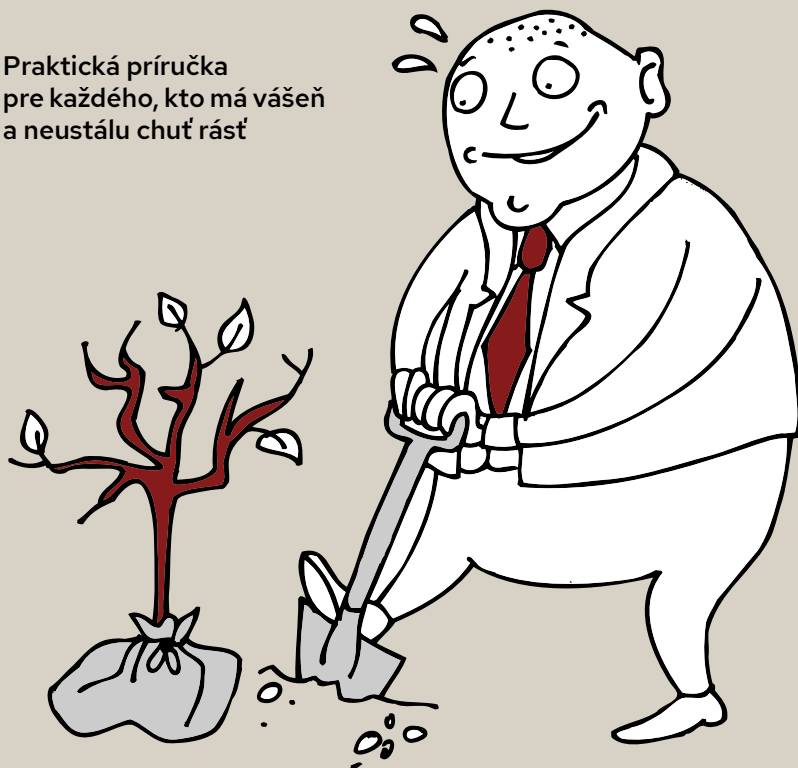


Ako pripraviť a napísať dobrý projekt

Praktická príručka
pre každého, kto má vášň
a neustálu chuť rásť



Ako pripraviť a napísať dobrý projekt



Pre takúto formu zdieľania našich skúseností sme sa rozhodli spoločne na strategickom plánovaní Centra pre filantropiu. Pri 20. výročí založenia našej organizácie sme sa chceli podeliť o naše skúsenosti, vášeň a neustálu chuť rásť. Online publikáciu som síce napísala za organizáciu ja, ako riaditeľka, ale sama by som nikdy nenabrala odvahu vydať sa touto cestou. Na finálnom texte, vetách a slovách sme spolupracovali s mojimi kolegyňami – Beou Majerníkovou, Monikou Gašparovou, Barborou Krištofíkovou, Janou Zaicovou a Danielou Suttner. Sme tím, v ktorom sa nám to podarilo, lebo sme si našli čas pre stretnutia a energiu k vzájomnému porozumeniu.

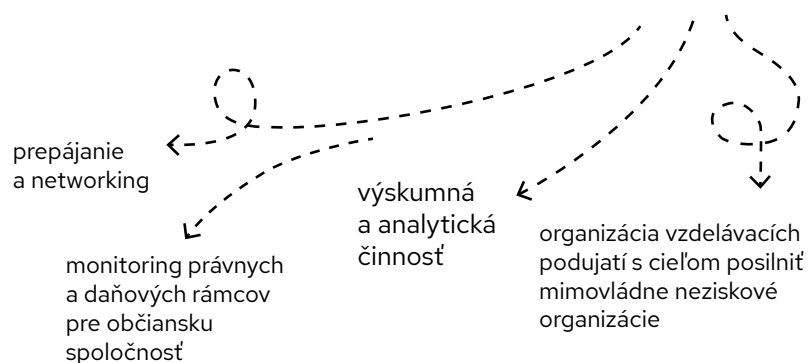
Na úvod

K 20. výročiu založenia Centra pre filantropiu sme sa rozhodli spísať svoje know-how v rôznych témach, ktorým sa venujeme. Od roku 2002 aktívne prispievame k rozvoju, kultivácii darcovstva a filantropie na Slovensku. Svojimi aktivitami chceme dosiahnuť, aby sa darcovstvo stalo bežnou súčasťou života jednotlivcov aj firiem. Dlhodobo aktívne prispievame ku kultivácii filantropického prostredia, informujeme a zlepšujeme celkové povedomie a postoj ľudí k darcovstvu. Venujeme sa všeobecne prospešným službám v oblastiach:

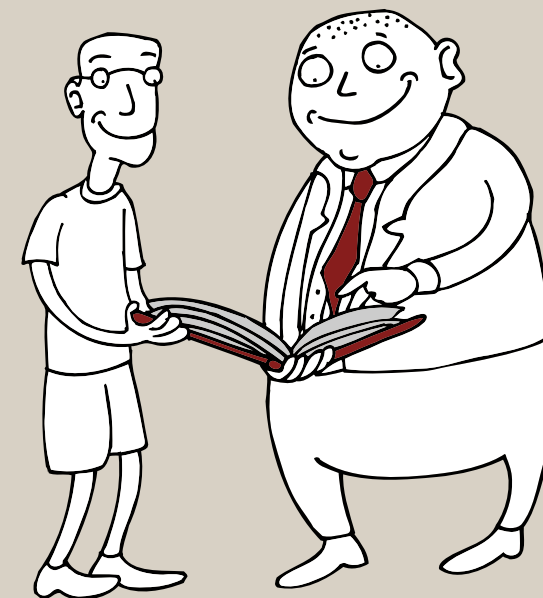
Firemná filantropia

Rozvoj online darcovstva od individuálnych darcov

Osveta v oblasti aktívneho občianstva



V tejto prvej online publikácii sme spísali naše skúsenosti s firemnou filantropiou, ktoré sme získali vďaka spolupráci s partnermi z firemného prostredia. Spoločne sa systematicky, transparentne a dlhodobo snažíme dosahovať viditeľné zmeny, rozvoj a skvalitňovanie rôznych verejnoprospešných oblastí.



Ako pripraviť a napísať dobrý projekt

Konzultáciám o tom, ako napísať dobrý projekt, sa v Centre pre filantropiu venujeme vyše 20 rokov. Týmto textom sa chceme s vami podeliť o naše skúsenosti, ukázať náš prístup k tvorbe projektov aj perspektívy zo strany donora či hodnotiteľiek a hodnotiteľov. Chceme povzbudiť všetkých aktívnych občanov a občianky v získavaní financií pre svoje projekty.

Svojimi aktivitami sa snažíme o podnecovanie filantropického správania na firemnej úrovni. Prepájame donorov, ktorí chcú darovať finančné zdroje s tými, ktorí rozvíjajú a rozširujú myšlienkový i fyzický priestor pre pôsobenie aktívnych ľudí vo verejný prospech.

Dlhodobu spolupracujeme s neziskovými organizáciami korporátnych darcov, ktorými sú:

Nadácia Orange
Nadácia SPP
Nadácia Tatra banky
Nadácia Henkel Slovensko
Nadácia Televízie Markíza

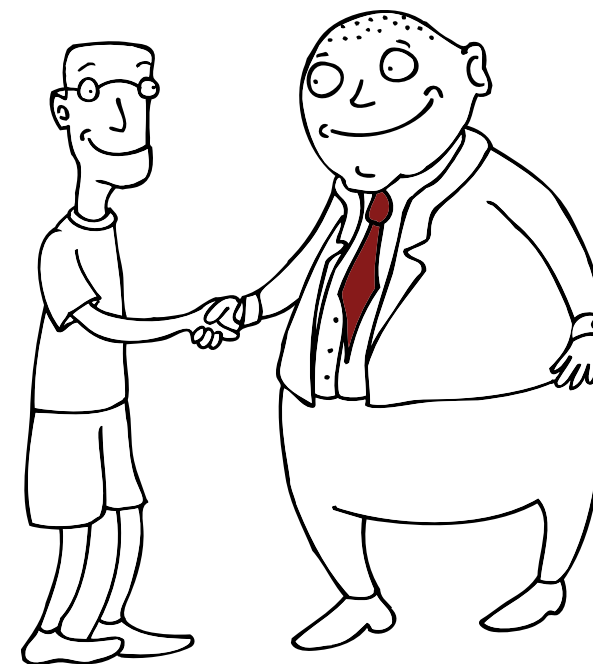
Spolupracujeme aj s nadačnými fondmi:

Nadačný fond Slovanet pri Nadácii CPF
Nadačný fond Baumit pri Nadácii CPF
Nadačný fond Kaufland pri Nadácii CPF
Nadačný fond Zuzany Čaputovej pri Nadácii CPF

V Centre pre filantropiu zabezpečujeme administratívne procesy rôznych GRANTOVÝCH PROGRAMOV v spolupráci so slovenskými firemnými nadáciami a nadačnými fondmi. Ročne k nám do grantových programov predkladá svoje žiadosti viac ako 3 800 organizácií a fyzických osôb.

” Dôležitým atribútom grantových programov je ich otvorenosť, transparentnosť a prístupnosť.

Veríme, že toto je najprehľadnejší spôsob rozdeľovania finančných prostriedkov, ktorý má verejne a jasne definované podmienky a požiadavky. Má dopredu jasne pomenovaný proces hodnotenia podporených a nepodporených žiadostí, o ktorých rozhoduje nezávislá hodnotiacia komisia. Výsledky podpory sú verejne dostupné na webových stránkach firemných nadácií.



Odborné hodnotiace komisie pri grantových programoch vyberajú z predložených žiadostí tie, ktoré najviac napĺňajú kritéria podpory deklarované v grantových výzvach. Záleží nám na tom, aby boli podporené kvalitné projekty a žiadatelia, ktorí sú pripravení a schopní ich realizovať. Preto ku každému grantovému programu poskytujeme telefonické, mailové, ale aj osobné konzultácie, ktoré majú pomáhať žiadateľom napísať kvalitný a zrozumiteľný projekt.

Sú grantové programy, o ktoré je naozaj veľký záujem. Napríklad v roku 2021 bolo v grantovom programe Športuj aj Ty! Nadácie SPP predložených 953 žiadostí, z ktorých bolo podporených 135 žiadostí, čo znamená, že podporený bol každý siedmy predložený projekt. Historicky najväčší záujem v Nadácii Orange bol v roku 2003 o grantový program pre základné školy s názvom Školy pre budúcnosť, v ktorom bolo predložených 1 422 žiadostí.

Slovníček pojmov:

PROJEKT

– alebo grantová žiadosť je časovo a vecne ohraničený súbor verejno-prospešných aktivít, ktoré je potrebné vykonať, aby ste dosiahli stanovený cieľ. Projekt je nástroj na dosiahnutie zmeny. Každý nápad, ktorý sa rozhodnete zrealizovať, môže byť projekt. V grantových programoch ide o premyslenú, jedinečnú jednorazovú či opakujúcu sa činnosť, ktorá je časovo ohraničená a má špecifikované finančné, materiálne, ľudské zdroje.

DONOR

– nadácia, resp. nadačný fond, ktorý poskytuje finančné prostriedky na realizáciu grantového programu. Donor má zadané svoje poslanie v oblasti verejnoprošpešných aktivít. Má definovanú vlastnú víziu, prečo vznikol, za akým účelom, na aké oblasti a témy sa zameriava, čo sa snaží svojimi aktivitami dosiahnuť, resp. akú pozitívnu zmenu chce priniesť do spoločnosti.

GRANTOVÝ PROGRAM

– vychádza z programovej stratégie donora, z ktorej vyplývajú dlhodobé, strednodobé i krátkodobé ciele či stratégie spoločenského dopadu. Donor v rámci grantového programu finančnou podporou väčšieho množstva projektov naplňa definovaný cieľ a dosahuje želané pozitívne zmeny v spoločnosti.



GRANTOVÁ VÝZVA

– každý grantový program má uverejnenú grantovú výzvu. V nej donor predstavuje svoju víziu programu ako celku, ale aj formálne a administratívne kritériá pre podporu projektov. Taktiež vo výzve pre inšpiráciu podrobnejšie popisuje, aké typy aktivít chce podporiť a aký dopad by mali podporené aktivity naplniť.



Vždy venujte grantovej výzve pozornosť, prečítajte si ju a hľadajte v nej kľúčové pojmy a hodnoty, ktoré sú pre donora dôležité. Pri písaní projektov vychádzajte z týchto slov či slovných spojení a nebojte sa ich príležitostne zopakovať. Používanie rovnakých slov v predkladanom projekte poukazuje na vaše pochopenie grantovej výzvy a súčinnosť s víziou podpory donora.

EGRANT

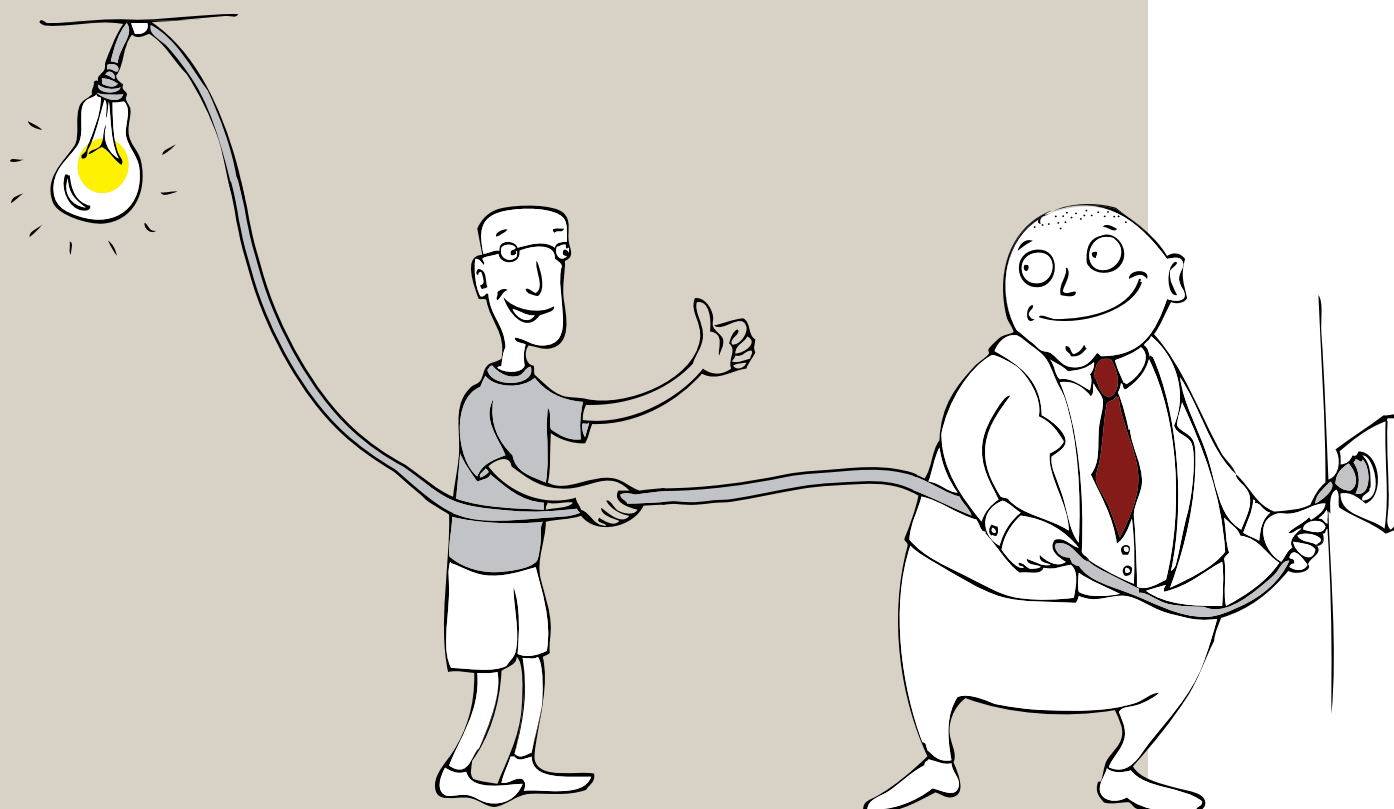
– webová aplikácia, ktorá slúži na predkladanie projektov. V Centre pre filantropiu ju dlhodobo používame na predkladanie projektov. V súčasnosti sa predkladanie projektov presunulo do online priestoru – žiadne projekty v tlačenej verzii posielané poštou neprijímame.

Každý náš firemný partner má platformu pre vlastný EGRANT, napr.
<https://nadaciapf.egrant.sk>
<https://nadaciaspp.egrant.sk>
<https://nadaciatatrabanky.egrant.sk>

Tento systém nie je pre všetky grantové organizácie spoločný, jednotlivé grantové organizácie používajú rôzne webové aplikácie, napr. <https://darca.sk/>

Po registrácii do systému EGRANT začnete vyplňať online elektronický formulár. Formulár môžete vyplňať postupne a jeho verzie si priebežne ukladať. Ak projekt odošlete, už nie je možné sa k nemu vrátiť, nič v ňom meniť, či dopĺňať. Finálnu verziu projektu si môžete uložiť vo formáte PDF alebo vytlačiť.

Tipy, ako pripraviť a napísať dobrý projekt



Rozprávajte príbeh

Projekt by mal rozprávať váš autentický príbeh, ktorý hovorí o posolstvách, ľuďoch, ktorí dobrovoľne venujú energiu spoločnosti, zvyšujú povedomie o jej problémoch a burcujú aj ostatných k aktivitám, ktorými môžu prispieť k riešeniu týchto problémov a spoločenskej zmene.

Píšte projekt tak, aby bolo zrejmé, aká je vaša východisková situácia, kde sa nachádzate, aká je vaša motivácia a prečo chcete tento stav zmeniť. Ak vaša motivácia vychádza z frustrácie, opíšte ju, buďte osobný, priblížte svoje úsilie či vytrvalosť. V projekte je vhodné vyvážené kombinovať informácie a emócie. Informácie a zmysluplné riešenia poukazujú na vašu odbornosť a emócie projektu dodávajú autentickosť a charizmu.

Snažte sa písať príbeh v podobe nadväzujúcich faktov a súvislostí tak, aby jeho časti na seba logicky nadväzovali, boli pochopiteľné, ľahko predstaviteľné a zapamätateľné. Používajte jednoduchý jazyk, prípadne kombináciu odborného a jednoducho pochopiteľného jazyka. Ak potrebujete využiť odborné termíny, snažte sa ich vysvetliť.

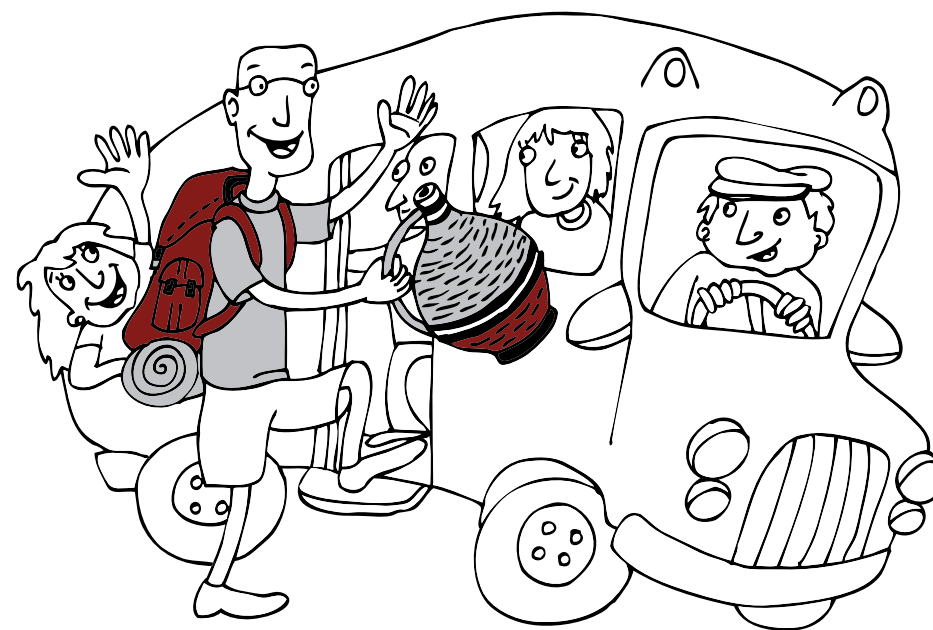
Ak vaša organizácia funguje dlhodobo a má viacero realizovaných aktivít či dlhodobých projektov vo viacerých témach, ktorým sa venujete, napíšte do projektu prioritne informácie, ktoré sa vzťahujú k téme grantovej výzvy. Ak predkladáte žiadosť do komunitného grantového programu, píšete o projektoch, úspechoch a aktivitách v tejto oblasti. Vždy uvádzajte link na web vašej organizácie, kde sa hodnotiteľky a hodnotitelia môžu o organizácii dočítať viac.

Príklad vhodne napísanej východiskovej situácie:

Predkladaný projekt **nadväzuje na minuloročnú aktivitu**, ktorú sme urobili v Cirkevnej základnej škole Narnia. V tejto škole pracujem ako pedagogička, zároveň pracujem ako dobrovoľníčka v občianskom združení. **V minulom roku sme s deťmi realizovali aktivitu: Bufet v školskej záhrade.** Spolu s deťmi a rodičmi sme vytvorili komunitné miesto tak, aby bolo dobré pre rastliny, zvieratá aj ľudí zároveň. V rámci projektu sme revitalizáciou zmenili časť plochy v srdci sídliska na miesto s jedlými stromami a kríkmi, bylinkami. Spolu so štatutárnym zástupcom občianskeho združenia Dušanom **vedieme akčnú skupinu Young reporters for the environment.** Sme v tom úspešní, **už dva roky po sebe sme vyhrali 1. miesto v medzinárodnej súťaži** spomedzi 38 krajín sveta, aj tento rok sme postúpili medzi 9 finalistov sveta. Deti sa zameriavajú na identifikáciu ekologického problému v komunite, hľadanie a realizáciu riešenia. Tento rok identifikovali, že aj v našej komunite vzniká obrovský potravinový odpad. Nielen v školskej jedálni, ale tvorený je aj priamo žiakmi a učiteľmi v škole. Priemerný Slovák vyhodí až 160 kg potravín ročne. Najjednoduchšia cesta, ako sa vysporiadať s odpadom, je netvoriť ho, to je ale ťažká a dlhá cesta.

S plánovanými aktivitami by sme chceli začať v záhrade a kuchyni. **Usporiadame workshop**, v ktorom deti navrhnu a navaria pre komunitu na komunitný deň stravy, ktorá je podľa nich zdravá a zároveň ekologická. Nakúpia na ňu, navaria ju a zrealizujú ochutnávku počas komunitnej brigády na záhrade školy. Nakoniec pomocou čítania vinetiek a sprevádzaného bádania budú **deti objavovať geografickú cestu potravín**, venovať sa výpočtu uhlíkovej stopy nielen na prevoz, ale aj produkciu. V súvislosti so záhradou máme v pláne niekoľko brigád. **Plánujeme pripraviť výstavu biodiverzity.** Chceme vydať „Zápisky z putovania potravy na komunitný stôl“ aj s receptárom. Na výstave plánujeme premietiť reportáž, ktorú si počas projektu deti samy natočia.

Verejno- prospešné aktivity sú tímovou záležitosťou



Najdôležitejší je tím ľudí, ktorý stojí za prípravou a realizáciou projektu. Napísanie projektu je proces, ktorý sa začína jeho prípravou, teda stretnutiami, brainstormingom, nápadmi, rozhovormi, SWOT analýzou. Príprava je o hľadanie cesty, ktorou chcete kráčať, aby ste vyriešili to, čo vás trápi a zrealizovali to, čo je cieľom vášho projektu. Táto časť prípravy je často rovnako náročná a vyčerpávajúca ako implementácia a realizácia projektu po jeho finančnom podporení. Čas venovaný príprave sa vám však v prípade podpory projektu vráti – pri jeho realizácii budete presne vedieť, akou cestou sa vydať a budete riešiť už len detaily.

Pri realizácii aktivít budete potrebovať úzky tím ľudí, ktorí budú aktivity koordinovať, kreatívne plánovať, viesť administratívu, fundraisovať a vyúčtovať, informovať o nich na sociálnych sieťach atď. V tíme sa ľudia prirodzene rozdelia podľa toho, akú majú odbornosť, povahu či záujmy.

Pri projektoch typu „one man show“ je problém, že nikto nevie všetko a všetci máme oblasti, ktoré nás baví robiť viac a iné menej. Preto ak je autorom projektu jediný človek, pri realizácii projektu často dáva prioritu veciam, ktoré ho naplňujú a ostatné úlohy stoja. Ak je niekto napríklad zaniatený kreatívec a realizátor aktivít, vkladá svoju energiu prioritne do týchto oblastí a zanedbáva napríklad vyúčtovanie grantu donorovi – ved' fotiť faktúry, hľadať k nim úhrady a písať, čo som kedy urobil, nie je zaujímavé. Ale donor vidí obe časti a aby mal dobrý pocit z podpory, obe musia byť v súlade.



Najdôležitejší je tím ľudí, ktorý stojí za prípravou a realizáciou projektu.

Obsah d'alších častí

- 01 Zhrnutie žiadosti
- 02 Názov projektu
- 03 Ciele projektu
- 04 Aktivity a ich výstupy
- 05 Propagácia projektu
- 06 Cieľová skupina
- 07 Merateľné ukazovatele
- 08 Časový plán
- 09 Udržateľnosť výsledkov projektu
- 10 Rozpočet
- 11 Prílohy
- 12 Hodnotenie predložených žiadostí
- 13 Skúška správnosti

01 Zaujať na prvý pohľad môžete v zhrnutí žiadosti

Aj keď ide zvyčajne o kolónku na prvej strane projektu, odporúčame ju vypisovať na záver, keď už máte projekt premyslený, naplánovaný a viete jasne odpovedať prečo, ako, kedy, s kým, kde a za koľko peňazí plánujete aktivity realizovať. V tejto časti donor vyžaduje, aby ste napísali stručný a výstižný opis aktivity, čo bude výsledkom zrealizovaného projektu. Často je tu obmedzený maximálny počet slov, napr. 350 slov vrátane medzier.

Zhrnutiu žiadosti venujte veľkú pozornosť – ide o prvú informáciu, ktorú si hodnotiteľky a hodnotitelia o vašom projekte prečítajú. Celý projekt bude toto zhrnutie dopĺňať a logicky ho rozvíjať. Je to vaša príležitosť, ako zaujať na prvý pohľad.

Príklad prehľadného a pochopiteľného zhrnutia žiadosti:

V meste Bytča sa nenachádza dostatok vnútorných rekreačných športových príležitostí pre deti a mládež. Práve ponukou lezenia na boulder stene vieme tento nedostatok doplniť. Chceme vytvoriť verejne dostupnú možnosť lezenia na lezeckej stene pre deti a mládež vo veku 3 – 18 rokov. Boulderung je lezenie do výšky maximálne 4,5 m bez istenia lanom, dopadá sa na pružnú boulder matku – hrubý matrac podobný žinenke. Lezenie ako šport vnímame ako všestranný, atraktívny a napomáhajúci vo vývine v každom veku. Vďaka projektu aktivizujeme danú cieľovú skupinu, vytvoríme jej priestor, kde môže pravidelne tráviť svoj voľný čas, rozvíjať svoju športovú aktivitu, podporovať dobrovoľníctvo formou výpomoci mládeže pri detských krúžkoch lezenia spolu s profesionálnym lektorom.

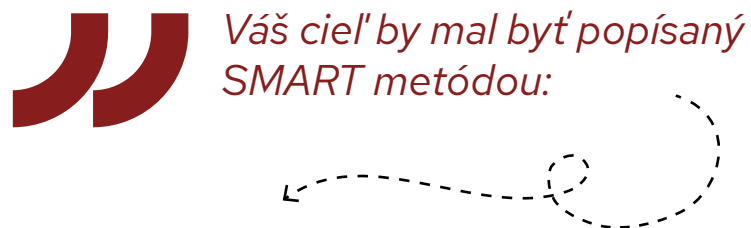
02 Výstižný názov projektu ako dobrý základ

Zaujať môžete aj názvom projektu, ktorý by mal byť stručný, ale výstižný. Pri vymýšľaní názvu sa môžete zamerať na cieľ alebo výstup projektu. Je dobré si uvedomiť, že názov projektu bude v prípade podpory uverejnený vo viacerých dokumentoch (napr. v zmluve) a na web stránke donora. Nepoužívajte názov grantového programu ako názov predloženej žiadosti.



03 Ciele projektu

Vyhňte sa príliš všeobecným cieľom alebo frázam, napr. Chceme zlepšiť kvalitu života ľudí. Umožníme ľuďom väčšiu slobodu pri rozhodovaní sa. Takéto vety síce znejú pekne, sú vzletné, ale nehovoria nič o konkrétnych cieľoch vášho projektu. Takto definované ciele sa často viažu k všeobecnému definovaniu problému. Treba si uvedomiť, že ako organizácia máte vo svojich plánoch dlhodobé a špecifické ciele. Pri písaní projektu sa zamerajte na tie, ktoré sú dosiahnuteľné pri realizácii aktivít, na ktoré žiadosť podávate.



S

Špecifikovaný (Specific)

Zamerajte sa na jasnú a konkrétnu formuláciu cieľa.

M

Merateľný (Measurable)

Cieľ stanovte tak, aby ste boli schopný zmerať ho. Zamyslite sa, ako môžete odmerať svoje ciele rôznymi spôsobmi.

A

Dosiahnuteľný (Achievable)

V tomto kroku je potrebné vyhodnotiť dosiahnuteľnosť a uskutočniteľnosť cieľa. Zvážte rôzne faktory, ako sú personálne, finančné a časové obmedzenia.

R

Realistický (Relevant)

Zhodnoťte, či dosiahnutie cieľa skutočne vyrieši váš problém a či je dosiahnutie cieľa reálne.

T

Načasovaný (Timely)

Jednou zo základných definícií projektu je aj to, že musí byť časovo ohraničený. Ciele je potrebné dosiahnuť ešte v rámci trvania projektu. Stanovte si časový harmonogram úloh, rátajte aj s časovou rezervou. Počítajte aj s tým, že určite niečo nevyjde tak, ako ste predpokladali a plánovali. Umiestnite si míľniky na časovú os, aby ste mohli vyhodnotiť pokrok počas implementácie.

Príklad vhodne pomenovaných cieľov:

Nezisková organizácia, ktorá poskytuje služby vo vylúčených komunitách v 7 samosprávach a prevádzkuje 5 komunitných centier, predložila projekt, v ktorom si zadefinovala tieto ciele:

- 1) Meranie úrovne digitálnych zručností vybranej skupiny klientov pred začatím kurzov.
- 2) Vypracovanie 2 obsahov kurzov na zvyšovanie digitálnych zručností pre 2 cieľové skupiny.
- 3) Zvyšovanie úrovne digitálnych zručností prostredníctvom kurzu vedeného expertom z externého prostredia.
- 4) Meranie úrovne digitálnych zručností vybranej skupiny klientov a klientok po absolvovaní kurzu.
- 5) Zvýšenie zamestnanosti absolventov a absolventiek kurzu.



04 Aktivity, ich realizácia a výstupy

Aktivity sú alfou a omegou projektu, preto zrozumiteľne a podrobne popíšte, čo chcete urobiť. Dôležité je, aby navrhované aktivity boli jasne prepojené s cieľmi a výsledkami projektu. Každý cieľ môže mať sadu aktivít, ktoré vedú k jeho naplneniu. Každá aktivita je zložená z viacerých úloh (míľnikov) potrebných k naplneniu aktivít. Popíšte aj tieto úlohy.

Aktivity, ciele a výsledky projektu musia na seba logicky nadväzovať a vzájomne sa dopĺňať. V žiadosti uveďte očakávané výsledky projektu, teda čo chcete vďaka realizácii projektu zmeniť alebo zlepšiť, aké sú vaše ciele a akými aktivitami a prostriedkami ich plánujete dosiahnuť. Myslite na to, v akom poradí musia byť aktivity uskutočnené a dbajte na to, aby ste ich dobre naplánovali v čase trvania projektu.

Príklad vhodne pomenovaných aktivít v projekte:

Plánujeme zrealizovať 8. ročník projektu, ktorý šíri osvetu o architektúre medzi žiakmi základných škôl. Tento ročník bude zameraný na tému „Budovy pre kultúru“.

Projekt realizovaný formou kreatívneho a interaktívneho e-learningového kurzu, ktorý sa končí kvízom, v ktorom si žiaci preveria získané vedomosti. Žiakom v e-kurze predstavíme významné budovy pre kultúru na Slovensku a v Európe: historická a nová budova Slovenského národného divadla, budova Reduty, budova Slovenskej národnej galérie a Slovenského národného múzea

v Bratislave, ale aj Kulturpark v Košiciach, budova Domu umenia v Piešťanoch. Súčasťou e-kurzu bude aj predstavenie najvýznamnejších kultúrnych budov v Európe a to tak historických, ako aj súčasných.

E-kurz bude okrem zaujímavej grafiky, fotiek konkrétnych budov obsahovať aj animácie.

Novinkou 8. ročníka e-kurzu bude možnosť absolvovať ho v dvoch jazykoch – slovenskom a anglickom. Žiaci si e-kurz môžu študovať prostredníctvom písaného textu, ale aj počúvaním. Všetky texty sú nahovorené profesionálnym hercom. Pri anglickej mutácii budú texty nahraté native speakerom. Cieľom zhotovenia slovenskej a anglickej mutácie e-kurzu je, aby sa žiaci popri vzdelávaní o architektúre vzdelávali aj v cudzom jazyku a mohli si konfrontovať text aj zvukovú nahrávku.

Po absolvovaní si žiaci získané vedomosti overia v zábavnom kvíze a môžu sa zúčastniť výstavy. Žiaci budú mať za úlohu namaľovať výtvarnú prácu na preberanú tému. Pri jej maľovaní sa môžu inšpirovať fantáziou alebo konkrétnymi budovami predstavenými v e-kurze. Učitelia vyberú max. 10 prác za školu a pošlú nám ich. Odborná porota vyberie zo všetkých výtvarných prác 25 najlepších. Autori týchto výtvarných diel budú pozvaní do Bratislavy na slávnostnú vernisáž, ktorá bude spojená s tematickou vychádzkou po architektúre a kultúrnych budovách Bratislavy.

Z tejto aktivity bude zhotovené video, ktoré bude zverejnené na webe projektu www.detiaarchitektura.sk aj na FB profile www.facebook.com/detiaarchitektura. Aby si všetci mohli pozrieť práce ostatných žiakov a dozvedeli sa viac aj z úst porotcov o hodnotení výtvarných prác a o projekte.

E-kurzy z predchádzajúcich ročníkov sú voľne dostupné na webe – kurz na tému Mosty:

<https://www.detiaarchitektura.sk/registracia?elogin=1> alebo kurz na tému Vysoké budovy:

<https://www.detiaarchitektura.sk/registracia?elogin=1.w>

05 Propagácia projektu

Nezabudnite o svojom projekte informovať verejnosť a aktívne ho propagovať. Prezentácia verejnoprospešnej aktivity slúži nielen ako pochválenie sa či poďakovanie donorovi, ale aj ako inšpirácia pre iných. O výsledkoch projektu môžete napísať krátky status na sociálne siete, ktorý bude ďalej šíriť napríklad aj donor, a tak o sebe informujete ľudí aj mimo svojej sociálnej bubliny. Osloviť tiež môžete lokálne noviny či televíziu, ktoré často zverejnia informácie o zaujímavom projekte.

Ak budete informovať verejnosť o vašom projekte, môže vám to v budúcnosti pomôcť získať ďalších spolupracovníkov, partnerov či podporovateľov. Každý sa rád pridá k úspešnej aktivite. Propagácia je zároveň skvelým spôsobom, ako šíriť pozitívny dopad vášho projektu. Nápadom sa medze nekladú a pri propagácii sa nebojte byť kreatívny.



Medializácia projektu a aktivít môže vyzeráť napríklad takto:

O projekte plánujeme informovať našich žiakov, ich rodičov a širokú verejnosť v meste Vranov nad Topľou nasledovne:

Na internetovej stránke školy budeme poskytovať aktuálne informácie o aktivitách projektu.

Logo darcu môžeme uviesť na webovej stránke školy pri aktuálnom čísle – počítadle vyzbieraného odpadu.

Medializácia prostredníctvom internetu, tlače, regionálnej TV, budeme oslovovať základné a stredné školy v regióne.

Plánujeme vytvoriť samostatnú webovú stránku.

Plánujeme osloviť viacero známych osobností, aby prijali záštitu nad projektom.

Regionálne tlačené periodiká – budeme písať články o začatí realizácie projektu, aktivitách a súťažiach. Veríme, že sa nám podarí uverejniť aj poďakovanie darcovi.

Plánujeme osloviť regionálnu televíziu, či by mala záujem natočiť krátku reportáž o projekte.

Tričká pre účastníkov s názvom projektu.

Vestibul školy – fotografie z aktivít umiestnené na nástenke v škole.

06 Ciel'ová skupina

Ciel'ovou skupinou sú ľudia, ktorí budú mať z výstupov projektu úžitok. Sú to ľudia, pre ktorých verejnoprospešný projekt robíte. V projekte musí byť zrejmé, že túto cieľovú skupinu dobre poznáte a chápete. Viete, aké má správanie, záujmy, aké sú jej potreby, máte na ňu dosah a viete s ňou komunikovať a zaujať ju.

Je dôležité, aby realizácia neprebíhala formou „o nás bez nás“. V mnohých grantových programoch sa vyslovne vyžaduje, aby cieľová skupina bola zapojená do projektu (často už pri jeho príprave), aby sa mohla k nemu vyjadriť a prípadne sa na ňom priamo podieľať. Ak plánujete cieľovú skupinu osloviť na participáciu pri realizácii projektu, napíšte, ako to plánujete urobiť. Môže ísť napríklad o prieskum, komunikáciu na sociálnych sieťach či plagát v bytovke alebo na ihrisku.



Príklad vhodne zedefinovanej cieľovej skupiny:

Občianske združenie, ktoré chce vysadiť 120 stromov a vybudovať altánok pri cyklotrase. Definuje cieľovú skupinu projektu široko: Pri výsadbe stromov zapojíme do realizácie 30 členov združenia, 20 dobrovoľných hasičov, 20 škôlkarov a ich rodičov, cca 40 študentov, pedagógov, odborníkov, ale aj ďalších 40 dobrovoľníkov z obce a podporovateľov, čo prispeje k utužovaniu a nadväzovaniu nových kamarátstiev, vzťahov v komunite a podporí vznik nových nápadov. Takisto sa posilní vzťah k samotnému miestu, prostrediu, ale aj obci. Keďže obec patrí k satelitným obciam, vnímame silnú potrebu vytiahnuť ľudí spoza múrov a vziať ich do komunitného života. Týmto spôsobom dobrovoľnícky zapojíme viac ako 150 ľudí.

Úžitok z realizácie aktivít budú mať ženy a muži rôzneho veku, rodiny s malými deťmi, aktívni seniori – cyklisti, bežci, chodci, rybári smerujúci na breh Malého Dunaja, ale i hmyz či vtáctvo, ktoré preletí a usadí sa v 120 stromoch. Rok 2020 ukázal, ako dôležité sú parky, lúky, záhrady, mestské lesy, hrádze, ale aj cyklotrasy. Uzavretie komerčných priestorov podčiarklo dôležitosť prírody a prírodných lokalít a upriamilo pozornosť na dostupnosť činností a športových aktivít, ktoré je možné skupinovo vykonávať v exteriéri. Takto oslovíme cca 10 000 ľudí ročne.

07 Merateľné ukazovatele

Zamyslite sa, aké konkrétne ciele chcete svojimi aktivitami dosiahnuť a ako chcete definovaný problém zmierniť či odstrániť. Definujte si kvantitatívne a kvalitatívne indikátory. Pomôžu vám sledovať, ako sa vám pri realizácii projektu darí. Pri každej aktivite si stanovte reálne indikátory, ktoré vám pomôžu sledovať, či sa vám cieľ podarilo naplniť, tiež si určite metódu, ako tieto indikátory budete sledovať. Pamätajte na to, že ak budete úspešný a projekt bude podporený, tieto indikátory budete sledovať vy aj donor.

Dobrá rada: tu platí ešte viac ako na iných miestach – stanovte si čo najreálnejšie ukazovatele. Nenadhodnocujte to, čo môžete dosiahnuť, ale uvažujte triezvo. Prí vysoké ciele môže byť veľmi ťažké naplniť.

Kvantitatívne ciele vyjadrujú presne merateľné charakteristiky, ktoré je možné vyjadriť konkrétnym číslom.

Príklad:

Občianske združenie chce podporiť rozvoj komunitného života v meste prostredníctvom dobrovoľníckych aktivít, akými sú maľovanie hier a kreatívnych motívov na chodníky v záhrade mestskej knižnice. Tiež chce podporiť vytvorenie umeleckého diela – murálnej maľby spojenej s názvom ulice, kde sa bude maľba nachádzať.

Vytvorenie murálnej nástennej maľby o veľkosti 6 m².

Namaľovanie hier a kreatívnych motívov na minimálne 4 ihriskách, resp. chodníkoch.

Minimálne 10 novozapojených mladých dobrovoľníkov.

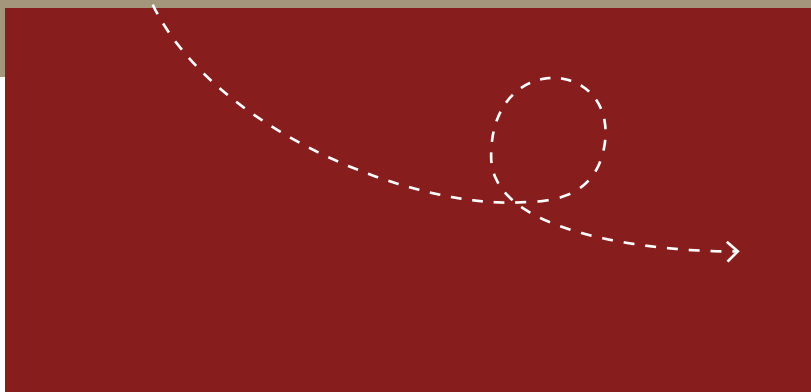
15 dobrovoľníkov zapojených do aktivít združenia v minulosti.

Minimálne 5 nových členov mládežníckeho parlamentu, ako prejav aktivizmu mladých ľudí.

3 články v lokálnych novinách o realizácii projektu.

3- 5 rôznych príspevkov na našich sociálnych sieťach.

Kvalitatívne indikátory hovoria o zmene stavu, ktorý nie je možné úplne presne číselne vyjadriť. Preto sú náročnejšie na hodnotenie. Metód na meranie je viac: pozorovanie, štruktúrovaný individuálny či skupinový rozhovor, rôzne typy prieskumov, online dotazníkov... Napr. kvalitatívny indikátor je skrášlenie verejného priestoru na miestnom sídlisku, čo môže dokladovať fotografia pred realizáciou a fotografia po realizácii projektu. Pri vymenovaní kvalitatívnych indikátorov myslíte vopred na to, akým spôsobom donorovi dokážete, že daný indikátor bol naplnený. Ak si to donor nevyžaduje priamo vo formulári, stanovte si kvalitatívne indikátory aspoň interne v rámci tímu.



Príklad:

Zmienené občianske združenie si zvolilo takéto kvantitatívne indikátory:

Skrášlenie verejného priestoru na miestnom sídlisku.

Šírenie povedomia o graffiti ako o umení medzi miestnou komunitou ľudí.

Šírenie povedomia o dobrovoľníctve ako o zmysluplnej aktivite/činnosti a motivácii mladých ľudí.

Prehlbovanie spolupráce medzi inými subjektmi v našom meste (mestská knižnica, mládežnícky parlament, dobrovoľnícke centrum, miestni umelci a aktivisti).

Zvyšovanie participácie mladých ľudí na verejných veciach, zapájanie sa do verejnoprospešných aktivít.

Šírenie povedomia o činnosti našej organizácie a informovanie občanov nášho mesta a okolia aj o tom, že v meste fungujeme ako Informačné centrum mladých a poskytujeme poradenstvo a služby.

08 Časový plán

V grantovej výzve je vždy presne uvedené obdobie, odkedy dokedy je možné aktivity realizovať. Všetky aktivity plánujte len v tomto období. Ak sú v projekte naplánované aktivity mimo deklarovaného obdobia, projekt nebude podporený, pretože nespĺňa základné požiadavky.

Pri vytváraní časového plánu aktivít sa zamerajte na konečné termíny výsledkov a tiež na míľniky, teda dôležité udalosti v procese realizácie projektu.

Dobré načasovanie aktivít realizáciu projektu uľahčujú a, naopak, zlé načasovanie marí investované úsilie. Pri plánovaní nezabudnite zohľadniť časové špecifiká svojej cieľovej skupiny alebo skupín. Napríklad, ak realizujete projekt so žiakmi základných či stredných škôl, dajte pozor na rôzne špecifické termíny – Testovanie 5 a 9, lyžiarske výcviky, školy v prírode, polročné písomky, koncoročné písomky. Ak máte naplánované dobrovoľnícko-komunitné aktivity, nevhodným obdobím sú prázdniny, keď je väčšina dospelých s deťmi na dovolenkách a je náročné nájsť vhodný termín na iné spoločné aktivity.

Donori často na grantové výzvy využívajú finančné prostriedky asigované z 2 % podielu zaplatenej dane, na ktoré sa viažu presné pravidlá. Kontrola ich použitia nie je len zo strany donora, ale aj Ministerstva financií – Finančnej správy. Z toho dôvodu nie je možné podporené aktivity posúvať mimo daný časový rámec.

Výnimočným prípadom sú nepredvídateľné spoločenské udalosti, ako je pandémia COVID-19, na čo legislatíva primerane reaguje. V roku 2020 bola zákonom predĺžená možnosť čerpať finančné prostriedky o jeden rok. Týka sa to finančných prostriedkov prijatých v rokoch 2020 a 2021 (Zákon č. 67/2020 Z. z. o niektorých mimoriadnych opatreniach vo finančnej oblasti v súvislosti so šírením nebezpečnej nákazlivej ľudskej choroby COVID-19, § 24).

Príklad:

Časový plán a popis aktivít projektu
Začiatok realizácie 23. 7. 2021
Dátum ukončenia 15. 11. 2021

Prehľad kľúčových aktivít pre dosiahnutie cieľov
rozpísaných v jednotlivých mesiacoch

ČASOVÝ PLÁN		AKTIVITA
Od 7-2021	Do 9-2021	Finalizácia interiéru ekologického a komunitného centra BÚDA: finálne práce, nákup zariadenia, umiestnenie zariadenia
Od 7-2021	Do 9-2021	Finalizácia exteriéru ekologického a komunitného centra BÚDA: finálne práce na terase, umiestnenie terasových stĺpov, realizácia zastrešenia a osvetlenia, nákup a umiestnenie mobiliáru
Od 9-2021	Do 9-2021	Otvorenie, spustenie a prevádzkovanie ekologického a komunitného centra BÚDA v centre mesta Žiar nad Hronom
Od 9-2021	Do 11-2021	Organizácia swapu – výmeny oblečenia; organizácia zbierky oblečenia, látok a iného materiálu na šitie; organizácia komunitného stretnutia Páračky – workshop, prednáška, diskusia, premietanie, výstava...
Od 10-2021	Do 10-2021	Spustenie upcyklingovej komunitnej dielne Zašívareň
Od 10-2021	Do 10-2021	Vytvorenie miesta na stretávanie miestnej komunity, slúžiace na oddych
Od 10-2021	Do 10-2021	Spustenie verejnej SKRINE umiestnenej do vonkajšieho priestoru na zadnej terase

09 Udržateľnosť výsledkov projektu po jeho skončení

Každý donor má záujem, aby výsledky, ktoré boli z projektu zafinancované, boli funkčné aj v budúcnosti.

„*Ak napríklad revitalizujete verejný priestor, napíšte, aké aktivity plánujete do budúcnosti zabezpečovať preto, aby verejný priestor ostal funkčný. Môže to byť vyzbieranie odpadu dvakrát do roka, natretie lavičiek po zime či dohoda so samosprávou o výmene zničených prvkov.*“



10 Rozpočet

Základom dobre vypracovaného rozpočtu je úzke prepojenie plánovaných aktivít a položiek rozpočtu. Položky musia byť primerané a zmysluplné vo vzťahu k aktivitám a výstupom projektu. Vypracujte si zoznam finančných nákladov na každú aktivitu, ktorú uvádzate v projekte. Jednotlivé položky rozmeňte na drobné, neuvádzajte ich vo všeobecných kategóriách ako napríklad materiálové vybavenie, rozpište ich jednotlivo.

V grantovej výzve je vždy uvedené, na aké položky rozpočtu môžete žiadať finančné prostriedky a aké náklady nebudú z grantového programu podporované. Žiadať podporu na tieto položky nemá zmysel, pri žiadnom type odôvodnení zo strany žiadateľa nebude takýto projekt podporený.

Nežiadajte financie iba na jednu rozpočtovú položku, ale na viacero. Ak by boli jednotlivé rozpočty znižované, môže sa stať, že dostanete peniaze len na niektoré položky. Dôležité je zdôvodnenie jednotlivých položiek – napíšte vždy čo najpodrobnejšie, prečo je pre realizáciu projektu táto položka podstatná. Dobré zdôvodnenie jednotlivých položiek vám opäť pomôže pri prípadnom znižovaní rozpočtu. Hodnotiteľka/hodnotiteľ si tak lepšie overí, či je možné financie na projekt znížiť alebo nie.

Náklady na rozpočtové položky neodhadujte, ale overte si ich podľa reálnych cien, aj keď len prostredníctvom online prieskumu. **Pri projektoch sa hodnotí aj efektívnosť vynaložených finančných prostriedkov** vzhľadom k výstupom. Je dobré mať presnú predstavu o jednotkových cenách. Myslite na to, že hodnotiteľky a hodnotitelia si môžu podobné projekty porovnať. **Majte na pamäti, že rozpočet bude pre vás záväzný a v prípade podpory projektu budete musieť dokladovať prvotné a druhotné účtovné doklady**, t. j. sken faktúry, zmluvy alebo poklad-

ničného bloku a doklady o ich úhrade, ako aj príjmový a výdavkový pokladničný doklad.

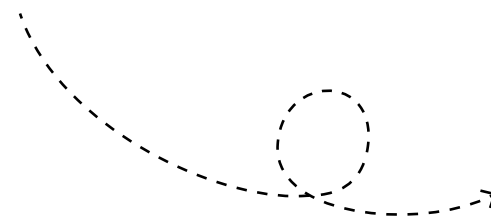


Väčšina grantov nepokrýva 100 % nákladov projektu.

Rozmyslite a naplánujte si preto aj dofinancovanie a kofinancovanie projektu.

Dofinancovaním projektu rozumieme vlastný finančný a nefinančný vklad organizácie. Pri hodnotení to môže zavážiť, ak je predložených veľa dobrých žiadostí. Hodnotiacia komisia vidí vaše zaniehanie, vieru v aktivity projektu a ochotu dať do toho aj vlastné peniaze organizácie. Nezabudnite, že vlastný vklad môže byť aj nefinančný, napr. dobrovoľnícky odpracované hodiny pri realizácii projektu. Metodiku výpočtu ekonomickej hodnoty dobrovoľníckej práce nájdete tu: Platforma dobrovoľníckych centier a organizácii - Výpočet ekonomickej hodnoty dobrovoľníctva (dobrovolnickecentra.sk)

Ak máte dohodnuté či predhodnuté konfinancovanie projektu od iných donorov (projektový zámer ste predkladali do viacerých grantových výziev), napíšte o tom, prípadne o ich podmienkach, ak sú špecifické, napr. matching, crowdfundingová kampaň...



Príklad premysleného a podrobného rozpočtu:

POLOŽKA	POČET JEDNOTIEK	CENA ZA JEDNOTKU	JEDNOTKY	SPOLU	Z TOHO POŽADOVANÉ
Revitalizácia tradičných nástrojov na pradenie - kolovrátky, praslice	8	100,00 €	ks	800,00 €	800,00 €
Revitalizácia nástrojov na pradenie - vretienko	10	30,00 €	ks	300,00 €	300,00 €
Materiál na pradenie: lan priadny, práce spojené s prípravou	1	300,00 €	ks	300,00 €	0,00 €
Prenájom priestorov na realizáciu víkendových workshopov	6	15,00 €	ks	90,00 €	90,00 €
Odborná práca: mzdové náklady pre lektorov pradenia, tkania	6	100,00 €	ks	600,00 €	600,00 €
Občerstvenie na workshop: tradičná gastronómia	3	100,00 €	ks	300,00 €	300,00 €
Propagácia projektu: banner, pozvánky, plagáty	50	2,00 €	ks	100,00 €	100,00 €
Vyhotovenie videa	1	150,00 €	ks	150,00 €	100,00 €
Výstava kolovrátkov, vernisáž	1	100,00 €	ks	100,00 €	100,00 €
Výstavná sklenená vitrína	2	200,00 €	ks	400,00 €	400,00 €
Bulletin	50	5,00 €	ks	250,00 €	210,00 €

Spolu	Požadovaná suma	Vlastné alebo iné zdroje	Celkové náklady na projekt
	3 000,00 €	390,00 €	3 390,00 €

POLOŽKA	ZDÔVODNENIE
Revitalizácia tradičných nástrojov na pradenie - kolovrátky, praslice	Na pradenie sa v minulosti používali kolovrátky, pre funkčnosť kolovrátky je potrebná praslica. Pre naplnenie cieľov projektu je potrebné zabezpečiť 8 kusov kompletných a funkčných kolovrátkov. Časť financií bude použitá na zreštaurovanie pôvodných kolovrátkov. Budeme dbať na rôznorodosť kolovrátkov a praslíc. Položka je mzdou pre remeselníka, ktorý bude kolovrátky a praslice opravovať.
Revitalizácia nástrojov na pradenie - vretienko	Revitalizácia 10 kusov vretienkov. Tento spôsob spriadania nítí, je už skoro zabudnutý, pretože je pri ňom potrebná väčšia zručnosť človeka. Položka je mzdou pre remeselníka, ktorý bude vretienka opravovať.
Materiál na pradenie: lan priadny, práce spojené s prípravou	Nákup materiálu na pradenie - lanová kúdeľ bude zakúpená od lokálneho spracovávateľa lanu.
Prenájom priestorov na realizáciu víkendových workshopov	Na zrealizovanie víkendových workshopov je potrebné zabezpečiť vhodné priestory. Prenájom v Klube dôchodcov je plánovaný na 2-krát po 3 dni.
Odborná práca: mzdové náklady pre lektorov pradenia, tkania	Pradenie je v súčasnosti jedno zo skoro zabudnutých remesiel. Finančné prostriedky budú použité na mzdové náklady pre lektorskú prácu šiestim priadkam, ktoré budú realizovať ukážky na víkendových workshopoch a vernisáži výstavy.
Občerstvenie na workshop: Tradičná gastronómia	Na dvoch workshopoch a jednej vernisáži výstavy bude zabezpečené tradičné občerstvenie: ťahané štrúdle, kokavské begne a melta káva. Položka je určená na nákup potravín a materiálu, z ktorého ho budú dobrovoľnícky združenia pripravovať.
Propagácia projektu: banner, pozvánky, plagáty	Propagácia projektu bude prebiehať na webovej stránke združenia, sociálnych sieťach v lokálnych médiách. Finančné prostriedky budú použité pre firmu, ktorá zabezpečí grafické spracovanie a tlač PR materiálov.
Vyhotovenie videa	Vytvorenie videa z realizovaných aktivít a dosiahnutých výstupov projektu bude slúžiť na udržateľnosť projektu pri nasledovných aktivitách občianskeho združenia spojených s revitalizáciou tradičného tkáčstva a pradenia. Finančné prostriedky budú použité pre firmu, ktorá zabezpečí celkovú výrobu videa.
Výstava kolovrátkov, vernisáž	Inštalácia výstavy a príprava vernisáže bude realizovaná dobrovoľnícky, členmi a členkami občianskeho združenia. Finančné prostriedky budú použité na odmenu pre moderátora a na technické zabezpečenie vernisáže: ozvučenie.
Výstavná sklenená vitrína	Pre potreby výstavy zakúpime dve sklenené výstavné vitríny na prezentáciu výrobkov, ktoré sú spojené s tradičným pradením. Po skončení výstavy budú vitríny slúžiť pre ďalšie výstavy, ktoré združenie pravidelne organizuje na podporu tradičnej kultúry v regióne Malohont.
Bulletin	Pre návštevníkov výstavy pripravíme tlačný informačný materiál s fotografiami a popisom. Finančné prostriedky budú použité pre firmu, ktorá zabezpečí grafické spracovanie a tlač bulletinu.

11 Prílohy

Na záver predkladania projektu predkladáte prílohy. Ide o dva typy príloh – povinné a nepovinné.

Povinné prílohy sú potrebné na to, aby sme si overili informácie o organizácii. Ide o skeny dokumentov:

- (1) **štatút, stanovy, resp. zakladacia listina;**
- (2) **potvrdenie o pridelení IČO;**
- (3) **dekrét – menovanie štatutárneho zástupcu;**
- (4) **potvrdenie o vedení bankového účtu organizácie.**

Zaujímavejšie sú **nepovinné prílohy**. Ide o dokumenty či audiovizuálne záznamy, ktoré môžu pomôcť pri hodnotení žiadosti. Predložiť môžete link na videoreportáž, kde sa hovorí o vašej činnosti, alebo môžete sami natočiť krátke video pre donora, v ktorom uvediete najsilnejší argument, prečo by mali podporiť práve vás. Ak sú relevantné fotografie, napr. dokumentácia toho, ako vyzerá priestor, ktorý sa chystáte v projekte revitalizovať či rekonštruovať, určite to pri hodnotení pomôže získať lepšiu predstavu.

Nezabudnite predložiť potrebné povolenia, licencie či súhlasy vlastníkov, ak plánujete realizovať aktivity, pri ktorých sú potrebné.

Ak máte uzavreté partnerstvá s inými organizáciami, priložte Zmluvu o spolupráci či Memorandum.

12 Pozrite sa na projekt očami hodnotiacej komisie

Hodnotiteľky a hodnotitelia sú expertky a experti vo vyhlásenej téme grantového programu a často majú priame dlhodobé skúsenosti s realizáciou takéhoto typu projektov. U hodnotiacej komisie vždy vylučujeme konflikt záujmov.

V grantovej výzve sú popísané aj kritériá posudzovania, na základe ktorých hodnotiteľky a hodnotitelia projekty posudzujú a škálujú. Tieto kritériá sú vo výzve jasne pomenované, preto uvažujte nad svojím projektom aj z pohľadu týchto kritérií. Napríklad ak donor deklaruje podporu dobrovoľníctva, treba sa pozrieť na to, či máte uvedené, ako budete projekt realizovať – to znamená počet zapojených dobrovoľníkov, na konkrétne akých aktivitách sa budú podieľať dobrovoľníci, na ktoré aktivity treba zaplatiť firmu a prečo, odhad počtu predpokladaných odpracovaných hodín. Prípadne ak má vaša organizácia značku kvality manažmentu dobrovoľníkov a dobrovoľníčok, je dobré to uviesť v žiadosti.

Hodnotiteľka či hodnotiteľ v jednom grantovom programe číta a hodnotí približne 50 projektov. Počas cca 2 týždňov komisia hodnotí podľa vopred zverejnených kritérií predložené žiadosti. Každé hodnotiace kritérium má rôznu váhu a je mu pridelený určitý počet bodov. Takto je obodovaný každý projekt spĺňajúci kritériá programu. Pri sčítaní celkového počtu bodov je určená bodová hranica, nad ktorú sú projekty podporiteľné a pod ktorou už nie.

Po tomto hodnotení nasleduje moderované diskusné stretnutie hodnotiteľiek a hodnotiteľov. Výber projektov,



ktoré sú podporené, je realizovaný diskusiou so snahou o objektivizáciu prostredníctvom kolektívneho, nezávislého, transparentného a expertného zboru hodnotiteľiek a hodnotiteľov. Finálnu podporu projektov schvaľuje správna rada donora.

Hodnotenie projektov prebieha len na základe toho, čo do nich napíšete, o čom všetkom nám dáte vedieť. Niekedy sa nepodporení žiadatelia pýtajú, prečo ich projekt podporu nezískal. Informujeme ich vtedy o výške bodov, ktoré pri hodnotení získali, a za ktoré kritériá mali viac či menej bodov. Keď zistia, že v niektorej oblasti získali málo bodov, začnú vysvetľovať ako svoj zámer mysleli. Pri takejto komunikácii často hovoria: „Ved' to je jasné, načo by sme to tam písali.“ Preto ešte raz: Hodnotiacia komisia hodnotí iba to, čo napísané je, nie to, čo si domýšľa či predpokladá.

Písanie projektu je založené na kvalitnom opise vášho zámeru a aktivít, nie je minimalistickou záležitosťou. Preto upozorňujeme, že ak žiadateľ napíše do každej oblasti iba jednu vetu, na 100 % podporený nebude.

13 Skúška správnosti

Na záver si môžete urobiť akúsi skúšku správnosti: Dajte svoj projekt prečítať niekomu, kto s vami nespolupracuje, máte s ním dobrý vzťah, ale vie vám kriticky povedať, čo si myslí. Môže to byť napr. suseda alebo 15-ročná dcéra, ktorá vám dá úprimnú spätnú väzbu. Otázky, ktoré by mala po prečítaní projektu vedieť zodpovedať, sú:

Je ti jasné, čo chceme robiť a prečo?

Rozumieš, o čom píšem?

Sú plánované aktivity pochopiteľné, zaujímavé?

Čo si si z projektu zapamätala?

Čo bude jeho výsledkom?

Zapojila by si sa do toho ty s kamarátmi?

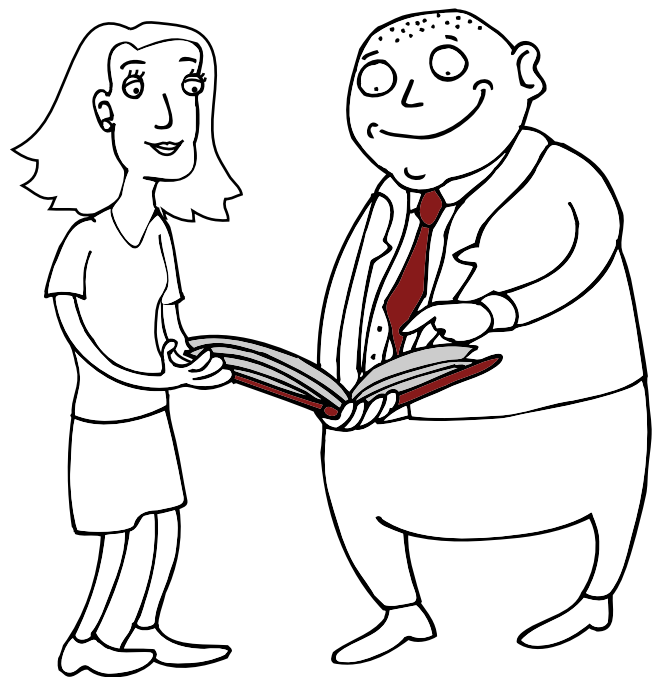
Uvedomujeme si, že napísať projekt nie je jednoduchá vec, jeho príprava a premyslenie všetkých naväzujúcich aktivít, cieľov a výstupov sú náročné na čas a energiu. Zvyčajne je to dobrovoľnícka práca jednotlivca, ktorá je tak trochu vabank, dopredu si nikto nie je istý, či bude alebo nebude podporený. Je nutné sa vopred vnútorne rozhodnúť, či sa na to predkladateľ podujme. Vážime si každého, kto sa pustí do prípravy projektu s dobrým úmyslom priniesť pozitívnu zmenu do komunity alebo spoločnosti.

Radi vám pomôžeme, aby bol váš projekt napísaný čo najlepšie, preto poskytujeme osobné, mailové alebo telefónické konzultácie. Záleží nám na tom, aby boli dobré myšlienky vypočítané a získali finančnú podporu. Nenechávajte

si tieto konzultácie na poslednú chvíľu, ak sa pýtate na strategické veci v projekte, tak v deň uzávierky už nestihnete žiadosť napísať. EGRANT je elektronický systém, ktorý uzavrie možnosť predložiť projekt v deň uzávierky o 24:00 hod.

Písanie grantu možno prirovnať k výšivke. Každý v prvej polovici vyšívania vidí lícovú stranu a v druhej polovici rub. Lícová strana je o entuziazme, plánovaní, vidine výborného výsledku projektu. Rub nie je taký krásny, ale je poučnejší, pretože dáva možnosť vidieť, ako sú nite vzájomne prepletené. Pri písaní je rub o logickom prepájaní a nadväznosti cieľov na aktivity a výstupy projektu s viazanosťou na rozpočet.

Prajeme vám veľa šťastia, aby ste zažili radosť pri oznámení o podporení projektu. Hlavne preto, že paradox šťastia spočíva v tom, že vzniká ako vedľajší produkt niečoho iného. Niečoho, čo pohltí celú našu energiu a vyžaduje všetky naše schopnosti. Tak prečo nie pri tejto aktivite?





www.cpf.sk

