych typu „Święto ulicy Kościelnej” w Opatówku i „Święto ulicy Niecałej: w Kaliszu, imprezach promocyjnych, festiwalach itp.	Kierownik działu promocji, kierownicy działów merytorycznych	Liczba imprez, frekwencja; liczba przygotowanych atrakcji	Cały rok – głównie w sezonie letnim
	Lepsze oznakowanie siedziby Muzeum w samym Opatówku i przy drodze krajowej	Wicedyrektor Kierownik działu Edukacji i promocji	Liczba oznakowań, frekwencja	Do końca 2026r.
	Wydłużenie otwarcia muzeum w sezonie letnim do 21.00	Wicedyrektor; Pracownicy dyżurujący	Liczba godzin otwarcia; frekwencja	Maj-wrzesień każdego roku
	Otwarcie muzeum w soboty w sezonie letnim	Wicedyrektor; Pracownicy dyżurujący	Liczba dyżurów; frekwencja	Maj – wrzesień Każdego roku
	Występowanie o patronat mediów lokalnych i ogólnopolskich	Dyrektor, Wicedyrektor	Liczba patronatów (umów)	Praca ciągła
	Współpraca z lokalnymi mediami; przygotowywanie informacji o każdym wydarzeniu	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba przygotowanych informacji	Cały rok

Źródło: opracowanie własne

Tabela 2. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 2

Cel strategiczny nr 2	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Zwiększenie frekwencji, w tym pozyskanie nowej grupy odbiorców	Ogólne zwiększenie frekwencji o min. 50% do końca 2026 r., o 80% do końca 2027 r. i o 100% do końca 2028 r. (w stosunku do ostatnich trzech lat)	Kierownik działu edukacji i promocji, kierownicy działów merytorycznych	Frekwencja	Raporty co kwartał

Cel strategiczny nr 2	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
	Stworzenie i promocja atrakcyjnej oferty dla rodzin z dziećmi oraz seniorów.	Kierownik działu edukacji i promocji;	Nakład oferty w wersji pap., liczba wejść, pobrań; Liczba atrakcji; frekwencja,	najpóźniej do czerwca 2026 r. , promocja praca ciągła; raporty co kwartał
	„Ferie w Muzeum”, „Wakacje w Muzeum”	Kierownik działu promocji	Ilość atrakcji, frekwencja, opinie uczestników, ankieta satysfakcji klienta	Ferie zimowe, okres wakacyjny
	Nagrywanie i publikowanie na portalach społecznościowych filmów, postów, odpowiednich do danego portalu	Kierownik działu edukacji i promocji, Kierownicy działów merytorycznych	Liczba postów, filmów, opinie użytkowników portali	Wg uzgodnionego planu
	Gra o historii Opatówka, fabryki i muzeum, dostępna na stronie internetowej oraz jako aplikacja na smartfon, na 220-lecie przybycia Zajączka do Opatówka.	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, Kierownik działu edukacji i promocji, kierownicy działów merytorycznych, wicedyrektor	Liczba wejść, pobrań	Czerwiec-lipiec 2027
	Wystawy czasowe (4 -5), w tym atrakcyjne dla młodych ludzi (15-25 lat)	Kierownicy działów merytorycznych, kuratorzy wystaw oraz edukacji i promocji	Liczba wystaw; frekwencja; badanie satysfakcji klienta uzyskane nagrody	Jedna wystawa na 2-3 miesiące
	Stworzenie tzw. „przestrzeni laboratoryjnej” dla mieszkańców	Dyrektor, Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba wydarzeń/ wystaw	Minimum jedna w roku
	Koncerty młodych talentów z Fundacją	Dyrektor, Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba koncertów; frekwencja	Raz w miesiącu
	Nowa oferta edukacyjna dla WPA w Kaliszu UAM w Poznaniu oraz Akademii Kaliskiej i podpisanie umów o współpracę	Kierownik działu edukacji i promocji, dyrektor	Liczba umów, ankiety zadowolenia uczestników; frekwencja	październik 2026; ankiety coroczne

Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 3

Cel strategiczny nr 3	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Rozwijanie zbiorów i kolekcji	Pozyskiwanie nowych muzealiów drogą darowizny – współpraca z fabrykami	Kierownicy Działów Historii i Wyrobów Przemysłowych	Liczba nowych muzealiów	Cały rok
	Pozyskanie do współpracy minimum dwóch nowych fabryk	Kierownicy Działów Historii i Wyrobów Przemysłowych	Liczba podpisanych umów	Do końca 2026 r.
	Opracowanie dokumentu <i>Polityka gromadzenia zbiorów</i>	Główny Inwentaryzator; Dyrektor	Liczba przygotowanych dokumentów	Do 2.poł. 2026 r.
	Zakup muzealiów ze środków MKiDN w programie „Rozbudowa zbiorów muzealnych”	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy; kierownik działu merytorycznego	Liczba zakupionych muzealiów	Raz w roku

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 4

Cel strategiczny nr 4	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Rozwijanie dostępności zbiorów i wiedzy o nich	Organizowanie 4-5 wystaw czasowych w roku	Kierownicy działów merytorycznych, kuratorzy wystaw, oraz edukacji i promocji	Liczba wystaw; frekwencja; badanie satysfakcji klienta uzyskane nagrody	Jedna wystawa na 2-3 miesiące
	Nowa stała wystawa nt. przemysłu fortepianowego w Polsce	Kierownik Działu Wyrobów Przemysłowych, opiekun kolekcji fortepianów, specjalista/osoba ds. pozyskiwania funduszy	Liczba wystaw; Liczba udostępnionych obiektów, ankieta satysfakcji klienta	Czerwiec 2026- grudzień 2028
	Konserwacja fortepianu Liendemanna; realizacja koncertów, nagrań, pokazów	Specjalista/osoba ds. pozyskiwania środków, Opiekun kolekcji fortepianów	Liczba poddanych konserwacji obiektów; Liczba wydarzeń z wykorzystaniem	2027-2028

Cel strategiczny nr 4	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
			obiektu, frekwencja	
	Digitalizacja zbiorów: rozpoczęcie od 1000 szt. kolekcji ceramiki przuskowskiej	Specjalista/osoba ds. pozyskiwania funduszy; Główny Inwentaryzator, kierownik działu wyrobów przemysłowych	Liczba zdigitalizowanych muzealiów,	Od stycznia 2027 r. (raporty kwartalne)
	Wprowadzenie storrytellingu i grywalizacji: wykorzystanie wizerunków muzealiów, informacji o nich, wywiadów, filmów itp., postaci historycznych w multimedialnych systemie audioguide	Dyrektor, Kierownicy działów	Liczba udostępnionych obiektów, ankieta satysfakcji klienta,	Do czerwca 2027r.
	Zakup i wdrożenie programu do ewidencjonowania i naukowego opracowywania i udostępniania zbiorów	Główny Inwentaryzator, pracownicy merytoryczni, biblioteka	Liczba (procent) opracowanych i wprowadzonych do katalogu zbiorów	Od czerwca 2027 r., praca ciągła, kontrola kierownicy
	Magazyn studyjny dostępny dla publiczności	Specjalista/osoba ds. pozyskiwania środków, kierownicy działów merytorycznych	Liczba otwartych magazynów studyjnych, liczba obiektów udostępnionych	2028-złożenie wniosku; realizacja po 2028r.
	Poprawienie dostępności dla osób z niepełnosprawnościami (makieta dla niewidomych, tyflografiki, system audioguide, strona internetowa, portale społecznościowe)	Dyrektor Kierownicy działów	Liczba wprowadzonych udogodnień, opinie użytkowników, ankiety	Czerwiec 2027 r.
	Realizacja magazynu – studia, otwartego dla zwiedzających	Specjalista/osoba ds. pozyskiwania funduszy; kierownicy działów merytorycznych	Liczba udostępnionych muzealiów	Grudzień 2028
	Wprowadzenie udogodnień na terenie muzeum (plecaki, sensoryczne, pokój wyciszenia, ciche godziny, mapa sensoryczna muzeum, przewodniki AAC)	Koordinator ds. dostępności, Kierownik działu edukacji i promocji, Specjalista ds. pozyskiwania funduszy	Ankiety satysfakcji klientów, rodzaj i liczba wprowadzonych udogodnień	do czerwca 2027 r. i na bieżąco pokój wyciszenia i odpoczynku – najpóźniej do końca 2028r.
	Dostosowanie skrzydła wschodniego dla niepełnosprawnych pod	Koordinator ds. dostępności	Liczba wprowadzonych udogodnień,	Najpóźniej do końca 2028 r.

Cel strategiczny nr 4	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
	względem architektonicznym- łazienka na parterze		ankieta satysfakcji klienta	
	Publikowanie informatorów, katalogów kolekcji	Kierownicy działów merytorycznych; Specjalista ds. pozyskiwania funduszy; Dział edukacji i promocji	Nakład i liczba sprzedanych bądź rozdanych wydawnictw	Do każdej wystawy, wydarzenia i raz w roku kolekcji
	Bezpłatne ulotki o muzeum, plansze na zewnątrz muzeum przy parkingu	Kierownik działu promocji i edukacji	Liczba rozdanych ulotek, plansz	Od czerwca 2026r. ulotki, plansze – do czerwca 2027
	Publikowanie wyników swych badań przez pracowników merytorycznych	Pracownicy merytoryczni	Liczba publikacji	Minimum 1 artykuł na 1 osobę w każdym roku
	Organizacja konferencji naukowych	Wicedyrektor; kierownicy działów merytorycznych	Liczba konferencji; liczba uczestników	Jedna minimum rocznie
	Organizacja każdego roku bezpłatnej oferty „Noc Muzeów”.	Wicedyrektor Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba udostępnionych wystaw, atrakcji; frekwencja; ankiety satysfakcji	Maj każdego roku
	Lepsze oznakowanie siedziby Muzeum w samym Opatówku i przy drodze krajowej do połowy 2022 r.	Wicedyrektor	Frekwencja	Do końca 2026
	Wydłużenie otwarcia muzeum w sezonie letnim do 21.00 (jeden dzień w tygodniu) oraz otwarcie w soboty	Dyrektor; pracownicy dyżurujący	Liczba godzin otwarcia; frekwencja	Maj-wrzesień każdego roku
	Zawarcie umowy o współpracy z lokalnymi NGO i zapewnienie bezpłatnego dostępu do oferty Muzeum przez dzieci, seniorów, osoby niepełnosprawne i grupy zagrożone wykluczeniem –	Dyrektor, Wicedyrektor	Liczba zawartych umów; frekwencja	Minimum 1 umowa w roku

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 5

Cel strategiczny nr 5	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Edukacja siłą Muzeum	Lekcje muzealne: zwiększenie ich liczby o 50% do końca 2026 r., 100% do końca 2027 r. i o 150% do końca 2028 r. w stosunku do ostatnich trzech lat.	Dział edukacji i promocji, działy merytoryczne	Liczba lekcji; Frekwencja, ankiety ewaluacyjne	Wrzesień - czerwiec
	Lekcje muzealne on –line	Dział Edukacji i promocji, Pracownicy merytoryczni,	Liczba tematów; liczba przeprowadzonych zajęć; liczba wejść, ankiety satysfakcji	Do września 2026 r.
	Lekcje muzealne w szkołach	Dział Edukacji i promocji, Pracownicy merytoryczni	Liczba lekcji, tematów, ankiety	Minimum raz w miesiącu
	Warsztaty muzealne (stałe i okazjonalne): zwiększenie ich liczby jak lekcji w stosunku do ostatnich trzech lat	Dział Edukacji i promocji pracownicy merytoryczni	Liczba warsztatów; Frekwencja; ankiety	Cały rok
	Warsztaty z cyklu „Akademia Młodych Mistrzów”. Na początek temat budowy i konserwacji fortepianów.	Kierownik działu promocji i edukacji, opiekun kolekcji fortepianów	Liczba warsztatów, tematów, ankiety	Styczeń- czerwiec 2027
	Gra mobilna o Opatówku, fabryce i gen. Zajączku	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, kierownik działu edukacji i promocji	Liczba pobranych aplikacji, użytkowników, ankieta	Czerwiec – lipiec 2027
	Zajęcia edukacyjne jako obudowa wystaw czasowych i innych wydarzeń	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba scenariuszy, zrealizowanych zajęć, liczba uczestników	Minimum jedno zajęcia do jednej wystawy/ wydarzenia
	Warsztaty/szkolenia dla nauczycieli, umowa z ODN	Dział edukacji i promocji, Dyrektor	Liczba uczestników i docelowo liczba lekcji muzealnych i frekwencja na nich	Wrzesień 2026r. i w każdego roku (w ofercie ODN); Min. raz w roku warsztaty
	„Moja przygoda w muzeum” konkurs	Dział edukacji i promocji	Liczba uczestników; ankiety satysfakcji	Wrzesień każdego roku

Cel strategiczny nr 5	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
	Prezentacja multimedialna z ofertą edukacyjną i jej prezentacja w ODN, kuratorium, szkołach i ośrodkach opiekuńczych	Dział edukacji, pracownicy merytoryczni	Opinie nauczycieli, liczba zrealizowanych prezentacji	Od września 2026
	„Majówka u fabrykanta”	Kierownik działu edukacji i promocji, pracownicy merytoryczni, dyrektor	Frekwencja, liczba oferowanych atrakcji i zajęć edukacyjnych	Raz w roku
	Organizacja wydarzeń, pikników na zewnątrz lub w salach Muzeum, z udziałem grup rekonstrukcyjnych, realizujących edukację przez zabawę.	Dział Edukacji i Promocji, wicedyrektor	Liczba wydarzeń; Frekwencja; ankiety satysfakcji klienta	Minimum raz w roku
	Udział w Kaliskim Festiwalu Nauki	Kierownik Działu edukacji i promocji	Frekwencja, liczba oferowanych atrakcji/zajęć na stoisku	Raz w roku
	Promocja oferty podczas wydarzeń plenerowych poza muzeum (Święto ulicy Niecałej, Święto ulicy Kościelnej, Niedziela u Niechciców, Dzień Dziecka, targi edukacyjne, konferencje	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba wydarzeń, oferowanych atrakcji/zajęć, frekwencja,	Minimum 10 razy w roku
	Zakupy interaktywnych elementów edukacyjnych w projekcie „Miasteczko Róży wiatrów” (multimedia oraz klocki, zestaw do drzeworytu) oraz poza projektem: minikrosienko, minidziwiarka	Wicedyrektor, kierownik działu edukacji, koordynator ds. dostępności	Liczba dostępnych dla zwiedzających elementów, ankiety, ilość korzystających	Od czerwca 2027r.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 6. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 6

Cel strategiczny nr 6	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Rozwój infrastruktury muzealnej	Termomodernizacja skrzydła wschodniego (stolarka okienna), rewitalizacja dziedzińca, zakupy i uruchomienie wyposażenia	Dyrektor, wicedyrektor	Liczba wymienionych okien, koszty ogrzewania, warunki klimatyczne w salach, powierzchnia zmodernizowanego	Do czerwca 2027r.

Cel strategiczny nr 6	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
			dzieńca, ilość zakupionego wyposażenia, frekwencja, ankieta satysfakcji	
	Doposażenie sali wystaw czasowych w skrzydle zachodnim	Dyrektor, specjalista ds. pozyskiwania funduszy	Liczba systemów wystawienniczych, oświetleniowych, mebli wystawienniczych	Do końca 2028 r..
	Złożenie wniosku na realizację w skrzydle zachodnim magazynu – studia, otwartego dla zwiedzających	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, kierownicy działów merytorycznych	Powierzchnia magazynowa na sali;	Aplikowanie o środki w 2028 r., realizacja do końca 2029
	Nowa aranżacja i wyposażenie sklepu muzealnego.	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, wicedyrektor	Wzrost sprzedaży, liczba klientów, ankieta	do końca 2028 r.
	Remont i adaptacja pomieszczeń dawnej sali muzycznej na biura	Wicedyrektor, specjalista ds. pozyskiwania funduszy	Powierzchnia biurowa, ilość i rodzaj wyposażenia	Do końca 2028r.
	Remont łazienek w skrzydle wschodnim i przystosowanie łazienki na parterze dla osób z niepełnosprawnościami	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, koordynator ds. dostępności	Liczba zmodernizowanych łazienek, w tym dostępnych dla osób niepełnosprawnych	Najpóźniej do końca 2028 r.
	Przeprowadzenie osuszenia ścian w przyziemiu skrzydła wschodniego	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, wicedyrektor	Powierzchnia	do końca 2027 r.
	Rewitalizacja dziedzińca muzealnego	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy, wicedyrektor	Powierzchnia, docelowo liczba wydarzeń, frekwencja, ankiety satysfakcji	do końca 2027 r.
	Remont i adaptacja dawnej kawiarni w celu urządzenia pokoju odpoczynku i wyciszenia dla osób starszych, dzieci, ze szczególnymi potrzebami	Specjalista ds. pozyskiwania funduszy; Koordynator ds. dostępności	Liczba wprowadzonych udogodnień,	Do grudnia 2028

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 7. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 7

Cel strategiczny nr 7	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Rozwinięcie partnerstw lokalnych	Kontynuacja współpracy, zaproszenie do współpracy, zawarcie umów o współpracę/listów intencyjnych z lokalnymi NGO, kołami gospodyń wiejskich, instytucjami kultury z Kalisza i powiatu kaliskiego	Dyrektor, Wicedyrektor	Liczba umów, listów intencyjnych	Każdego roku praca ciągła
	Zaproszenie do współpracy przy realizacji wystawy stałej np. polskiego przemysłu muzycznego m.in. ZSM z TBF, SPSF	Dyrektor, wicedyrektor	Liczba umów/listów intencyjnych	Do połowy 2026 r.
	Podpisanie umów o stałej współpracy z placówkami oświatowymi oraz WPA w Kaliszu, Akademią Kaliską, Politechniką Łódzką	Dyrektor, wicedyrektor	Liczba umów, listów intencyjnych	Do października 2026 r.
	Podpisanie umowy o współpracy z firmą „Colian”.	Dyrektor, wicedyrektor	Ilość wydarzeń zorg. w partnerstwie;	Do 2. poł. 2026 r.
	Kontynuacja współpracy z BSZK; Pozyskanie stałego mecenasa Muzeum. Pozyskanie innych partnerów strategicznych	Dyrektor, wicedyrektor	Liczba umów, wysokość kwoty sponsoringu	2026-2028
	Zaproszenie do współpracy właścicieli lokali gastronomicznych, hoteli, Biura Informacji Turystycznej, Sanktuarium św. Józefa, MOZK (wymiana ulotek)	Dyrektor, wicedyrektor, Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba pozyskanych interesariuszy	Do końca 2026 r.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 8. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 8

Cele strategiczny nr 8	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Integracja mieszkańców regionu; rozwinięcie pod kątem instytucji otwartej, przyjaznej, promującej lokalnych artystów, talenty	Organizowanie wystaw czasowych, mini-wystaw i pokazów promujących mieszkańców	Kierownik działu promocji i edukacji	Liczba wydarzeń; ankiety satysfakcji	Minimum jedno wydarzenie w roku
	Wysyłanie zaproszeń na wernisaże wystaw i inne wydarzenia do 500 osób każdorazowo	Wicedyrektor, dział administracji	Liczba wysłanych zaproszeń na wydarzenie	Przy każdym wydarzeniu
	Opowieści mieszkańców jako część wystawy – np. zbieranie wspomnień i pamiątek lokalnej społeczności.	Dział edukacji i promocji, kuratorzy wystaw w działach merytorycznych	Liczba wspomnień, wywiadów, liczba artefaktów	Praca ciągła
	Warsztaty, wykłady, prezentacje i działania edukacyjne dla różnych grup oraz warsztaty międzypokoleniowe	Dział edukacji i promocji	Liczba zajęć, frekwencja	Przy wystawach czasowych (4-5 razy w roku); przy fortepianie Liendemanna
	Interaktywne głosowanie na temat przyszłych wystaw i projektów	Dyrektor, dział edukacji i promocji	Liczba głosowań	Cały rok
	Organizowanie Nocy Muzeów	Wicedyrektor, dział edukacji i promocji	Frekwencja Liczba atrakcji w programie, Ankiety satysfakcji	Maj każdego roku
	Organizowanie pikniku „Majówka u fabrykanta” w szerokim partnerstwie lokalnym i przy zaangażowaniu mieszkańców na dziedzińcu muzealnym	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba atrakcji w programie; liczba partnerów; frekwencja, ankiety satysfakcji	Raz w roku maj/czerwiec
	„Świąteczne spotkania z tradycją” z finałem konkursu na potrawy wigilijne w przestrzeni muzeum	Wicedyrektor,	Liczba uczestników konkursu; frekwencja	Grudzień każdego roku
	Udział w imprezie „Święto ulicy Kościelnej”	Kierownicy działów edukacji i promocji oraz merytorycznych	Frekwencja; liczba atrakcji w ofercie	Wrzesień każdego roku
	Organizowanie koncertów młodych talentów w partnerstwie z Fundacją Inicjatywa dla Opatówka	Wicedyrektor, kierownik działu edukacji i promocji	Liczba koncertów, frekwencja	Raz w miesiącu

Cele strategiczny nr 8	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
	Umożliwianie występów uczniom okolicznych prywatnych szkół muzycznych oraz PSM w Kaliszu	Wicedyrektor	Liczba występów, uczestników, frekwencja	Minimum 5 razy w roku
	Organizowanie spektakli amatorskich grup teatralnych we wnętrzach Muzeum lub na dziedzińcu	Dział Edukacji	Liczba spektakli, liczba grup amatorskich i ich członków, frekwencja	Minimum raz w roku
	Organizowanie koncertów muzyki klasycznej z udziałem artystów filharmonii, opery – w trakcie wernisaży wystaw	Wicedyrektor	Liczba koncertów, artystów; frekwencja	Podczas wernisaży – minimum 2 raz w roku; poza tym minim. 1 raz w roku
	Wydarzenia okolicznościowe typu: Dzień Kobiet w Muzeum, Dzień Dziecka, Ferie w Muzeum, Wakacje w Muzeum,	Kierownik działu edukacji i promocji	Liczba wydarzeń, atrakcji, frekwencja, opinie uczestników	Minim. 5 razy w roku

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 9. Harmonogram i mierniki realizacji strategii – cel strategiczny 9 i 10

Cel strategiczny	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
Cel strategiczny nr 9: Nowa kultura zarządzania zasobami ludzkimi w muzeum	Opracowanie i wprowadzenie nowej struktury organizacyjnej muzeum	Dyrektor	Ankiety zadowolenia pracowników	Do końca 2026 r.
	Wprowadzenie cotygodniowych spotkań kierowników oraz miesięcznych dyrekcji z pracownikami	Dyrektor, Wicedyrektor, kierownicy działów	Liczba spotkań; opinie pracowników	Od czerwca 2026 r.
	Wprowadzenie systemu oceny pracowników	Dyrektor	Liczba i rodzaj wprowadzonych kryteriów	Od września 2026 r.
	Realizacja raz w roku anonimowej ankiety oceniającej model zarządzania dyrekcji	Dyrektor	Liczba przeprowadzonych ankiet	Raz w roku
	Wprowadzenie nowego systemu motywacji	Dyrektor	Liczba i rodzaj wprowadzonych nagród	Od połowy 2026 r.

Cel strategiczny	Inicjatywy/projekty (cele operacyjne)	Funkcja osoby odpowiedzialnej za cel	Mierniki celów strategii	Czas wykonania
	Organizacja jednego wspólnego wyjazdu integrującego zespół	Dyrektor, Wicedyrektor	Liczba wyjazdów, uczestników; Liczba atrakcji; opinie pracowników	Raz w roku
Cel strategiczny nr 10: Współpraca międzynarodowa	Organizowanie raz w roku wystawy czasowej promującej zbiory MHP	Kierownik działu merytorycznego, Dyrektor Osoba ds. pozyskiwania funduszy zewnętrznych	Liczba wydarzeń zagranicznych; Frekwencja; recenzje	Raz w roku

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z powyższych harmonogramów, proponuję zastosować mierniki zarówno ilościowe, jak i jakościowe. Aby wprowadzić te ostatnie należy opracować system badania satysfakcji klienta, oceny zadowolenia pracowników, analizowania opinii interesariuszy zewnętrznych, użytkowników muzealnych social mediów i recenzji. Konieczne jest okresowe mierzenie postępów w realizacji, np. poprzez frekwencję, wielkość pozyskanych funduszy, liczbę zawartych umów o współpracę itp.

Niezwykle istotną kwestią pozostaje przekazanie pracownikom idei programu i zaangażowanie ich do jego realizacji. Każdy z nich musi doskonale rozumieć przyjętą misję i wizję. Ostateczne określenie misji i wizji MHPO powinno zostać wypracowane wspólnie, w trakcie opracowania strategii rozwoju MHPO, przez kadrę zarządzającą i pracowników muzeum we współpracy z jego interesariuszami i Organizatorem. Zaangażowanie wszystkich już na etapie tworzenia strategii powoduje, że mają poczucie, iż są jej współautorami i są bardziej zdeterminowani w dążeniu do wspólnego sukcesu. Osiągnięciu tego będzie służył także nowy system motywacji pracowników, opisany wyżej w podrozdziale 2.2.9. Nowa kultura zarządzania zasobami ludzkimi obejmować ma poprawę wewnętrznej komunikacji, wzrost motywacji pracowników oraz ich konstruktywną ocenę, umożliwiającą doskonalenie zasobów ludzkich Muzeum.

Konieczne wydaje się także wprowadzenie metodycznego systemu zarządzania projektami. Opracowanie w każdym realizowanym projekcie bazy interesariuszy, analizy ryzyka, dokładne rozpisanie działań w czasie ze wskazaniem osób odpowiedzialnych za ich wykonanie, przybliży muzeum i jej kadrę do osiągnięcia zamierzonych celów i sukcesu.

Monitorowanie wdrażania przedstawionego programu można realizować m.in. na podstawie raportów okresowych, dostarczanych do dyrekcji przez osoby odpowiedzialne za konkretne cele. Raporty takie opracowywane byłyby co najmniej dwa razy w roku. Należy określić dokładne daty i ich zawartość. W celu oceny i ewentualnych zmian oraz aktualizacji samego programu należy opracować opis cyklu zarządzania strategicznego w MHPO, ze wskazaniem terminów spotkań przeglądów rocznych programu/strategii, połączonych z aktualizacją celów strategicznych oraz służących wstępnemu określeniu wartości planowanych (celów ilościowych) na rok następny.