



Pripravme si

MIESTNY PROJEKT!!

iuventa

NAFYM

OBSAH

ÚVOD

Neexistuje univerzálny recept

Napísať projekt nie je všetko

Čo je vlastne projekt?

PRED TÝM NEŽ SA TO VÔBEC ZAČNE...

Nápad

Čo vlastne chceme?

Základné otázky

Čo si o tom myslia ostatní?

Nám podobné projekty

Do projektu nikdy nie sám!

Písomná forma projektu

Vhodný názov

Anotácia projektu

Informácie o predkladateľovi

Informácie o partnerovi

Téma projektu

Ciele projektu

Program / Metodický opis projektu

Rozpočet

Jeden tip navyše!

Projekt nemusí byť problém

Propagácia nášho projektu

Načo ju vlastne potrebujeme?

Ako začať s propagáciou

Aké formy propagácie môžeme použiť

3

3

3

3

4

4

4

5

6

6

6

7

7

8

8

9

10

10

11

12

12

13

13

13

13

15

Odkiaľ na to vezmeme? 15

Vlastné prostriedky organizácie 16

Príspevok organizácie 16

Vlastné aktivity 16

Nefinančné príspevky 16

Sponzori 17

Príspevky účastníkov 17

Grantové programy 17

Grantový program je súťaž 17

Kde získať informácie 18

Konzultácia s administrátorom 18

Ako žiadať o podporu 18

List sponzorom 18

Pred návštevou sponzora 19

Pozor! My nežobreme! 19

Po získaní sponzorstva 20

PROJEKT SA STÁVA REALITOU... 21

Flexibilita po celý čas 21

Byť pripravený nie je na škodu! 21

Hurá! Máme problém 21

My ako účtovníci? Nemožné! 24

Zriadenie účtu 24

Propagácia priebehu projektu 24

Hodnotíme 25

Blíži sa koniec projektu 25

KRUH SA NIKDY NEKONČÍ... 27

Prílohy: 28

O luvente 28

Eurodesk 28

Aktuálne grantové ponuky 29

ÚVOD

Neexistuje univerzálny recept

Niektorí ľudia možno dúfajú, že v tejto publikácii nájdú konkrétny a univerzálny recept na **KAŽDÚ** aktivitu. Budú pravdepodobne sklamaní. Taký návod ešte nikto dlho nenapíše. Čo sa v tejto publikácii dá určite nájsť, sú skúsenosti a nápady ľudí, ktorí už ne jeden projekt napísali i zrealizovali. Práve oni tvrdia, že príprava a realizácia projektu je proces, v ktorom platia jasné zásady. Ak sa dodržia, znamenajú spravidla úspech celej aktivity pre jej organizátorov. Práve tieto zásady sme sa pokúsili zozbierať a dať na papier s tým, že môžu pomôcť najmä skupinám mladých ľudí alebo začínajúcim vedúcim mládežníckych skupín. Veď múdri sa poučia nie z vlastných chýb, ale najmä zo skúseností ostatných.

Napísať projekt nie je všetko

Pomerne častým omylom je názor, že projekt sa začína jeho napísaním. Na Slovensku sa pod termínom „projekt“ vždy rozumie žiadosť o finančný príspevok od rôznych oficiálnych donorov. Ak ale hovoríme o projekte ako o sérii aktivít, ktorý má navyše priniesť rozvoj a skúseností tým, ktorí ho realizujú - je to dlhodobý proces (*pozri graf Životný cyklus projektu*). „Napísanie“ projektu je niekde v jeho štvrtine. O tom, čo by malo byť **PRED** „napísaním“, ako napísať projekt, čo robiť **POČAS** projektu a čo **PO** jeho skončení - to nájdete práve v tejto publikácii.

Čo je vlastne projekt?

„Projekt“ je veľmi moderné slovo, ale v skutočnosti je to vlastne plán práce, ktorý opisuje to, aká je súčasná situácia a aká bude, ak projekt ukončíme. Projekt je súhrn informácií: prečo projekt robíme, pre koho, s kým, kto nám pomôže, ako získame prostriedky, kedy kto čo urobí a podobne. Projekt = plán, pomôže organizátorom pri ujasnení si svojich vlastných myšlienok, pomôže pri propagácii, prinúti zamyslieť sa nad rôznymi situáciami.

MAŤ DOBRE VYPRACOVANÝ PROJEKT SA JEDNODUCHO OPLATÍ.



PRED TÝM, NEŽ SA TO VÔBEC ZAČNE...

Nápad

Existuje veľa dôvodov na tvorbu miestneho projektu: chceme nacvičiť divadlo, upraviť miestny park, zorganizovať výstavu, vydávať časopis alebo urobiť prieskum o názoroch mladých ľudí na možnosti trávenia voľného času vo svojom okolí. Priam vidíme pred sebou celkový výsledok. Aj keď máme vlastné finančné zdroje, *(a to by sme boli dozaista jedni z mála na Slovensku!)*, potrebujeme plán.


To je presne ten správny čas uvažovať nad **PROJEKTOM**.

Čo vlastne chceme?

Na začiatku je dôležité si definovať, čo vlastne chceme urobiť a zorganizovať. Zvlášť skupiny mladých ľudí majú problémy **JASNE** a **ZROZUMITELNE** definovať podstatu projektu.

NIE RAZ SME POČULI:

„My sa stretávame...chceli by sme niečo také...čo sa aj ostatným bude páčiť...aj sme už o tom hovorili s naším starostom...sme študenti...ale aj takí čo už robia...a veľmi by sme to chceli...“



CHÁPETE, ČO TÍTO MLADÍ LUDIA VLASTNE CHCÚ???

Realizácia projektu do úspešného konca je zdĺhavý proces. Ešte veľakrát budeme vysvetľovať rodičom, priateľom, médiám a ostatným záujemcom o čo ide v našom projekte.

PRETO MUSÍME VEDIEŤ VYSVETLIŤ JEDNODUCHÝM SPÔSOBOM PODSTATU PROJEKTU, NAPR.:

„Sme skupina priateľov (študentov aj pracujúcich) z nášho sídliska a chceme pripraviť výstavu fotografií amatérskych umelcov...nacvičiť divadlo...zriadiť voľnočasový klub...“

Základné otázky

Ak sme rozhodnutí, že ideme zrealizovať nejakú predstavu, mali by sme si odpovedať na niekoľko základných otázok.

Kto? →	Aká sme skupina? Kto ju tvorí? Sme v niečom špecifickí? Aké máme záujmy? Čo nás spája?	Organizátor
Čo? →	Čo chceme dosiahnuť? Čo bude výsledkom nášho projektu?	Podstata
Prečo? →	Prečo do toho ideme? Prečo to chceme urobiť? Čo sa zmení? Chceme byť nositeľmi čoho? Čo chceme dosiahnuť? Ako to odmeriame? Aké úlohy si dávame?	Cieľ
Pre koho? →	Robíme to sami pre seba? Alebo je aj iná skupina ľudí, ktorá z projektu priamo niečo získa?	Cieľová skupina
Ako? →	Čo presne musíme urobiť, aby sme dosiahli čo chceme a aby sme splnili úlohy?	Program
Kedy? →	Kedy je začiatok a kedy koniec?	Časový rámec
Kde? →	Kde sa to celé bude konať? V akých priestoroch?	Miesto realizácie projektu
S kým? →	Máme možnosť získať nejakých partnerov nášho projektu? S kým budeme spolupracovať?	Partneri
Za koľko? →	Čo nás to celé bude stáť?	Výdaje
Odkiaľ? →	Odkiaľ na to zoberieme peniaze? Poznáme nejaké firmy, sponzorov, grantové programy? Vieme si na to sami zarobiť?	Príjmy

Čo si o tom myslia ostatní?

Nikto nie je ostrovom. Všetci žijeme v určitých skupinách, komunitě. Skúsení projektoví manažéri nám potvrdili, že úspech projektu záleží aj na podpore a súhlase okolia. Preto je nevyhnutné urobiť si prieskum. Najprv v skupine a najbližšom okolí: rodina, priatelia, učitelia v škole. Je dôležité venovať prieskumu dostatok času a starostlivo si poznamenať všetky názory a ich autorov. Určite budeme počuť aj záporné názory, ale nedáme sa nimi odradiť. Zvlášť ak vieme, že ide o dobrú vec.

Nám podobné projekty

Ak vieme, že niekto s podobným projektom už na Slovensku existuje, určite ho vyhladáme. Pozrieme sa „na mieste činu“, ako projekt vyzerá, spýtame sa na financovanie, rôzne grantové programy, problémy počas prípravy a realizácie.



VEĎ NIEKTORÝCH CHÝB SA MÔŽEME ZÍSKANÍM RÔZNYCH TIPOV A NÁPADOV VYVAROVAŤ.

Do projektu nikdy nie sám!

Nie nadarmo sa hovorí: „V jednote je sila“. Určite väčšina dobrých, zaujímavých, tvorivých a prospešných projektov vzniká z iniciatívy nadšených jednotlivcov. Chybou je, ak to na jednotlivcovi aj zostane. Veľakrát to nie je preto, že by sa nenašli ochotní a obetaví ľudia - iniciátor nápadu nikoho nepustí k aktivite. A tak zostane sám.

UŽ STE ISTE POČULI ARGUMENTY:

- kým sa všetci dohodneme, už to mohlo byť hotové!
- všetci by len diskutovali a robiť nemá kto!
- každý to chce riadiť!
- nasľubujú a nesplnia!
- bol to môj nápad a nedám si ho nikým „pokaziť“!
- atď., atď...

V tíme sa viac diskutuje, musí sa vyhovieť viacerým požiadavkám, robia sa kompromisy. Šikovný organizátor projektu musí rátať s takýmto procesom. Je potrebný čas, aby sa každý člen tímu stotožnil s názorom a prijal ho za vlastný.

Len vtedy sa dá hovoriť o tímovej dohode a tímovom duchu. Ak ste ešte nezažili ten pocit nadšenia a nápadov a samozrejme aj napätia, zábavy a zdravého súťaženia v skupine priateľov, ktorí majú rovnaký cieľ - asi neviete o čom hovoríme.



VERTE NÁM, ŽE TO STOJÍ ZA TO.

Pre úspech projektu je teda dôležité osloviť a nadchnúť skupinu ľudí, ktorí si vezmú našu ideu za svoju a sú ochotní na nej ďalej pracovať. V prípade, že jeden z tímu nemôže na projekte pracovať - nahradí ho iný člen. A o tom to je - udržať projekt životaschopný. A preto nemôže byť postavený len na jednom človeku.

Písomná forma projektu

Vypracovať písomný projekt (= plán) má jednu výhodu. Prinúti nás to zamyslieť sa nad všetkými detailmi. Navyše - je to základ každej žiadosti o finančný príspevok z rôznych zdrojov: sponzori, granty, verejnosť.

Z AKÝCH ČASŤÍ SA TEDA SKLADÁ KAŽDÝ PÍ SOMNÝ PROJEKT?

- Názov
- Anotácia / popis projektu
- Informácie o predkladateľovi
- Informácie o partnerovi
- Téma a ciele
- Program/ Metodický opis projektu
- Rozpočet

Vhodný názov

Názov musí zaujať, ale má zároveň aj povedať, aká je základná myšlienka projektu.

PRÍKLAD:

VŠETCI SME Z JEDNÉHO CESTA K POROZUMENIU - PROJEKT
INTEGRÁCIE TELESNE POSTIHNUTEJ MLÁDEŽE DO ZDRAVEJ
SPOLOČNOSTI.

ZOOM 2000 - PROJEKT MLADÝCH FOTOGRAFOV

ROVNAKÉ ŠANCE PRE VŠETKÝCH - PROJEKT NÁRODNOSTNEJ
MENŠINY

INÉ PRÍKLADY:

PRETANCUJ ŽIVOTOM,

ZACHRÁŇME HOLÍČSKY HRAD A POD.

Anotácia (opis) projektu

je úzko spojená s podstatou projektu, len navyše obsahuje aj najzákladnejšie ciele a dopad na účastníkov alebo komunitu ako aj následné aktivity celého projektu.

PRÍKLAD:

" PÄŤČLENNÁ SKUPINA MLADÝCH LUDÍ Z ORGANIZÁCIE CESTY, CHCE ZORGANIZOVAŤ AKTIVITY PRE MLÁDEŽ Z DETSKÉHO DOMOVA PO DOBU TRVANIA 3 MESIACOV. ÚČASTNÍCI - DETI Z DETSKÝCH DOMOVOV SA MÔŽU ZAPOJIŤ DO AKTIVÍT Z OBLASTI LUDOVÝCH REMESIEL, TVORBA JEDNODUCHÝCH MODELOV, NETRADIČNÉ ŠPORTY, TURISTIKA A SPOZNÁVANIE PRÍRODNÝCH A KULTÚRNYCH PAMÄTIHODNOSTÍ ORAVY. CHCEME POSKYTNÚŤ MLÁDEŽI Z DETSKÉHO DOMOVA V BYSTREJ A OSTATNÝM MLADÝM LUDOM MOŽNOSŤ VYUŽÍVAŤ ZMYSLUPLNE A TVORIVO VOĽNÝ ČAS, NÁJSŤ SI NOVÝCH PRIATELOV, ZÍSKAŤ ZRUČNOSTI A SCHOPNOSTI PRI RÔZNYCH AKTIVITÁCH, PRISPIEŤ K INTEGRÁCII OBOCH SKUPÍN MLÁDEŽE AKO AJ PÔSOBIŤ PREVENTÍVNE PROTI KRIMINALITE A RÔZNYM TYPOM ZÁVISLOSTÍ"

Informácie o predkladateľovi projektu

Táto časť nesmie obsahovať žiaden chybný údaj. Je lepšie si dvakrát overiť všetky údaje skôr, než definitívne projekt odosleme niektorému administrátorovi grantového programu alebo nádejnému sponzorovi.

KAŽDÁ NESPRÁVNA INFORMÁCIA TOTIŽ ZNIŽUJE DÔVERYHODNOSŤ PREDKLADATEĽA.

PATRIA TU INFORMÁCIE AKO:

- celý názov organizácie, združenia, skupiny - bez skratiek
- adresa
- meno kontaktnej osoby (ktorá môže podať informácie o projekte)
- meno zodpovednej osoby (štatutárny zástupca)
- všetky typy kontaktov (telefón, fax, e-mail,)
- krátka charakteristika skupiny

Ide najmä o informácie o skupine, ktorá bude priamo projekt organizovať a nie o organizáciu ako celok, najmä ak ide o organizáciu s celoštátnou pôsobnosťou (všetci vieme čo je centrum voľného času alebo Slovenský Skauting, ale informácia o našom klube pri CVC alebo skupine je tiež dôležitá).

VÄČŠINA GRANTOVÝCH PROGRAMOV VYŽADUJE STANOVY, ZRIAĎOVACIU LISTINU ALEBO ŠTATÚT.

Je dobré priložiť aj nejaký leták o činnosti alebo o organizácii, výstrižky z novin, odporúčacie listy, záverečné správy z predchádzajúcich projektov, výročné správy a pod.

V RÁMCI

CHARAKTERISTIKY SKUPINY JE POTREBNÉ UVIESŤ, AK MEDZI SVOJIMI ČLENMI MÁME TELESNE A MENTÁLNE POSTIHNUTÝCH, NEZAMESTNANÝCH, MENŠIN Y, MLÁDEŽ Z MALÝCH OBCÍ A MIEST A POD.



Informácie o partnerovi

Typ informácií bude podobný ako pri informáciách o predkladateľovi. Je potrebné priložiť aj oficiálne potvrdenie partnera podieľať sa na všetkých fázach projektu (príprave, realizácii aj hodnotení). Sú partneri, respektíve inštitúcie, ktoré môžu spolupracovať len v určitej časti alebo fáze projektu. Ak s nami spolupracujú partnerské organizácie alebo skupiny, zaradíme ich do zoznamu spoluorganizátorov a uvedieme, čím prispievajú do celkového projektu.

PRÍKLAD

MESTSKÉ KULTÚRNE STREDISKO (REFERENCIE PODÁ P. HALUŠKA, TEL. ČÍSLO 015/456619) - POSKYTUJÚ PRIESTORY NA PROPAGÁCIU NA MIESTNEJ PROPAGAČNEJ PLOCHE A V MESTSKOM ROZHLASE AKO AJ OZVUČOVACIU TECHNIKU NA ČASŤ PROJEKTU.

To, čo je **NAOZAJ** dôležité, prichádza práve **TERAZ!**





Téma projektu / Motivácia

Tematické zameranie môže byť vyjadrené len vymedzením oblasti, v ktorej projekt bude pôsobiť. V niektorých grantových programoch, ktoré majú vlastné formuláre žiadostí o finančný príspevok, sú už tematické oblasti priamo určené, a vtedy si stačí len vybrať. V niektorých prípadoch je potrebné zhrnúť tému vlastnými slovami. V tejto časti sa niekedy očakáva aj opis potrieb alebo východísk pre projekt.

PRÍKLAD:
TEMATICKÉ ZAMERANIE NÁŠHO PROJEKTU JE OBLASŤ MODERNÉHO TANCA/ ENVIRONMENTÁLNEJ VÝCHOVY/ NEZAMESTNANÁ MLÁDEŽ A POD.

Ciele projektu

Nie je dobre stavať si priveľmi široké ciele - nedajú sa dost dobre skontrolovať a úprimne povedané - často ani splniť. Porozmýšľame, čo je ešte v našich silách splniť a čo je len naša túžba dosiahnuť. Určite sa porozprávame s ľuďmi, o ktorých vieme, že majú skúsenosti s pisaním projektov. Pomôžu nám definovať ciele nášho projektu.

Ciele je potrebné podať v čo najväčšej členitosti - najlepšie v odrážkach (*budeme začínať vetu slovesom - pôsobí to dobre a zrozumiteľne*).

CIELE SA ZVYČAJNE DELIA NA VŠEOBECNÉ A ŠPECIFICKÉ.

NAPRÍKLAD:
(PROJEKT, KTORÝ CHCE VYČISTIŤ OKOLIE MESTA OD SKLÁDKY A UPRAVIŤ PRIESTORY.)

ŠPECIFICKÉ CIELE NÁŠHO PROJEKTU:

- VYHLÁDAŤ A LOKALIZOVAŤ ČIERNE SKLÁDKY NA ÚZEMÍ MESTA
- UPOZORNIŤ ZODPOVEDNÉ MIESTA A NAVRHNÚŤ MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE
- VŠEMOŽNE POMOCŤ KONKRÉTNOU BRIGÁDNICKOU ČINNOSŤOU
- UPRAVIŤ PRIESTRANSTVÁ NA MALÉ ŠPORTOVÉ PLOCHY A JEDNODUCHÉ IHRISKÁ

VŠEOBECNÉ CIELE:

- ZLEPŠIŤ STAV ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA V OKOLÍ MESTA
- PONÚKNUŤ VEREJNOSTI (NAJMÁ MLADÝM ĽUĐOM A MLADÝM RODINÁM) PRIESTORY NA VOĽNOCASOVÉ AKTIVITY
- ZVÝŠIŤ ZÁUJEM VEREJNOSTI O OTÁZKY ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA A O TO, AKO MÔŽU SAMI OVPLY�의ŇOVAŤ RIEŠENIE TEJTO PROBLEMATIKY



Program projektu / Metodický opis aktivít

Program je časový plán: kde začneme a kde skončíme, čo presne sa urobilo pred projektom, v priebehu projektu a čo sa plánuje urobiť po ňom.

JE DÔLEŽITÉ V KAŽDEJ ČASTI PROJEKTU ZAHRNÚŤ HODNOTIACE AKTIVITY A PROPAGÁCIU PROJEKTU.

PRÍKLAD
PROGRAMU (A METODICKÉHO OPISU ZÁROVEŇ)
(OPĀŤ "NÁS" PROJEKT O ČIERNYCH SKLÁDKACH)

PRÍPRAVA PROJEKTU:

JANUÁR - APRÍL:

- ZISTÍME PRÁVNE/LEGISLATÍVNE POSTUPY, KTO JE ZODPOVEDNÝ A MÔŽE RIEŠIŤ PROBLÉM ČIERNYCH SKLÁDK
- ZNAPUJEME OKOLIE MESTA A NA MAPE VYZNAČÍME POSTIHNUTÉ LOKALITY
- VYHLADÁME ODBORNÍKOV (STAVBÁRA, ARCHITEKTA), KTORÍ NÁM PORADIA, AKÝ TYP IHRÍSK/ŠPORTOVÍSK SA HODÍ NA UVOĽNENÚ LOKALITU (AK MÁME MENO, UVEDIEME, KTO BUDE S NAMI SPOLUPRACOVAŤ)
- PRIPRAVÍME LETÁKY A VSTUPY DO MÉDIÍ, POSTERY S MAPOU, KDE BUDÚ VYZNAČENÉ MIESTA ČIERNYCH SKLÁDK S VÝZVOU O SPOLUPRÁCU PRE VEREJNOSŤ
- PREVEDIEME KAMPAŇ (NA ULICI, V MESTE, ŠKOLY, ÚRADY) A OSLOVÍME FIRMY, KTORÉ NÁM POMÔŽU (AK VIEME NÁZVY - UVEDIEME ICH)

REALIZÁCIA PROJEKTU:

(TU OPÍŠEME POSTUP A OBSAH AKTIVÍT - AJ TERMÍNY - AKO BUDÚ PREBIEHAŤ)

MÁJ - JÚN:

- PRÁCE NA ODSTRANŔOVANÍ SKLÁDK (NAKLADANIE, ODVOZ, ČISTENIE), PRÍSPEVOK DO MÉDIÍ

JÚL - AUGUST:

- ÚPRAVA PLOCHY (ZAROVŇAVANIE, BETÓNOVANIE, ASFALT, OSÁDZANIE BRÁNOK A KOŠOV...), HODNOTENIE RAZ ZA MESIAC V RÁMCI SKUPINY

SEPTEMBER:

- DEŇ PRE MOJE MESTO - SLÁVNOSTNÉ OTVORENIE IHRÍSK, EXHIBÍCIA MLÁDEŽNÍCKYCH SKUPÍN (SKEJBORDISTI, HUDBNÉ SKUPINY, MAŽORETKY, LUDOVÉ SÚBORY) ZA PRÍTOMNOSTI MÉDIÍ, PRIMÁTORA A SPONZOROV.

HODNOTENIE:

DECEMBER:

- VIANOČNÁ PARTY + TOMBOLA PRE ÚČASTNÍKOV, ROZDÁVANIE REKLAMNÝCH PREDMETOV, BROŽÚRY S PREVEDENÝMI AKTIVITAMI A INÉ



Rozpočet:

Rozhodujúca časť projektu! Tu je potrebná len istá rutina.

Začneme tým, že si vezmeme kalendárny plán a zamyslíme sa nad nákladmi, ktoré budeme mať s každou aktivitou spojenou s projektom.

A ĎALEJ SI ODPOVIEME NA NASLEDUJÚCE OTÁZKY:

- Je všetko, čo máme uvedené v rozpočte, spomenuté v cieľoch a programe?
- Máme urobenú kalkuláciu t.j. spôsob, ako sme prišli k výsledným položkám?
- Rovnajú sa príjmy výdajom?
- Určili sme, z akých zdrojov pokryjeme výdaje?

PRÍKLAD:

ÚPRAVA / ODSTRÁNENIE SKLÁDKY:

1 NÁKLADNÉ AUTO / 6 CIEST OD ČIERNEJ SKLÁDKY

K OFICIÁLNEJ SKLÁDKE T.J. 200 KM X 21 SKK/KM..... 4200 SKK

ZAKÚPENIE RUKAVÍC PRE BRIGÁDNIKOV 20 s x 50 SKK..... 1000 SKK

ZAKÚPENIE NÁRADIA 20 x 130 SKK..... ? SKK

Jeden tip navyše!

Počas seminárov v rámci grantových programov Mládež pre Európu a MLÁDEŽ sme použili metódu **ČO? AKO?**

PREČO?

Vytvoríme si tabuľku (časti ako ráno, poobede, večer nahradíme dňami alebo týždňami - závisí od dĺžky).

Deň 1	Ráno	ČO?	AKO?	PREČO?
	Poobede			
	Večer			
Deň 2.	Ráno...			

Do každého riadku vpišeme akú aktivitu ideme robiť, ako ju **PRESNE** prevedieme a prečo. Odpovieme si tak na otázku programu, metodiky a cieľa. Ciele, ktoré sme si stanovili na začiatku, musia byť viditeľné v takejto tabuľke. Inak sa stane presne to, na čo často upozorňujú výberové komisie: „ Váš program nekorešponduje s cieľmi“

Projekt nemusí byť problém

Všetko je otázka praxe a chuti. A v neposlednom rade aj premysleného rozdelenia úloh. Aj projekt sa dá naučiť tvoriť. Ak vieme čo chceme a ako - nebude problém to aj napísať. Môže poháňať myšlienka, že urobíme dobrú vec...

A TO UŽ STOJÍ ZA TÝCH PÁR HODÍN NAD PÍSACÍM STROJOM ČI POČÍTAČOM.



Propagácia nášho projektu

K úspešnému projektu patrí aj premyslená propagácia - šírenie informácií o našom projekte.

Načo ju vlastne potrebujeme?

Z TROCH DŮVODOV:

- dozvie sa o nás verejnosť
- získame sponzorov a podporu
- dáme sa dokopy ako tím

PLATÍ PRAVIDLO, ŽE „BLIŽŠIA KOŠELA AKO KABÁT“, A PRETO POTREBUJEME PROPAGÁCIU V NAJBLIŽŠOM OKOLÍ, LEBO TU BUDEME POTREBOVAŤ AJ NAJVÄČŠIU PODPORU.



Ako začať s propagáciou:

1. VYTVORÍME SI VÝRAZNÚ IDENTITU

Nájdeme vhodný názov, dáme projektu meno. Pripravíme si nápaditý sumár, kde opíšeme zmysel nášho projektu. Môžeme považovať aj nad mottom. Odborníci odporúčajú aj vytvorenie loga a vlastného hlavičkového papiera, na ktorom budeme zasielať všetku korešpondenciu do médií, sponzorom, partnerom a pod.

2. URČÍME SI JEDNU ZODPOVEDNÚ OSOBU ZA PROPAGÁCIU

Niektorí ľudia majú prirodzené schopnosti prezentovať na verejnosti. Pokúsime sa vybrať niekoho spomedzi nás. Tá osoba bude komunikovať s médiami a organizovať stretnutia.

3. KOMUNIKÁCIA S MÉDIAMI

Je dôležité sa rozhodnúť **KEDY** komunikovať s médiami. Menej je niekedy viac, a preto by sme mali propagovať, len ak skutočne máme čo. Hyperpublicita je na škodu vecí. Staneme sa ošúchanou témou. Tiež hrozí nebezpečenstvo, že práve v čase nášho projektu bude prebiehať nejaká veľká, zaujímavá akcia. Poradíme sa s odborníkmi, kedy je vhodné medializovať náš projekt.

4. VÝBER MÉDIA

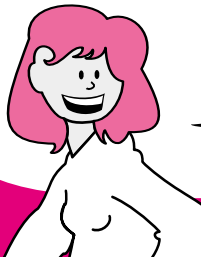
Máme väčšiu šancu uspieť s naším príspevkom v regionálnej TV, novinách alebo rádiu. Regionálni redaktori vyhľadávajú príspevky z mesta a okolia, lebo je dokázané, že to ľudí viac zaujíma.

5. TLAČOVÁ SPRÁVA

Je napísaná špeciálnym štýlom, jednoduchým, bez emócií. Ide o základné fakty, ktoré zasielame do médií (*vymyslíme zaujímavý titulok*). Ak je téma zaujímavá, redaktori sa sami ozvú a rozhodnú sa, či pripraví rozhovor, vlastný článok, alebo iba jednoduchú správu. Ak aj na prvú tlačovú správu médiá nezareagujú, nevadí. Budeme pripravovať tlačové správy z celého priebehu projektu a „pripomínať“ sa médiám.

PRÍKLAD TLAČOVEJ SPRÁVY

IHRISKÁ NAMIESTO SKLÁDKY
SKUPINA MLADÝCH LUDÍ Z HONTIANSKEJ PORÚBKY PRIPRAVILA
PROJEKT NA KONCI KTORÉHO BUDÚ NA MIESTE SÚČASNEJ ČIERNEJ
SKLÁDKY MULTIFUNKČNÉ IHRISKÁ PRE ŠIROKÚ VEREJNOSŤ.
PROSTREDNÍCTVOM KAMPANE MLADÍ LUDIA UPOZORNIA NA ZLÚ
EKOLOGICKÚ SITUÁCIU A SVOJOPOMOCNE VYBUDUJÚ MALÉ ŠPOR-
TOVÉ PLOCHY. INICIATÍVU PODPORILA SAMOSPRÁVA A VIACE-
RÉ MIESTNE FIRMY.



Aké formy propagácie môžeme použiť

Fantázii sa medze nekladú. Najbežnejšie v praxi sú:

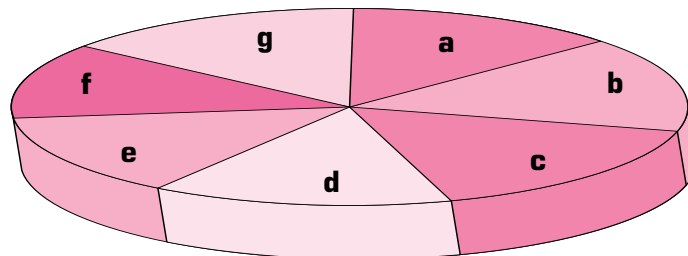
- produkcia vlastných letákov a iných propagačných produktov ako sú tričká, perá, plátenné tašky a pod.
- zorganizovanie recepcie alebo slávnostného obeda spojené s prezentáciou projektu,
- oslovenie miestnych osobností kultúrneho a spoločenského života s ponukou vykonávať funkciu „krstných rodičov“,
- využiť veľké miestne akcie ako jarmoky, vystúpenia rôznych skupín a verejne propagovať projekt v krátkom vystúpení,
- ohlásiť sa na zasadnutí miestneho zastupiteľstva a aj miestnych politikov informovať a žiadať o podporu,
- vystavenie posteru o aktivite v obchodnom centre,
- ...veľa iných.

Odkiaľ na to vezmeme?

Najlepšia situácia je, ak máme prostriedky vlastné. Vo väčšine prípadov je nevyhnutné kumulovať prostriedky z rôznych zdrojov.

GRAF (KOLÁČ) O FINANČNÝCH ZDROJOCH, ZLOŽENÝ Z POLOŽIEK:

- a) vlastné prostriedky organizácie
- b) príspevok samosprávy
- c) vlastné aktivity
- d) nefinančné príspevky
- e) sponzori
- f) príspevky účastníkov
- g) grantové programy



Vlastné prostriedky organizácie

Väčšie organizácie, ktorých sme členmi a ktoré majú vlastné finančné prostriedky, budú určite ochotné podporiť náš projekt. Je dôležité ho zaradiť do plánu práce a do rozpočtu. Musíme o tom začať rokovať dostatočne v predstihu, najlepšie na jeseň, kedy je obdobie príprav a plánovania.

Príspevok samosprávy

Od 1. júla 2002 prešli otázky spojené s deťmi a mládežou do kompetencie samospráv miest a obcí. A je nepochybne aj ich záujem podporovať aktívnych a iniciatívnych mladých ľudí. Preto naše prvé kroky budú smerovať za pracovníkom, ktorý má otázky mládeže v samospráve na starosti a predstavíme mu náš projekt. Tiež požiadame o možnosť zúčastniť sa na niektorom zasadnutí miestneho zastupiteľstva a prezentovať náš projekt. Je fakt, že aj samospráva má svoje plány a rozpočet a nie vždy je možné „vsunúť“ do nich náš projekt. Preto začneme s lobovaním dostatočne zavčasu.

Vlastné aktivity


Je veľa možností ako si zarobiť aspoň nejaké prostriedky vlastnou prácou. Môžeme zorganizovať diskotéku alebo prehliadku amatérskych skupín, pôjdeme na brigádu, budeme za mierny poplatok doučovať mladších spolužiakov alebo strážiť deti, vyrobíme jednoduché predmety, ktoré budeme predávať spolu s informáciami o projekte, vymyslíme veselú pouličnú šou s hudbou a posterami o našom projekte a požiadame okoloidúcich o príspevok. A tak ďalej.



FANTÁZII A TVORIVOSTI SA MEDZE NEKLADÚ.

Nefinančné príspevky

Nefinančné príspevky sú nielen materiálne veci, ale aj rôzne zľavy. Veď za iných okolností by sme za ne museli zaplatiť. A preto kalkulujeme aj s príspevkami ako odpustené prenájom, zapožičanie aparatúry a požiadajme sponzorov o vyčíslenie hodnoty ich príspevku (tak je to možné, tak aj dokladom, listom sponzorstva a pod.). Hodí sa nám to nielen pri záverečnom vyúčtovaní rôznych grantov, ale aj ako dôkaz podpory pre iných, budúcich sponzorov.



ÚVIDIA, ŽE NIEKTO INÝ NÁS UŽ PODPORIL
A MOŽNO NABUDÚCE TAK UROBIA AJ ONI.

Sponzori

Sponzori môžu byť rôzni: domáce firmy, podnikatelia, ale aj zahraničné firmy s pobočkami. Tiež netreba zabúdať na podniky alebo inštitúcie, ktorých produkty súvisia s našou témou. Napríklad tí, čo majú v pláne vybudovať skateboardové ihrisko, by nemali zabudnúť na návštevu obchodu so športovými potrebami alebo oblečením.

◉ TOM, AKO SPONZOROV OSLOVIŤ A AKÉ POSTUPY DODRŽAŤ PRED NÁVŠTEVOU SPONZORA A PO ZÍSKANÍ SPONZORSTVA, SÚ ZHRNUTÉ V ČASTI AKO ŽIADAŤ O PODPORU

Príspevky účastníkov

Darmo, je to pravda. Ľudia si vážia naozaj len to, do čoho investovali vlastné peniaze. A tak zavedieme systém pravidelných týždenných príspevkov pre tých členov našej skupiny, ktorí majú naozaj seriózný záujem o účasť a pomoc pri projekte. Nemusí ísť o veľkú sumu. Pri 10 členoch a 10 korunách za týždeň to bude počas polročnej prípravy už suma 2600 korún. A ak dáme do týždňa 20 korún - bude to...

MALÉ PENIAZE ROBIA VEĽKÉ!



Grantové programy

Zatiaľ najviac využívanou formou získavania financií sú rôzne grantové programy.

Grant je finančný príspevok, ktorý môžeme získať na základe predloženia písomného projektu, kde popisujeme čo, ako a za koľko chceme zrealizovať.

Grantový program je súťaž

Musíme si uvedomiť, že nikto nám nedá peniaze len tak. Tak ako podnikatelia svojim sponzorským príspevkom na ten ktorý projekt sledujú v prvom rade predaj svojich výrobkov a zisk pre svoje firmy, každý, kto vyhlasuje grantový program, má svoje vlastné ciele a priority. Niečo tým sleduje. Je to vlastne súťaž, ktorú vyhráva ten, kto predloží projekt, ktorý tieto priority splní najlepšie.

NA SLOVENSKU JE VEĽA RÔZNYCH GRANTOVÝCH PROGRAMOV. EŠTE STÁLE VŠAK NIE TOLKO, ABY POKRYLI ZÁUJEM. PRETO NEČAKAJME, ŽE ZASLANÍM PROJEKTU MÁME VYHRANÉ A FINANČNÚ PODPORU ISTÚ.

Kde získať informácie?

Možno to bude pre niekoho prekvapením, že napríklad aj na miestnej samospráve, obecnom úrade. Miestni politici sa stretávajú na rôznych stretnutiach a mítingoch a o týchto veciach sa rozpráva pri obedoch a prestávkach na kávu. Určite zjždeme na samosprávu a spýtame sa, či nepočuli o zdroji, ktorý by sme mohli využiť na realizáciu nášho nápadu. Ďalšie informácie získame na rôznych úradoch či web stránkach ministerstiev. Cenné informácie poskytnú IUVENTA, SAIA a európsky databázový systém Eurodesk. Grantové programy majú vlastné web stránky. Je dobré využiť vyhľadávacie programy ako **www.google.com**, **www.yahoo.com**, **www.altavista.com** alebo **www.seznam.cz** či **www.zoznam.sk**.

AKTUÁLNE GRANTOVÉ PONUKY SÚ UVEDENÉ AJ V PRÍLOHE TEJTO PUBLIKÁCIE.

Konzultácia s administrátorom

Každý grantový program niekto riadi. Buď je to nejaká organizácia alebo inštitúcia, ktorá má vlastné pravidlá, správnu radu, výberovú komisiu, formulár prihlášky a podobne. Ešte pred tým, ako si dohodneme stretnutie alebo telefonickú konzultáciu, preštudujeme si internetovú stránku alebo si dáme zaslať materiály, popisujúce kritériá programu. Zvážime, či je možné náš projekt podporiť z tohto programu, či zodpovedá požadovaným kritériám. Ak uvážime, že áno - navštívime administrátora (príp. zatelefonujeme) a predstavíme mu naše zámery. Administrátori vedia spravidla hneď povedať (ak vieme my dostatočne zrozumiteľne vyjadriť naše predstavy), či je reálna možnosť získať prostriedky na náš projekt práve z tohto grantového programu.

Ak nejde o dramatickú zmenu, môžeme tiež uvažovať o úprave nášho projektu, aby lepšie zodpovedal kritériám. Možno ide len o inú cieľovú skupinu, prípadne rozšírenie o ďalšie aktivity. Určite si dáme poradiť. Nebudeme presvedčať administrátora programu, že náš projekt je **MOŽNÉ** podporiť. Radšej sa poobzeráme po iných zdrojoch.

Ako žiadať o podporu

Ešte pred tým, ako začneme niečo podnikáť v oslovovaní sponzorov, je potrebné v skupine rozhodnúť, koľko prostriedkov od koho chceme, zistiť si adresu a aj kto rozhoduje o udelení podpory a napísať list.

List sponzorom

List o získaní sponzorstva má obsahovať: opis skupiny (kto sme), kto sú naši partneri, čo chceme urobiť a s akým cieľom, čo sponzor získa a sumu/materiál ktorý požadujeme, kontakt na skupinu. List adresujeme na **KONKRÉTNU** osobu, so správnym titulom a správnou adresou. Ak sa po týždni nikto neozve, zavoláme a spýtame sa, či nemajú nejaké otázky. Zároveň požiadame o stretnutie.

Pred návštevou sponzora

Dobry sponzor je -keď už nie na celý život - tak určite na dlhšie obdobie. Ak získame sponzora raz, je veľmi pravdepodobné, že nám druhýkrát nepovie **NIE**. Ale tiež, žiaľ, platí, že ak zlyháme pri prvej návšteve, žiadna druhá šanca už nebude. A preto nič nemôže byť ponechané na náhodu.

Ak sme nikdy neoslovili sponzorov, je dobré si to vyskúšať na nečisto pred kamarátmi, rodičmi. Môžeme požiadať aj nejakého sympatického učiteľa, či nás nevypočuje a neporadí niečo na zlepšenie dojmu.

VŽDY MÁME NA PAMÄTI, ŽE REPREZENTUJEME SKUPINU.
ZODPOVEDÁ TOMU TEDA AJ OBLEČENIE, ÚČES, SPÔSOB
REČI A SPRÁVANIE.



Pozor! My nežobreme!

Mladí ľudia (*ale aj mnohí dospelí*) sa často bránia oslovovaniu rôznych sponzorov. Pripadá im to trápne žiadať niekoho o finančnú alebo materiálnu podporu.

Ak otočíme svoje myslenie a povieme si, že **ideme robiť úžasnú, senzačnú, báječnú vec a ponúkame VŠETKÝM byť jej súčasťou** - aj naša žiadosť o podporu bude vyzeráť úplne inak:

- budeme hľadiť všetkým smelo do očí,
- budeme sa usmievať,
- budeme hovoriť jasne, zrozumiteľne a určite nebudeme čítať!
- budeme stáť s vystretými plecami,
- budeme struční, (*lebo chápeme, že menej je viac a ľudia, ktorým to hovoríme, majú iste aj inú prácu ako nás celý deň počúvať*),
- nebudeme používať podmieňovací spôsob ani iný spôsob, ktorý by signalizoval, že snád **POCHYBUJEME** o úspechu nášho projektu!? Slovička typu: chceli by sme... ak by nám to vyšlo, boli by sme radi ak... - nahradíme slovami: sme presvedčení...urobíme...zrealizujeme...po získaní prostriedok zriadieme, vybudujeme a pod. ,
- budeme vtípní a použijeme všetky možnosti na ilustráciu toho, o čom hovoríme: fotografie, grafy, štatistiky, rôzne príbehy.

NAVYŠE:

■ Vopred porozmýšľame nad tým, čo nás spája so skupinou alebo človekom, ktorému náš projekt predstavujeme. Ľudia sa radšej zasadia o niečo, čo sa aj ich nejakým spôsobom dotýka. Preto použijeme vety ako : „podobne ako **VY**, aj my sme občanmi tohto mesta“, „iste ste si aj **VY** všimli“, „určite nemusíme práve **VÁM** vysvetľovať aká je situácia“ a podobne.

■ Pripravíme si 3 argumenty, ktoré zdôraznia význam a dopad nášho projektu. Niečo jednoduché a logické ako napr.“ tým, že si upravíme plochu v parku, bude viac detí a ich rodičov a ostatných mladých ľudí park navštevovať aj vo večerných hodinách a už sa nikto nebude báť tadiaľ prechádzať. Bude tam nové osvetlenie a častejšie tam zájde aj polícia.“

■ Všetci, ktorí náš projekt podporia, urobia to so zámerom niečo z toho získať. Preto už vopred máme pripravené, čo urobíme pre prezentáciu sponzora. A to samozrejme aj splníme!

Vysvetlíme, kde plánujeme získať finančné zdroje, vymenujeme partnerov projektu (aj sympatizantov),

■ rozdáme krátky opis projektu s adresou a kontaktnou osobou.

■ Povieme jasne **ČO** príp. koľko financií požadujeme a **NA ČO** to chceme použiť.

■ Priložíme kópiu rozpočtu s kalkuláciou výdavkov.

■ Snažíme sa skončiť do 5 minút, lebo potom už pozornosť poslucháčov prudko klesá.

■ Ak je naša prezentácia dlhšia, na záver ešte zopakujeme najdôležitejšie fakty. Slová ako „na záver“, „ešte skôr než skončím“, „pár záverečných faktov“ upozornia poslucháčov, že končíme a zbystria pozornosť.

■ Zásadne **NENÚTIME** sponzorov sa hneď na mieste vyjadriť, či náš projekt podporia.

■ Podakujeme za pozornosť a poprajeme všetkým pekný deň.

Po získaní sponzorstva

Ak sme boli úspešní, naša „práca“ so sponzormi / donormi ešte nie je ukončená. Práve naopak.

■ Aj za najmenšiu čiastku poďakujeme listom. Veď nabadúce to môže byť oveľa viac.

■ Plníme záväzky, ku ktorým sme sa zaviazali. Najmä tie spojené s propagáciou sponzora.

■ Informujeme sponzorov o priebehu projektu a budeme ich pozývať na návštevy jednotlivých častí.

■ Pošleme im pohľadnice na meniny či narodeniny, k novému roku a firemným sviatkom. Možno to zaváňa „zaliečanim sa“ ale v skutočnosti je to **TAKMER** profesionálna práca so sponzorom. Tak si tiež dáme poradiť, nie?

■ Informáciu o ukončení projektu pošleme aj tým sponzorom, ktorí nám ničím neprispeli s menami našich sponzorov. Lebo príklady priťahujú.

PROJEKT SA STÁVA REALITOU...

Flexibilita po celý čas

Veľmi často sa stáva, že veci nejdú tak ako sme si ich naplánovali. Nie je to dôvod na rozčarovanie. Musíme prejavit flexibilitu, pohotovosť a nájsť iné možnosti. Niekedy je potrebné zmeniť miesto, čas, prehodit aktivity v programe, nahradit jeden materiál druhým, pozvať iných hostí, nájsť iné firmy. Nebudeme sa krčovitо pridržovať plánu len preto, že sme si ho tak stanovili.

NESMIEME ZABUDNÚŤ NA DÔLEŽITÚ VEC!

Ak sme získali finančné príspevky z grantových programov alebo od iných oficiálnych donorov, **INFORMUJEME** ich o aktuálnych zmenách. V niektorých prípadoch je potrebné požiadať o zmenu použitia grantu na iný účel ako bol pôvodne schválený. Týmto sa vyhneme mnohým problémom pri vyúčtovaní projektov. Všetky žiadosti si odložíme k dokumentácii projektu.

Byť pripravený nie je na škodu!

Aby sme sa pripravili na to, čo nás môže stretnúť - na jednom stretnutí si urobme tzv. katastrofický scenár. Vymyslíme si všetky rôzne problémy, ktoré nás môžu stretnúť a budeme na ne hľadať zároveň riešenia (odstúpi nám firma, nepridu ľudia, ochorie vedúci, skrachuje banka, rodičia nás nebudú púšťať na stretnutia). Môže nás to motivovať k tomu, aby sme sa správali a konali inak pri bežnej realizácii projektu. Budeme obozretnejší a pripravení.

Hurá! Máme problém!

S problémami počas projektu to môže vyzerat aj ako s ochranou životného prostredia. Všetci vieme, že je tu problém, ale akosi sa spoliehame jeden na druhého. Nieкто to snád vyrieši. A problém vyzerá na konci tak ako na začiatku. Kríza sa stupňuje...

Ak sa problémy neriešia, môžu viesť až k rozpadu skupiny. Zvlášť ak sa usilujeme o niečo, čo nikto pred nami ešte nerobil. Stávame sa skeptickými, niektorí členovia začnú bojkotovať projekt.

VEĎ "ČO SA MÔŽE POKAZIŤ, SA SPRAVIDLA
AJ POKAZÍ"
(MURPHY)



Pozor!

Problém môže skupinu **AJ** zjednotiť, spojiť. A spojené sily znamenajú úspech!



POZRIME SA NA TO TAK, ŽE
„KAŽDÝ PROBLÉM JE
NAŠA ŠANCA“

Odpovede na všetky otázky sú určite v našich hlavách. Často nie sú viditeľné na prvý pohľad, musia vyplávať na povrch, musia dozrieť. K tomu je potrebná nielen tvorivosť, ale aj podpora celého tímu.

DIELŇA BUDÚCNOSTI

Na túto metódu kreatívneho riešenia problémov potrebujeme jeden celý víkend. Najlepšie v prírode, na chate, alebo pod stanom. Odohráva sa v 3 základných fázach: **orientačnej, utopistickej a vo fáze rozhodnutí.**

ORIENTAČNÁ FÁZA

Niektorých ľudí všetci prítomní nepoznajú, môžeme si prizvať hostí, priateľov, ľudí, ktorí sú ochotní sa na riešení problému podieľať. Predstavíme všetkých prítomných, stanovíme si pravidlá, definujeme problém.

Problém / problémy napíšeme na veľký poster, aby bol všetkým na očiach. Rovnako zapíšeme a vyvesíme základné pravidlá:

- Všetky nápady sa zachytia **PÍ SOMNE.**
- Každý bude **KONKRÉTNY.**
- Nápady sú spoločné, nie sú ničím majetkom, nikto ich nevlastní. Každý môže rozvíjať nápad niekoho iného.
- **KAŽDÝ** nápad sa dá predstaviť ostatným. Žiaden nápad nemôže byť tak „hlúpy“, že ho radšej nepovieme.
- Frázy, ktoré „zabíjajú“ kreativitu, sú zakázané, ako napr. „to nepôjde“, „to sa nedá“, príp. „to sme už skúsali“.
- Hovorí vždy len **JEDEN.**

Reálny pohľad

Prvý krok:

Pomenujme problém. Asi ako keď si hádzeme loptu, obracajme ho v mysli zo všetkých strán a z každej pomenujeme ako problém vidíme. Mali by sme to robiť na veľký papier a účastníci ukladajú písomne na papier svoj pohľad na problém, ktorý skomentujú.

Druhý krok:

Pomenujme dôvody vzniku. Čo sa stalo a kedy? Čo spôsobilo problém? Opäť písomne a s komentárom.

Tretí krok:

Hľadáme riešenie problému. Skupina sedí v kruhu, zaznamenáva si rôzne nápady a zameriava sa na to, čo sú silné stránky jednotlivých riešení a čo slabé. Niekedy totiž pre problémy nevidíme to pozitívne.

Počas prezentácie sa diskutuje a doplnia sa ďalšie kartičky. V tejto fáze sa nesnažíme prijať nejaké konkrétne riešenie.

NEROBÍME ČASOVÝ TLAK, VŠETKY NÁPADY SA ZACHYTÁVAJÚ PÍ SOMNE. MÔŽEME POUŽIŤ TROJ-FAREBNÉ KARTIČKY:

NÁPADY,

SILNÉ STRÁNKY,

SLABÉ STRÁNKY.



Prestávka je nevyhnutná!

Pred prestávkou sa dohodneme, že nebudeme diskutovať o ničom, čo sme práve počuli a o čom sme hovorili. Môžeme zriadiť aj pokladničku na pokuty, kto pravidlo poruší. Radšej si pôjdeme zahráť volejbal, plávať, nákupy alebo iné voľnočasové aktivity. Cieľom je, aby sme získali odstup od toho, čo sme robili doteraz.

FÁZA UTÓPIE

V tejto časti víkendu sa zameriame na našu fantáziu, sny, priania a želania. Každý písomne predstaví svoje vízie ako by to malo v optimálnom prípade vyzerat', čo by som chcel cítiť, čo by som chcel zmeniť.

Čas je dôležitý. Ideálne by bolo pokračovať až na druhý deň.

FÁZA ROZHODNUTÍ

Ešte raz sa preskúmajú všetky nápady riešenia problému. Nad každým návrhom sa skupina povinne ešte raz zamyslí. Potom sa skupina dohodne na 1 - 2 cestách, ktorými sa bude uberať a rozpracuje ich systémom: ako, kto, kde a kedy. Snažíme sa stanoviť si dátum, kedy by sme mohli očakávať výsledky.


Po skončení „Dielne budúcnosti“ skupina pravdepodobne bude mať čo oslavovať.

NAŠLI SME RIEŠENIA, MÁME PLÁN, SME TÍM!!!



My ako účtovníci ? Nemožné!

Realizovať projekt znamená, že budeme pravdepodobne disponovať s určitým obnosom financií. Máme radosť, že sme ich získali. Na druhej strane je to ale obrovská zodpovednosť.



AKO TO UROBIŤ TAK, ABY SME NA KONCI NEBOLI V STRESE, ŽE NIEČO NESEDÍ?

- Spravíme si predpokladaný kalendárny plán výdavkov. Podľa programu projektu sa zamyslíme, kedy budeme aké výdavky očakávať.
- Dohodneme sa, kto bude mať v skupine zodpovednosť za **EVIDENCIU**.
- Všetky peniaze vložíme na zriadený samostatný účet a budeme pravidelne odkladať výpisy z účtu, aby sme nestratili predstavu ako na tom sme.
- Aj keď si všetci dôverujeme, budeme písomne zaznamenávať, kto, kedy a načo dostal peniaze. Všetky neminuté peniaze vrátíme do pokladne alebo na účet.
- Všetky doklady si budeme odkladať. Žiadna škatuľa od topánok plná dokladov, ktoré lietajú kadetade.
- Doklady si budeme lepiť na osobitné papiere tak, aby sa neprekrývali a dali sa ľahko odfoťiť a priložiť k záverečnému vyúčtovaniu sponzorského príspevku alebo pre oficiálnych donorov.
- Na jeden papier budeme lepiť len doklady podobného účelu: na cestovné, prenájom, nákup kancelárskych potrieb, nákup zariadení, faktúry za vykonanú prácu. Môžeme využiť aj papiere raz použité s čistou zadnou stranou. Na každom úrade ich majú nazvyš. Určite nám ich venujú.

Zriadenie účtu

Niektoré banky požadujú 200 korunový vklad, iné 500. Ako neformálna skupina potrebujeme, aby ho zriadil ten, kto má 18 rokov. Na základe občianskeho preukazu mu banka účet zriadi. Tiež sa dá dohodnúť taký spôsob, aby z účtu mohlo vyberať peniaze viac osôb. Pre prípad, že ten ktorý účet zriadil ochorie alebo nastanú iné nepredvídané okolnosti.

Propagácia priebehu projektu

Určite všetci poznáme ten pocit: aktivity projektu bežia ako na bežiacom páse, prišli rôzne problémy, veľa aktivít v škole, sem - tam viazne naša práca v tíme. Sú ale záväzky, ku ktorým sme sa zaviazali pred projektom a určité zásady, ktoré musíme dodržať. **Jedným z nich je propagácia.**

Ak na všetky nasledujúce otázky odpovieme **ÁNO** - je všetko v poriadku:

- Prispievame pravidelne do miestnych médií?
- Uviedli sme v každom mediálnom vstupe/článku našich sponzorov?
- Vedia naši sponzori ako nám to ide?
- Vyrobili sme všetky propagačné materiály, ktoré sme si stanovili v programe?
- Posielame sponzorom a donorum kópie článkov a naše propagačné materiály?

Hodnotíme

Hodnotenie nemusí byť dôvodom na formálne sedenie v miestnosti. Môže byť súčasťou nášho spoločného vikendu „za odmenu“, turistiky, soboty pri vode alebo posedenia pri táboráku. Tiež sme len ľudia a chceme sa **BAVIŤ!** Záver je teda ešte v nedohľadne, ale hodnotenie je pravidelne súčasťou nášho projektu. Prečo? Povieme si **NAHLAS**, čo sa doteraz podarilo uskutočniť. Pochválime sa sami pred sebou a načerpáme sily a motiváciu do ďalších etáp.

Povieme si aj to, čo nešlo dobre, alebo nie tak, ako by sme si želali. O všetkom musíme hovoriť otvorene: Čo spôsobilo problémy? Čo musíme zlepšiť nabudúce? Nezvláda niekto z tímu úlohy, ku ktorým sa zaviazal? Potrebuje pomoc?

PRÍKLAD HODNOTENIA:

- NAPÍŠTE SI NA PAPIER, AKÁ AKTIVITA SA VÁM V RÁMCI PROJEKTU PODARILA A ZAMYSLETE SA NAD TÝM, ČO STE SA PRI TOM NAUČILI,**
- POROZMÝŠLAJTE, AKO STE SA VY AKO OSOBNOSTI ZMENILI POČAS PROJEKTU.**



Blíži sa koniec projektu

Každý plán má svoj začiatok a koniec. Vedeli sme to, už keď sme sa púšťali do projektu. Koniec sa blíži a nás čaká ešte niekoľko nie veľmi príjemných, ale nevyhnutných vecí, spojených s ukončením projektu.

Každému ukončeniu projektu predchádza priebežné hodnotenie. To už máme za sebou. Tiež požiadame našich partnerov, prípadne sponzorov, o ich pohľad na naše „účinkovanie“. Všetky hodnotenia si odložíme.

Porozmýšľame nad najvhodnejšou formou záverečnej správy. Je to veľmi dôležité! Nielen pre tento projekt, ale aj pre tie nasledujúce. Zaujímavá záverečná správa nám pomôže nielen „zaspomínať“ na projekt v budúcnosti, ale je to vhodný propagačný materiál pre budúcich sponzorov alebo oficiálne návštevy.

ČO MÁ OBSAHOVAŤ ZÁVEREČNÁ SPRÁVA?

- myšlienka, ktorá bola na samom začiatku projektu
- naše ciele a predpokladaný dopad na cieľovú skupinu
- opis jednotlivých aktivít projektu
- hodnotenie skupiny aj verejnosti
- kto prispel k tomu, že projekt sa stal realitou (sponzori, granty a pod.)
- fotografie, grafy, kresby
- glosy a vtipné situácie, ktoré v priebehu projektu nastali
- naše adresy a kontakty

Takúto záverečnú správu môžeme spokojne „krstiť“ na spoločnej recepcii pre sponzorov a sympatizantov.



VEĎ JE TO TAKMER UMELECKÉ DIELO.

Na druhej strane musíme rátať s tým, že pre potreby oficiálnych donorov ako grantové programy, samosprávu alebo iné inštitúcie bude potrebné vypracovať záverečnú správu na samostatných a k tomu určených tlačivách. Už pri získaní podpory sa preto informujeme o forme a termíne, ako a dokedy je potrebné finančné prostriedky zúčtovať.

Písanie rôznych záverečných správ pre rôzne subjekty je síce otrava, ale uvedomujeme si, že každý z nich mal svoje špecifické ciele, ktoré podporou projektu sledoval. Iste sú zvedaví ako to šlo a či sa nám práve ich ciele podarilo splniť. Preto každému donorovi budeme venovať rovnakú pozornosť. Vypracujeme správu, zašleme a budeme sa informovať, či nie je potrebné zodpovedať na nejaké otázky. Ak áno, urobíme to.

Finančné vyúčtovanie projektu je rovnako dôležité. Keďže sme viedli podrobnú evidenciu výdajov, vieme presne ako na tom sme. Ak sme zistili, že nejaké finančné prostriedky ešte máme, považujeme o ich využití na prospech propagácie alebo hodnotenia projektu.

Záverečnú správu a finančné vyúčtovanie pripravíme vo viacerých kópiách a zašleme oficiálnym donorom. Všetky doklady budeme mať odložené po dobu 5 rokov. Také sú väčšinou limity na úschovu dokladov.

KRUH SA NIKDY NEKONČÍ...

Keď sa nám raz podarilo úspešne realizovať projekt, určite budeme mať chuť pustiť sa do nového. Zvlášť ak už presne vieme čo máme robiť. **Naučili sme sa toľko vecí, že by to bolo škoda nevyužiť!**

VIEME, že projekt nemôže stáť a padať na jednej osobe.

VIEME sa v skupine dohodnúť čo ideme robiť, prečo a ako. V jednote je sila!

VIEME ako propagovať projekt v médiách.

VIEME projekt prezentovať verejnosti aj sponzorom.

VIEME ako napísať prihlášku do grantového programu.

VIEME si vyrátať koľko nás projekt bude stáť.

VIEME, ktoré grantové programy existujú a aj ako žiadať o podporu rôznych donorov.

VIEME riešiť problémy počas projektu.

VIEME projekt vyhodnotiť a zúčtovať.

**NAVYŠE SME ZAŽILI TEN ÚCHVATNÝ POCIT,
ŽE NIEČO VLASTNÝMI SILAMI DOKÁŽEME.**



PRÍLOHY

O IUVENTE

IUVENTA je organizácia Ministerstva školstva SR - pôsobí od roku 2001 v oblasti implementácie štátnej politiky vo vzťahu k deťom a mládeži. Realizuje výskumnú činnosť, vzdelávanie v oblasti práce s deťmi a mládežou, zabezpečuje informácie z danej oblasti a podporuje mobilitu mládeže.

NAFYD - odbor rozvoja - sa zaoberá otázkami výskumu, vzdelávania v oblasti aktívneho využívania voľného času a participácie, prácou so znevýhodnenými skupinami mládeže ako aj vzdelávaním v oblasti výchovy k zdravému životnému štýlu.

Tvorba informačných materiálov, otázky podpory štátu mimovládny organizáciám, príprava a realizácia predmetových a postupových súťaží sú v centre záujmu **NAFYI** - odboru informácií.

NAFYM- odbor mobility je poverený administráciou grantového programu Európskej únie **MLÁDEŽ**, pričom pozorne sleduje aj nové trendy v chápaní a rozvoji mládežníckej mobility a iniciuje ich implementáciu na slovenskej mládežníckej scéne.

Iuventa aj naďalej poskytuje priestory štátnych účelových zariadení na realizáciu pravidelných a príležitostných aktivít pre deti a mládež (krúžky, kluby, podujatia pre verejnosť), ako aj na realizáciu projektov určených pracovníkom s mládežou.

tel.: 02/60253112, fax: 02/65422121,
e-mail: iuventa@iuventa.sk, internet: www.iuventa.sk

Adresa: IUVENTA,
Karloveská 64,
842 58 Bratislava 4

EURODESK

EURODESK je informačný servis Európskej únie určený pre mladých ľudí a všetkých tých, ktorí s nimi pracujú.. EURODESK sumarizuje a sprehľadňuje európske informácie tak, aby boli zrozumiteľnejšie pre určené skupiny. Všetky informácie sú poskytované bezplatne, na základe telefonickkej, písomnej alebo faxovej žiadosti, pričom väčšina z poskytovaných informácií sa nachádza práve na stránke **www.eurodesk.sk**. Projekt EURODESK je financovaný zo zdrojov EÚ, v rámci programu EÚ MLÁDEŽ, prostredníctvom Akcie 5 - Podporné opatrenie. Na jeho spolufinancovaní na Slovensku sa podieľa IUVENTA.

Aké informácie nájdete na stránke EURODESKU? Informácie o práci, štúdiu a trávení voľného času v zahraničí, rôzne grantové programy podľa kľúčových slov a krajiny Európskej únie. V rámci EURODESKU vznikol aj zaujímavý projekt pre tých, ktorí nemajú pravidelný prístup na internet. V spolupráci viacerých krajín vznikol projekt, ktorého výsledkom je CD ROM so základnými informáciami, ktoré je možné získať aj na web stránke EURODESKU - **www.eurodesk.sk**

Prehľad grantových programov na podporu tvorby miestnych projektov

(Údaje sa sú z roku 2002 a v ďalších rokoch sa môžu zmeniť - overte si ich aktuálnosť)

Program Pro Slovakia

Účelom programu je podnecovať a podporovať kultúrne aktivity, programy a iniciatívy celospoločenského významu podľa oblastí - architektúra, divadelníctvo, hudba, kinematografia a video, krásna literatúra - umelecký preklad, miestna a regionálna kultúra, múzeá a galérie, výtvarníctvo, úžitkové umenie a dizajn, pamiatková starostlivosť, rozhlasová a televízna tvorba, tanečná kultúra, vedecká a odborná literatúra, kultúrne aktivity vysokých škôl a knihovníctvo.

Termín: žiadosti na podporu projektov sa podávajú vždy do 30.11. predchádzajúceho roku, na rok 2003 do 30.11.2002.

Kontakt: telefón: 02 / 5939 1622, 5939 1623 (priame linky),
02 / 5939 1111 (informátor MK SR), fax: 02 / 5939 1673,
e-mail: sfk@gov.sk, internet: www.culture.gov.sk.

Adresa: Ministerstvo kultúry SR
odbor Pro Slovakia
Námestie SNP 33
813 31 Bratislava 1

Protidrogový fond

Finančné prostriedky poskytuje fond fyzickým i právnickým osobám podľa priorít, ktoré sú určené každoročne radou Protidrogového fondu na základe odporúčania Výboru ministrov pre drogové závislosti a kontrolu drog. Na rok 2003 sú určené tieto prioritné oblasti: protidrogová prevencia, liečebná starostlivosť, resocializačná starostlivosť, masmediálna politika.

Termín: všetky projekty so žiadosťou o poskytnutie prostriedkov z protidrogového fondu na rok 2003 je potrebné predložiť do 31.10.2002.

Kontakt: Mgr. Michaela Velická, telefón: 02 / 5729 7209, telefón/fax: 02 / 5729 7207,
www.government.gov.sk/csaky/, www.protidrogovyfond.sk.

Adresa: Protidrogový fond
Pražská 11
816 36 Bratislava 1

Know How Fond - Program malých grantov

Prostredníctvom programu podporuje fond malé jednorazové projekty. V roku 2002 je Program malých grantov orientovaný na: sociálne znevýhodnené skupiny, problematiku menšín, oblasť komunitného rozvoja, rozvoj tretieho sektoru, environment.

Termín: podávanie žiadostí o grant je priebežné, vyžaduje sa konzultácia.

Kontakt: Jarmila Svitekova, Alan Anstead,
telefón: 02 / 5441 9632-3, fax: 02 / 5441 0003,
e-mail: jarmila.liskova@fco.gov.uk, <http://www.britemb.sk>.

Adresa: Britské veľvyslanectvo
Sekcia Know How Fond
Panská 16
811 01 Bratislava 1

Nadácia Markíza

Môže poskytnúť finančné prostriedky na zaujímavé projekty a podujatia jednorazové i cyklické, osobitne humanitného charakteru. V každej žiadosti treba jasne uviesť cieľ a zameranie, bližšiu špecifikáciu v priloženom projekte.

Termín: žiadosti možno podávať priebežne v písomnej podobe.

Kontakt: Andrea Gbelcová, telefón: 02 / 6827 4600, 6827 4601,
fax: 02 / 6827 4602, e-mail: nadacia@markiza.sk,
internet: www.nadacia.markiza.sk.

Adresa: Nadácia Markíza
Bratislavská 1/A
P.O.Box 7
843 56 Bratislava 48

Nadácia Emílie Kováčovej

Nadácia je zameraná na pomoc deťom a dospelým s nepriaznivým zdravotným stavom odkázaným na trvalú pomoc iných. Podporuje rozvoj tvorivých a umeleckých schopností všetkých detí a mladých talentovaných ľudí, kultúrne aktivity, vzdelanostné a ekonomické povznesenie vybraných sociálnych skupín a ochranu ľudských práv každého občana.

Žiadateľ: fyzické a právnické osoby.

Termín: žiadosti sa podávajú priebežne v písomnej podobe.

Kontakt: Prof. Ing. Emília Kováčová, PhD., Mgr. Katarína Salayová,
telefón / fax: 02 / 5293 2878.

Adresa: Nadácia Emílie Kováčovej
Štúrova 6
811 02 Bratislava 1

Nadácia Matice slovenskej

Môže poskytnúť finančné prostriedky na zaujímavé projekty a podujatia, tematicky zamerané na:

- ochranu prírody a pamiatok, muzeálnych zbierok, ktoré sa viažu na históriu Slovenska,
- podporu budovania expozícií muzeálnych zbierok a dokumentácie súvisiacej s históriou Slovákov,
- tvorbu literárnych, hudobných, dramatických, výtvarných diel, zameraných na rôzne oblasti života Slovákov a na potreby škôl,
- podporu výučby slovenského jazyka na území, kde žijú Slováci v menšine,
- na propagáciu slovenskej kultúry, oslavy národovcov, organizovanie literárnych, hudobných a výtvarných súťaží orientovaných na bohatstvo slovenského jazyka a prínos pre slovenský národný život, ako i na projekty realizované na národnostne zmiešanom území.

Termín: projekty sa podávajú priebežne na predpísanom formulári,
napr. prostredníctvom miestnych odborov Matice slovenskej.

Kontakt: Marta Havlíková, telefón / fax: 02 / 5296 7828.

Adresa: Nadácia Matice slovenskej
Dunajská 18
812 51 Bratislava 1

Nadácia otvorenej spoločnosti - Open Society Foundation

Hlavným cieľom nadácie je rozvoj občianskej spoločnosti na Slovensku. Jej činnosť je zameraná na podporu humanitných aktivít, vzdelávacích iniciatív a programov v oblasti školstva, zdravotníctva, umenia, kultúry, manažmentu, médií, ľudských práv, ako aj na rozvoj intelektuálnej spolupráce krajín strednej a východnej Európy.

Podpora klubov rómskej mládeže

Grantový program je určený predovšetkým aktívnym klubom rómskej mládeže a jeho hlavným cieľom je pomôcť rómskej mládeži do 26 rokov aktívne využívať voľný čas a umožniť im stretávať sa v kluboch a krúžkoch. Projekty by mali byť orientované na vzdelávacie aktivity (prednášky, besedy, kurzy), osvetové aktivity (zdravotnícka výchova, sexuálna výchova), aktivity na využitie voľného času (divadlo, tanec, šport).

Kontakt: Irena Věchtová, NOS - OSF Prešov, telefón/ fax: 051 / 7732 469,
e-mail: osf.presov@nexta.sk, internet: <http://www.osf.sk>.

Termín: uzávierka do 04.10.2002.

Žiadateľ: mimovládne neziskové organizácie, obecné úrady, osvetové strediská, kultúrne centrá, cirkevné inštitúcie.

■ **Ženy v spoločnosti**

Vzdelávací grantový program, ktorého cieľom je podporiť projekty, ktoré napomáhajú zlepšiť postavenie žien v spoločnosti a tým podporujú rovnosť šancí a rovnoprávnosť pohlaví ako neoddeliteľnú súčasť otvorenej demokratickej spoločnosti. Prednostne sú vítané projekty zamerané na dodržiavanie ženských práv v praxi, prevenciu násilia páchaného na ženách a dievčatách, projekty podporujúce rovnosť príležitostí v každej sfére života (informačné aktivity, poradenstvo), projekty orientované na vzdelávanie a prácu s dievčatami a mladými ženami.

Žiadateľ: mimovládne neziskové organizácie, verejná správa, školy.

Termín: termín bude aktualizovaný v januári 2003.

Kontakt: Viera Klementová, NOS - OSF Bratislava, telefón: 02 / 5441 6913, 5441 4730, kl.114, fax: 02 / 5441 8867, e-mail: viera@osf.sk, internet: <http://www.osf.sk>.

■ **Harm Reduction Program**

Program je zameraný na podporu aktivít týkajúcich sa znižovania škôd spôsobených užívaním drog, s dôrazom na injekčné užívanie, prevenciu vzniku epidémie HIV a iných krvou prenosných ochorení v rámci rizikových skupín obyvateľstva, ochranu komunity a prácu so skupinami s rizikovým správaním.

Žiadateľ: zdravotníci a sociálni pracovníci v oblasti závislostí, mimovládne neziskové organizácie, ktoré pôsobia v tejto oblasti.

Termín: uzávierka prihlášok priebežne.

Kontakt: Tatiana Hičárová, telefón: 02 / 5441 6913, 5441 4730, kl. 117, fax: 02 / 5441 8867, e-mail: janika@osf.sk, osf@osf.sk, internet: <http://www.osf.sk>.

■ **Debatné kluby**

Cieľom programu je rozvoj rétorických schopností, kritického myslenia, názorovej tolerancie, schopností komunikácie študentov:

■ tréningy pre pedagogických pracovníkov, ktorí chcú viesť debatné kluby,

■ tréningy pre rozhodcov debatných súťaží,

■ organizovanie debatných súťaží v anglickom a slovenskom jazyku.

Žiadateľ: študenti SŠ, pedagogickí pracovníci, mimovládne neziskové organizácie.

Termín: uzávierka prihlášok priebežne.

Kontakt: Katarína Koubeková, NOS - OSF Bratislava, telefón: 02 / 5441 6913, 5441 4730, kl.110, fax: 02 / 5441 8867, e-mail: katrin@osf.sk, internet: <http://www.osf.sk>.

Nadácia pre deti Slovenska

Poslaním nadácie je podporovať mnohostranný rozvoj osobnosti dieťaťa a mladého človeka. Realizuje to prostredníctvom podpory kvalitných a zaujímavých programov, ktoré citlivo a tvorivo reagujú na potreby detí a mladých ľudí preventívnou osvetou, ale aj formou priamej finančnej pomoci. Nadácia pre deti Slovenska sa projektom Hodina deťom snaží motivovať čo najviac organizácii, ktoré s deťmi pracujú, aby sa o podporu uchádzali a svoju činnosť profesionalizovali.

Grantový program Hodina deťom

Dlhodobým cieľom grantového programu je každoročne rozdeľovať finančné prostriedky z Fondu Hodina deťom na včasnú, účinnú a trvalú pomoc pre všetky deti a mladých ľudí na Slovensku vo veku od 5 do 20 rokov. Sú určené na podporu konkrétnych projektov v nasledujúcich oblastiach:

- deti telesne, duševne alebo zmyslovo postihnuté, dlhodobo choré:
aktivity zamerané na integráciu postihnutých detí do reálneho života,
budovanie a rozvoj schopností a zručností podporujúcich integráciu,
- deti žijúce mimo vlastnej rodiny:
podpora života detí v rodinnom prostredí,
aktivity podporujúce budovanie stabilných vzťahov detí,
aktivity zamerané na integráciu detí, žijúcich dlhodobo v ústavnej starostlivosti, do reálneho života a na budovanie schopností a zručností podporujúcich takúto integráciu,
- deti týrané, zneužívané a zanedbávané:
preventívne programy,
krízová intervencia,
starostlivosť o dieťa a riešenie jeho problémov,
- deti ohrozené a trpiace rôznymi formami závislostí:
preventívne programy,
krízová intervencia,
resocializácia,
- deti ulice:
práca s deťmi, ktoré sú nútené naplňať svoje potreby mimo rodinu v prípade jej zlyhania alebo mimo inštitúcie,
do starostlivosti ktorej sú zverené,
krízová intervencia,
práca s deťmi utečencov,
- deti, ktoré nemajú kde tráviť voľný čas:
dobrovoľná pomoc detí a mládeže druhým,
mimoškolské aktivity detí v mestách a na vidieku,
práca s nezamestnanou mládežou.

Žiadateľ: mimovládne organizácie, samosprávy, cirkevné inštitúcie a štátne organizácie, ktoré musia mať právnu subjektivitu a vykazovať pravidelnú celoročnú činnosť. Organizácia je povinná prekonzultovať každý projekt s pracovníkmi Nadácie pre deti Slovenska, alebo s regionálnymi spolupracovníkmi nadácie.

Termín: február 2003.

Kontakt: Lucia Štasselová, výkonná riaditeľka, e-mail: lucia@nds.sk,
Lucia Vakulová, programová manažérka, e-mail: lucka@nds.sk,
Lucia Gvozdjaková, manažérka kampane, e-mail: lucija@nds.sk,
telefón: 02 / 5263 6461, 5263 6471, fax: 02 / 5263 6462,
e-mail: nds@nds.sk, internet: <http://www.hodinadetom.sk>, www.nds.sk.

Adresa: Nadácia pre deti Slovenska
Grantový program Hodina deťom
Heydukova 3
811 08 Bratislava 1

Tvoja zem

Cieľom grantového programu je zvýšenie účasti verejnosti na aktivitách mimovládnych organizácií a správe vecí verejných v štyroch oblastiach:

- Program inštitucionálneho posilnenia MNO.
- Obhajoba záujmov tretieho sektora.
- Obhajoba občianskych záujmov.
- Filantropia.
- Ženy.

Program inštitucionálneho posilnenia (PIP)

Zmyslom programu je zvýšiť inštitucionálnu a finančnú udržateľnosť mimovládnych neziskových organizácií pre tretí sektor na Slovensku.

Žiadateľ: neziskové mimovládne organizácie.

Termín: 14.10.2002.

Kontakt: Boris Strečanský, telefón: 0903 403 362, e-mail: strecansky@changenet.sk.

Obhajoba záujmov tretieho sektora

Cieľom programu je podporovať aktivity mimovládnych neziskových organizácií a občianskych skupín, zamerané na zlepšenie ich právneho, fiškálneho a spoločenského postavenia v slovenskej spoločnosti.

Žiadateľ: neziskové mimovládne organizácie.

Termín: 14.10.2002

Kontakt: Marcel Zajac, telefón / fax: 02 / 5441 9571, 0905 529 285, e-mail: zajac@changenet.sk, internet: http://tvojazem.sk.

Adresa: ETP Slovensko
Centrum pre filantropiu a neziskové
aktivity
Suché mýto 19
811 03 Bratislava 1

Obhajoba občianskych záujmov

Program má snahu zvýšiť transparentnosť rozhodovacích procesov na všetkých úrovniach tak, aby tie skupiny, ktorých sa rozhodovací proces týka, mali možnosť sa do neho efektívne zapojiť. Témy programu sú ľudské práva, životné prostredie, prístup k informáciám, korupcia a klientelizmus, decentralizácia.

Žiadateľ: mimovládne organizácie s právnou subjektivitou - nadácie, občianske združenia, neziskové verejnoprospešné organizácie.

Termín: 14.10.2002.

Kontakt: Peter Medved, telefón: 048 / 4145 478, fax: 048 / 4145 259, e-mail: medved@changenet.sk, internet: http://tvojazem.sk

Adresa: Nadácia Ekopolis
Robotnícka 6
974 01 Banská Bystrica

Košice: ETP-S
Pražská 2
040 01 Košice
telefón/ fax: 055/ 760 107,
e-mail: etpke@changenet.sk.

Bratislava: ETP Slovensko
Centrum pre filantropiu
a neziskové aktivity
Suché mýto 19
811 03 Bratislava 1
telefón/ fax: 02/ 5441 9571,
e-mail: etp@changenet.sk.

Filantropia

Program sa zameriava na dva typy projektov - komunitný rozvoj a komunitná filantropia. Cieľom programu je prispieť k zvýšeniu účasti občanov miest a obcí v aktivitách zameraných na zlepšovanie kvality života, riešenie otázok miestneho záujmu, posilňovanie sociálneho kapitálu, rozvíjanie kultúry dávania a dobrovoľníctva.

Žiadateľ: mimovládne organizácie s právnou subjektivitou - nadácie, občianske združenia, neziskové verejnoprospešné organizácie.

Termín: uzávierka prijímania projektov je 14.10.2002.

Kontakt: Marcel Zajac, telefón/ fax: 02 / 5441 9571, 0905 529 285,
e-mail: zajac@changenet.sk, internet: <http://tvojazem.sk>.

Adresa: ETP Slovensko
Centrum pre filantropiu
a neziskové aktivity
Suché mýto 19
811 03 Bratislava 1

Občania obcí

Grantový program na podporu vidieka je určený obyvateľom vidieka z obcí, alebo samostatných častí obcí, kde počet obyvateľov nepresahuje 1 500. Cieľom programu je zvýšiť účasť občanov vidieka na rozhodovaní a skvalitňovaní života v obci, preto nápad, ktorý chcete uskutočniť, musí byť všeobecne prospešný pre ľudí, miesto a komunitu, kde ho chcete uskutočniť.

Žiadateľ: mimovládne neziskové organizácie, neformálne skupiny občanov, fyzické osoby.

Termín: uzávierka prijímania projektov je 30.09.2002.

Kontakt: Milan Hronec, telefón / fax: 048 / 4145 478,
e-mail: hronec@changenet.sk, internet: <http://www.tvojazem.sk>.

Adresa: Nadácia Ekopolis
Robotnícka 6
974 01 Banská Bystrica

Kontakt: Miroslav Pollák, telefón / fax: 055 / 6445 123,
e-mail: pollak@changenet.sk, internet: <http://www.tvojazem.sk>.

Adresa: ETP - Slovensko
Pražská 2
040 11 Košice

Ženy

Program „Ženy“ je pokračovaním programu „Ženy - menšiny - tolerancia“, ktorý sa realizoval v rokoch 1999 až 2002. Cieľom programu je motivovať ženské iniciatívy k tomu, aby uskutočňovali aktivity zamerané na zlepšenie postavenia žien na Slovensku. Podporované sú aktivity, ktoré prispievajú k eliminácii násillia páchaného na ženách a rovnosti príležitostí. Snahou programu je zároveň inštitucionálne posilniť ženský sektor.

Žiadateľ: mimovládne neziskové organizácie.

Termín: uzávierka prijímania projektov je 14.10.2002.

Kontakt: Zuzana Thullnerová, telefón / fax: 02 / 5441 9571, 0905 313 313,
e-mail: thullnerova@changenet.sk, internet: <http://www.tvojazem.sk>.

Adresy: ETP Slovensko
Suché mýto 19
811 03 Bratislava 1

Banská Bystrica, Košice: adresy a kontakty ako v programe
„Obhajoba občianskych záujmov“.

Komunitná nadácia Zdravé mesto

Prioritou nadácie je aktívna pomoc pri zlepšovaní zdravého životného štýlu a pomoc pri riešení otázok a problémov miestnej komunity. Cieľom týchto aktivít je posilňovanie účasti verejnosti na riešení problémov dotýkajúcich sa životného prostredia a kvality života v mestách a okresoch Banská Bystrica a Zvolen.

Žiadateľ: občianske združenia, nadácie, neziskové organizácie so sídlom v mestách a okresoch Banská Bystrica a Zvolen, neformálne skupiny občanov (minimálne traja).

Termín: pred uzávierkami podávania žiadostí, ktoré sú vždy 15.03., 15.05., 15.09., 15.11. (platné aj v roku 2002) je potrebná predbežná konzultácia projektu.

Kontakt: Banská Bystrica: Lívia Haringová, telefón: 048 / 4156 059, 4125 713, fax: 048 / 745 259,
e-mail: nzmbb@changenet.sk,
internet: <http://www.changenet.sk/nzmbb>,
Zvolen: Viera Valovičová, telefón: 045 / 5323 165,
e-mail: valovicova@changenet.sk,
internet: <http://www.changenet.sk/nzmbb>.

Adresy: Komunitná nadácia
Zdravé mesto Banská Bystrica
Námestie SNP 15
974 01 Banská Bystrica

Komunitná nadácia
Zdravé mesto Zvolen
Študentská 32
960 01 Zvolen

Aktualizované k 30. 09. 2002,
Simona Krištofová a RNDr. Gabriela Gašpariková,
Iuventa - NAFYI,
Karľovská 64,
842 58 Bratislava 4.

Vydala: IUVENTA

Text: Jana Miháliková
Jazyková korekcia: Martin Libjak
Grafická úprava: compART, s.r.o.
Tlač: MiRe