

Nástroj efektivity mládežníckych organizácií "SECRET of democracy" bol vyvinutý s cieľom zlepšiť úroveň participácie mládežníckych organizácií na miestnej, regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni. Nástroj predstavuje špecifickú dimenziu v štyroch hlavných oblastiach: Stratégia, Zdroje, Aktivity, Taktika. Nástroj bol vyvinutý zapojením 18-tich osôb skúsených v práci s mládežou a mládežníckych aktivít v rôznych krajinách. Návrhy, ktoré nástroj obsahuje, boli zozbierané počas medzinárodného seminára „SECRET of Democracy“ v Sarnate, Lotyšsko (21. – 26. August 2008), podporovaného Európskou Komisiou.

V mene tímu „SECRET of Democracy“ dúfame, že nástroj efektivity bude Vás a Vašu organizáciu viesť k viac efektívne a strategicky orientovanej práci v budúcnosti. Veľa šťastia!



Zemgale NGO Support Centre

Liela iela 15-2, Jelgava

LV-3001, Latvia

Ph./fax: +371 63021910

<http://www.zemgalei.lv>



STRATÉGIA A TAKTIKA

STRATÉGIA

1. Definovanie problému a aktuálnej situácie: Prečo by sme mali robiť tento projekt?
2. Vytýčenie vízie a misie – musí byť dlhodobá (napr. Riga – ekologicky čisté a zdravé mesto)
3. Definovanie oznamu, správy – krátka a vecná správa (napr. Zachráňme park!)
4. Vytýčenie zámeru a cieľov – viac konkrétnych otázok (napr. 2 mesiace dobrovoľných prác šiestich osôb.)
5. Analýza informácií – zozbierať všetky informácie o probléme a detailne preskúmať situáciu.
6. SWOT analýza (silné stránky, slabé stránky, príležitosti a hrozby) vonkajšia a vnútorná (napr. málo financií, ale množstvo dobrovoľníkov, ľudia sú nespokojní so stavom a situáciou zelene v meste) (http://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis).
7. Tvorba siete na miestnej, národnej, medzinárodnej úrovni, nájdenie podobnej prípadne partnerskej organizácie alebo zastrešujúcej organizácie.
8. Spätná kontrola zámerov a cieľov – opäť sa pozrieť na zámery a ciele, skonkrétniť ich s Vašími partnermi.
9. Plán – cieľová skupina (primárna a sekundárna), aktivity, financie, ľudské zdroje atď. Cieľová skupina – primárna (je ten, kto rozhoduje) a sekundárna (je ten, kto ho môže pri rozhodovaní ovplyvniť - jeho žena, voliči).
10. Inšpirácia a motivácia všetkých zapojených – mať spoločnú predstavu o cieľoch
11. **Samotná aktivita.**
12. Monitoring a hodnotenie – ako prebiehajú aktivity, koľko osôb je zapojených, kontrola efektivity, názor ľudí spojených s daným projektom
13. Zmena a oprava plánu – zlepšiť a zefektívniť plán.
14. Konečné hodnotenie z viacerých hľadísk (napr. či bol cieľ dosiahnutý, efektivita použitých financií, počet dobrovoľníkov, koľko ľudí bolo informovaných a zapojených do projektu, či zmenili svoj postoj a správanie.) Zhodnotiť očakávaný a skutočný rozpočet pre zlepšenie sa do budúcnosti.
15. Nadväzujúce aktivity a šírenie výsledkov (Follow-up and dissemination) – čo budeme robiť neskôr, čo by malo byť urobené, ďalšie kroky (napr. nielen jeden park v meste, ale – máme v pláne inšpirovať ľudí vybudovať nový park a nové nákupné centrum bude mimo mesta.)



Z D R O J E

1. Financie

Stanovenie rozpočtu – napísať podnikateľský plán a vyčíslieť financie, čas a potrebné ľudské zdroje. Ako a kde získať peniaze?

- ★ **Jednotlivci** – oznamy v novinách, webových stránkach, letákoch a záhradných oslavách;
- ★ **Obchodní partneri** – projekt, jasná myšlienka a činy, ktoré máme v pláne, zmluvy (sponzorstvo) s obchodnými partnermi, obchodný plán, kedy a ako sa peniaze vrátia;
- ★ **Mestské a obecné samosprávy** – projekty a kontrakty (sponzorstvo);
- ★ **Mládežnícke agentúry** – projekty;
- ★ **EU fondy** – projekty;
- ★ **Banky** – obchodný plán návratnosti financií, ako a kedy (pôžička).

Utrácať rozumne!

Premyslieť si, či sú potrebné peniaze alebo materiál!

Previest' analýzu nákladov a výnosov!

Plán nepredvídaných výdavkov v prípade, že proces neprebíha podľa plánu!

Zamyslieť sa nad kreatívnymi spôsobmi získania financií!

2. Ľudské zdroje

- ★ Koľko ľudí potrebujeme?
- ★ Akých ľudí potrebujeme (zručnosti a vedomosti)?
- ★ Kde nájdeme ľudské zdroje, ktoré potrebujeme (škola – dobrovoľníci; univerzity – študentskí dobrovoľníci, praktikanti; pracovné úrady)?
- ★ Kto nám môže pomôcť zohnať ľudské zdroje (pracovné úrady; priatelia; orgán mestskej správy; poradenské agentúry)?
- ★ Ako motivovať našich ľudí (prezenčné listiny, dobrá atmosféra pre dobrovoľníkov a praktikantov– nové zručnosti, vedomosti, skúsenosti, priatelia, ktorí zmýšľajú rovnako ako my)?
- ★ Kto sú Vaši partneri (napr. iné NGOs, orgán mestskej správy, miestne a národné agentúry, ktoré spolupracujú na projekte, súkromný sektor (občania a obchodní partneri)), u ktorých získate financie a podporu?

3. Zručnosti, vedomosti

Dôležité pre NGOs – rozvíjať členov a dobrovoľníkov!

Neformálne vzdelávanie:

1. Seminára
2. Konferencie
3. Workshopy, pracovné skupiny
4. Tieňovanie
5. Poradenské agentúry

Formálne vzdelávanie

1. Školy
2. Univerzity
3. Kurzy

Zvážte outsourcing na určité typy práce (napr. účtovníctvo)!

4. Informácie

Všeobecný princíp všetkých aktivít je RECIPROCITA. Reciprocita je založená na obojstrannom poskytovaní si služieb.

Vzdelávacie aktivity

- ★ Orientačné hry – Dosiahnutie finálneho určenia miesta čo najkratším spôsobom vzhľadom na inštrukcie a mapy. Cieľom je dokázať vlastné vedomosti o oblasti a vytvorenie a posilnenie tímu. (napr. Každý kontrolný bod spočíva v aktivite, ktorá je dôležitá pre Vašu organizáciu)
- ★ Prezentácie
- ★ Semináre
- ★ Workshopy
- ★ Konferencie
- ★ Posedenie pri jedle – Propagovanie kultúrnych tém prostredníctvom rôznych typických jedál, pokrmov a tradícií. Mal by byť pridaný aj krátky popis.
- ★ Zápasy / Súťaže
- ★ Živé knižnice – Rôzne osoby sa správajú ako "živé knihy", ktoré môžu byť "čítané" ľuďmi, ktorí sa o ne zaujímajú.
- ★ Cine-fóra

Propagačné aktivity

- ★ Cine-fóra
- ★ Prieskumy / dotazníky
- ★ Prezentácie
- ★ Udalosti – kultúrne / interkultúrne / športové / charitatívne / detské / politické
- ★ Posedenie pri jedle
- ★ Zápasy / Súťaže

Budovanie siete (Spolupráca partnerov na rovnakej úrovni)

- ★ Stretnutia
- ★ Spolupráca
- ★ Narodeninové pozdravy / Prianie k sviatkom / Darčeky

Lobbying (Snaha presvedčiť vplyvné osoby)

- ★ Rokovanie / Vyjednávanie
- ★ Oficiálne stretnutia
- ★ Posedenia pri jedle

Materiály

- ★ Transparenty
- ★ Prospekty
- ★ Brožúry
- ★ Letáky
- ★ Komuniké pre tlač / tlačové správy
- ★ Katalógy
- ★ Plagáty
- ★ Pohľadnice
- ★ Výročné správy
- ★ Billboardy
- ★ Nálepky
- ★ Vizitky
- ★ Krycie papiere na tácky
- ★ Maľované reklamy na prostriedkoch verejnej dopravy

★ CDs / DVDs

Totožnosť (Corporate Identity)

Možnosti: organizácia má logo, znak, motto alebo preferovanú farbu.

Rada: organizácia by mala používať tieto identické rysy vo všetkých písomných a propagačných materiáloch, v médiách atď.

Propagačné materiály

Možnosti: organizácia má finančné zdroje a chce propagovať svoju totožnosť.

Rada: organizácia môže kontaktovať reklamné spoločnosti a požiadať ich o pripravenie propagačných materiálov. Môžu byť rozdelené do viacerých skupín: propagácia na určitú akciu (tričká, čiapky, balónky atď.), dlhodobá propagácia (perá, tašky, dáždníky, nádoby, poháre atď.).

Médiá

Možnosť: miestna televízia alebo rádio v meste, prípadne národná televízia s regionálnym vysielaním.

Rada: organizácia môže odporučiť svoje aktivity do médií, poskytnúť rozhovor alebo poslať nejakých odborníkov, aby účinkovali v reality show. Taktiež je tu možnosť organizácie charitatívnej akcie.

Možnosť: národné prípadne mieste noviny.

Rada: organizácia môže žiadať o vydanie článku týkajúceho sa jej aktivít alebo vytlačiť nejaké propagačné materiály, pozvánky, správy atď.

Možnosť: organizácia vydáva vlastný časopis alebo noviny.

Rada: organizácia môže predat' / prenajať stránky iným spoločnostiam alebo partnerom za účelom reklamy.

Možnosť: škola, univerzita alebo iný vzdelávací inštitút s vlastným časopisom alebo novinami

Rada: organizácia môže zdieľať informácie s mládežou

Možnosť: organizácia má vlastnú webovú stránku.

Rada: organizácia môže využiť transparenty na stránke (e-banners), moderné technológie (napr. flash), mailom rozposlať informačné letáky, pripraviť videokonferencie, komunikácia prostredníctvom verejných fór, chatu, podcastu.

Možnosť: organizácia je verejnosti známa

Rada: je tu možnosť rozširovať informácie o organizácii prostredníctvom odporúčenia množstvom občanov, bloky alebo iné služby založené na internetovej platforme (napr. youtube, mspace atď.).

Možnosť: spolupráca s mobilným operátorom

Rada: organizácia môže rozposlať SMS správy s informáciou o udalostiach a aktivitách.

Možnosť: miesta, kde sa ľudia stretávajú každý deň (napríklad v supermarkete).

Rada: organizácia môže rozšíriť letáky, propagačné materiály, rozprávať sa s ľuďmi, robiť prezentácie atď.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.