

Mladi i njihova zajednica

Nakladnik

Organizacija za građanske inicijative, Ured Drniš



Kralja Zvonimira 10, 22 320 Drniš
Tel./fax: 022 888 606; 022 888 – 607
E-mail: ogi2@si.t-com.hr
Web stranica: www.ogi.hr

Za nakladnika

Aleksandra Janjić, dipl. iur. - razvojna direktorica OGI-a

Priprema i tisak:

Grafika, Osijek



Tiskanje ove publikacije omogućeno je temeljem financijske potpore Ministarstva obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti u skladu s Ugovorom broj: _____. Mišljenja izražena u ovoj publikaciji su mišljenja autora i ne izražavaju nužno stajalište Ministarstva obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti.

Mladi i njihova zajednica

Drniš, rujan 2007.

PREDGOVOR

Uloga mladih u razvoju svake zajednice je velika. Oni predstavljaju budućnost svake zajednice i aktivni mladi su preduvjet njenog uspješnog razvoja. Nažalost, veliki broj mladih se ne vraća u male zajednice kojima je njihova pomoć najpotrebnija. Razlozi tome su prije svega ekonomske prirode jer veći gradovi pružaju veću mogućnost zapošljavanja i napredovanja u poslu. Mnogim manjim sredinama prijeti izumiranje te je velika odgovornost na svima nama da osiguramo ostanak mladih i u malim siromašnim zajednicama.

Ovaj priručnik namijenjen je prije svega učenicima srednjih škola, koji se tek spremaju na odlazak na školovanje u veće gradove. Želja nam je pokazati da i u malim zajednicama mogu puno toga učiniti. Priručnik sadrži osnovna znanja i vještine koja su potrebna svakom aktivnom građaninu da pokrene pozitivne društvene promjene.

Osim edukativnog karaktera željeli smo i motivirati sve one koji žele nešto učiniti u svojoj zajednici. Poglavlja o timskom radu, volonterizmu, prikupljanju sredstava, mobiliziranu lokalnih resursa, upravljanju projektom te mobiliziranju zajednice daju odgovore na sva ona pitanja koja su jednom mladom čovjeku potrebna da promijeni svoju okolinu i učini je privlačnom za življenje sebi i ostalim članovima zajednice.

Mi ne želimo rješavati probleme mladih u njihovo ime i definirati njihove potrebe, već želimo osposobiti mlade da oni uzmu budućnost u svoje ruke i hrabro krenu u rješavanje postojećih problema. Vjerujemo da će mnogi od njih u tome i uspjeti.

Aleksandra Janjić, dipl. iur.

MOBILIZIRANJE I ORGANIZIRANJE ZAJEDNICE



Što je organiziranje zajednice?

- Zajedničko djelovanje članova zajednice ka postizanju promjene,
- Sustavno provođenje procjene potreba, strateškog planiranja, te mobilizacije građana u svrhu razvoja zajednice.

Procjena potreba:

Prvi korak u mobilizaciji ljudi u nekoj zajednici – slika o potrebama, stanju javnog i profitnog sektora te resursima u zajednici

Načini provođenja procjene potreba:

- razgovor sa članovima lokalne zajednice – intervju;
- popunjavanje upitnika – anketa;
- korištenje službenih podataka – iz knjižnice, statističkih ureda, medija.

Klasični obrazac socijalnog rada:

- socijalni radnik zna bolje od korisnika što je za njih bolje,
- organizacija pruža pomoć korisnicima,
- korisnici su pasivni primatelji pomoći,
- model polazi od slabosti i nedostataka određene zajednice,
- agencija i socijalni radnik se doživljavaju kao stranci,
- ne uključuju se lokalni ljudi u rad na rješavanju problema.

P. Freire uveo je novi proces međusobnog podučavanja članova zajednice.

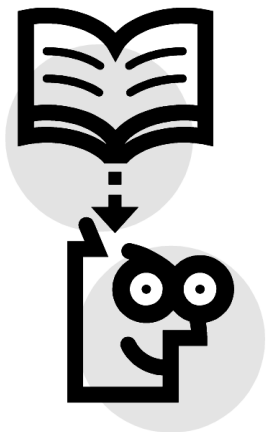


Suvremeni obrazac socijalnog rada

- socijalni radnik ne zna koje su potrebe lokalnih stanovnika – provodi procjenu potreba, uči od zajednice,
- organizacija pomaže korisnicima da učine nešto za sebe
- korisnici su aktivni sudionici promjene – samopomoć i samoorganiziranje,
- polazi od jakosti i snaga koje postoje u zajednici,
- agencija i socijalni radnik postaju članovi zajednice,
- agencija uključuje lokalne ljude u svoj rad.

Cilj organiziranja zajednice:

- riješiti poteškoću u zajednici,
- razviti i osnažiti samu zajednicu.



CIVILNO DRUŠTVO

Građanin - državljanin koji uživa jednaka prava bez obzira na nacionalnu i rasnu pripadnost, ekonomski status, spol i ostale fizičke ili društvene razlike.

Društvo – organizirana zajednica ljudi koji žive na istom prostoru i sudjeluju u zajedničkoj kulturi, a povezani su gospodarskim aktivnostima i mnogim drugim zajedničkim djelovanjima.

Država – sustav strogo formalnih političkih institucija koji je uspostavio stabilnu vlast na određenom teritoriju, a kojeg podržava pravni sustav i zakoni sa isključivim pravom na upotrebu sile u obliku vojske i policije.

Civilno društvo:

Treći sektor u građanskom društvu (uz javni i profitni sektor).

NAČELO SUPSIDIJARNOSTI

Povezano sa socijalnim učenjem Katoličke crkve (papinska enciklika "Rerum novarum" iz 1891.)

"Lokalne zajednice bi uvijek trebale djelovati prve. Organizirane više zajednice bi se trebale uključiti samo onda kada lokalna zajednica nije u mogućnosti ispuniti svoje odgovornosti".

Temeljni principi na kojima djeluje civilno društvo:

- opće dobro,
- samoinicijativa građana,
- dragovoljnost.

Nevladine organizacije:

Organizacije koje ne osniva država (vlast), već subjekti društva.

Osnovne značajke NVO-a:

- građanska inicijativa za njihovo osnivanje,
- entuzijazam i dobrovoljnost,
- nema strogih formalnih uvjeta pristupa članova u organizaciju,
- transfunkcionalnost – članstvo šaroliko,
- javni karakter,
- djeluju bez ideologije,
- tematska organiziranost,
- neprofitni karakter,
- primarno društvene, a ne političke,
- spontanost djelovanja,
- diskontinuirani karakter,
- specifične vrijednosti.



STRATEŠKO PLANIRANJE

Zašto planiramo?

- planiranjem se bavimo svakodnevno,
- svakodnevno nešto planiramo - kako ćemo doći do posla, što ćemo raditi u slobodno vrijeme, gdje ćemo na ljetovanje i sl.
- planiranje je bitno stoga što na taj način definiramo naš cilj te određujemo najlakši način kako doći do njega, točno određuje ciljeve i načine na koje ćemo ih postići,
- štedi vrijeme i novac,
- omogućuje nam da unaprijed predvidimo sve zapreke te da kontroliramo situaciju oko nas,
- ukoliko djelujemo u okviru unaprijed donijetih planova, okolina će nas ozbiljnije shvaćati.

Dva najčešća načina planiranja:

- strateško planiranje
- plan aktivnosti



Strateško planiranje

- Strateški plan je proces odlučivanja o putu i mjestu na kojem će organizacija biti u budućnosti.
- Strateški plan je postupak određivanja odredišta, ispitivanja područja kroz koja se morate kretati, biranja jednog izravnog puta, izbjegavanja zapreka te pravovremeno razmišljanje o zaprekama.

Strateško planiranje se obično izrađuje za razdoblje od tri do pet godina iako se u situacijama kada su društvene promjene češće može izraditi i za razdoblje od godinu dana.

Koraci u izradi strateškog plana:

1. Određivanje vizije i misije:

Vizija nije ništa drugo nego naša zajednička slika budućnosti, promjena u svijetu koju želimo postići. Vizija treba biti značajna i velika, ali i realna da bi ljudi u nju vjerovali.

Za razliku od vizije koja nije obavezna, misiju mora imati svaka organizacija. Misija odgovara na pitanje zašto postojimo. Ona mora odgovoriti na pitanje koji je krajnji rezultat kojem težimo, za koga je taj rezultat, koje su metode za njegovu realizaciju.

2. Analiza okruženja :

SWOT analiza

- Na osnovu ove analize određujemo koje su naše trenutne jakosti i slabosti, kao i koje mogućnosti i opasnosti postoje u našem okruženju

- *S – jakosti organizacije (ono što radimo dobro)*
- *W – slabosti organizacije (što možemo poboljšati)*
- *O – mogućnosti u okruženju
(koje mogućnosti postoje u okruženju u kojem djelujemo)*
- *T – opasnosti u okruženju.*

Određujemo ih kroz:

P – političke čimbenike – kakva je politička situacija,

E – ekonomske čimbenike – kakva je ekonomska situacija,

S – socijalne čimbenike – kako se društvo odnosi prema nama,

T – tehnološke čimbenike – infrastruktura, položaj i sl.

3. Analiza saveznika/dionika

- određujemo tko će provesti naše aktivnosti,
- određujemo tko će ih podržati,
- određujemo tko će to sve dopustiti,
- određujemo tko će to pokušati zaustaviti.

4. Određivanje strategije

Postoji nekoliko načina određivanja strategije djelovanja, a to su:

- pristup scenariju – određivanje više scenarija u budućnosti te odabir najpovoljnijeg,
- pristup kritičnim pitanjima – postavljanje i formuliranje pitanja, određivanje njihovog redoslijeda te davanje odgovora na pitanja,

- pristup strateškom cilju – najčešći način, a određuje se tako da se postavite strateški ciljevi te se određuju strategije za njihovo postizanje,
- često se pristup strateškom cilju kombinira sa pristupom kritičnih pitanja,
- kada smo definirali ciljeve za pojedina strateška područja tada pristupamo definiranju aktivnosti za postizanje pojedinih ciljeva.

5. Izrada konačnog dokumenta

Strateški plan je dokument koji osim navedenog sadrži i:

- operativni plan za kraći period,
- analizu naših ljudskih resursa,
- godišnje budžete,
- druge podatke i priloge.

PLAN AKTIVNOSTI

Plan aktivnosti sadrži odgovore na slijedeća pitanja:

- kada određena aktivnost počinje i završava,
- tko je odgovoran i tko provodi zadatke,
- kako se zadatak ostvaruje,
- koliki su troškovi.

Primjer plana aktivnosti

Aktivnost	Mjesec 1	Mjesec 2	Mjesec 3	Mjesec 4	Odgovorna osoba	Troškovi
Aktivnost 1					Osoba 1 Osoba 2	\$
Aktivnost 2					Osoba 2 Osoba 3	\$
Aktivnost 3					Osoba 1 Osoba 3	\$
Aktivnost 4					Osoba 2	\$

VOLONTIRANJE

Volonterski rad – neplaćeni slobodno izabrani rad koji se obavlja unutar različitih organizacija, institucija i drugih organiziranih oblika u društvu, a osobe koje izvršavaju te zadatke ne ovise o njima za vlastito uzdržavanje.

Što motivira ljude da volontiraju

- 1) Vrijednosti – pomagati ljudima,
- 2) Razumijevanje – razumijevanje ljudi kojima pomažu,
- 3) Karijera,
- 4) Društvo – novi kontakti,
- 5) Poštovanje – samopoštovanje,
- 6) Zaštita – bijeg od osamljenosti, krivnje.



Prava volontera

- imati nekoga s kime može pričati o poslu, biti cijenjen i pohvaljen, znati što se od njih očekuje i kome su odgovorni, imati potrebne informacije o poslu i organizaciji, dobiti nešto za sebe iz posla, moći reći NE, znati kako su odabrani, znati koja su im prava ako pođe po krivu, ne biti bez novca, primiti poduku, razvijati se, biti dio tima, imati sigurne uvjete rada.

Obveze volontera

- pouzdano i predano obaviti posao,
- zadovoljiti standarde organizacije,
- završiti dogovorene projekte,
- obaviti posao u skladu s ciljevima i vrijednostima organizacije,
- obavijestiti u slučaju nedolaska ili kašnjenja,
- tražiti podršku ako se javi problem,
- prisustvovati treninzima,
- prihvatiti konstruktivne komentare,

- dati feedback/povratnu informaciju,
- poštivati povjerljivost,
- poštivati tuđa prava.



TIMSKI RAD

Tim je određena grupa ljudi koja ima zajednički cilj, dogovara se o načinima na koji će ga postići i zajednički snose odgovornost.

SNAGA tima je u njegovoj različitosti:

- usklađuju aktivnosti različitih ljudi,
- izvršavaju različite zadatke,
- međusobno se nadopunjavaju,
- podjela zadataka na način da se koristi pojedinačna snaga članova.

VRSTE TIMOVA

1. za rješavanje problema – dok problem postoji,
2. širokofunkcionalni – za velike organizacije,
3. samovođeni timovi – za male organizacije, nema velike hijerarhije, lider se mijenja, svi se slažu oko cilja.

KOMUNIKACIJA

- vodoravna – sastanci, zapisnici,
- okomita.

PODJELA ULOGA U TIMU

1

Prema radnim zadacima:

- upravljanje
- rukovođenje
- evaluacija

2

vođa – gleda budućnost, autoritet, drugi ih slijede,

osoba iz sjene – utječu na vođe i njegove odluke, ali se ne žele dokazivati, a ponekad su i manipulatori,

“crne ovce” – često se okrivljavaju za neuspjehe (ponekad opravdano, ponekad ne...),

ustrajni radnik – izvršavaju zadatke za koje drugi nemaju strpljenja ili energije,

inovatori/inicijatori – imaju sposobnosti za inovacije, preuzimaju rizike i nove dužnosti – važni, bez njih neki projekti nikada ne bi nastali,

kritičari – korigiraju ih, realni, kritički stavovi

Zadatak za vas:

Pogledajte sliku i razmislite o važnosti timskog rada.



PRIKUPLJANJE SREDSTAVA

Fundraising – friendraising (prikupljanje sredstava je ujedno i stvaranje novih prijateljskih odnosa, to je prije svega odnos među ljudima)

Definicija:

Prenošenje podataka na zanimljiv i privlačan način o onome što udruga radi ili namjerava raditi sa svrhom okupljanja ljudi koji žele i mogu financijski podupirati vašu udrugu.

Temeljna načela prikupljanja sredstava

- 1) morate tražiti – mnogi daju kada ih se pita,
- 2) poznavati što ljude motivira da daju (nisu to samo porezne olakšice),
- 3) postoji tradicija davanja,
- 4) otkriti što motivira donatora,
- 5) prikupljanje sredstava je posao za ljude,
- 6) dobri odnosi s javnošću,
- 7) dugoročni angažmani (recite hvala, redovito izvještavajte, podijelite zamisli, pozovite ih u posjet, organizirajte sastanke sa zaposlenicima, članovima, volonterima),
- 8) budite odgovorni,
- 9) razvijajte partnerske odnose.



Metode prikupljanja sredstava

Telemarketing – telefonski pozivi građanima koje obavljaju obučene osobe prema unaprijed pripremljenom scenariju, -prethodnica prikupljanju od vrata do vrata

Od vrata do vrata – komunikativne osobe, obavezna identifikacijska isprava, dobro akciju najaviti u medijima

Prikupljanje na ulici – štandovi, zahvalnice, poklončići

Direktna pošta – slanje minimalno 200 pisama, nakon toga potrebno redovito informirati o radu udruge

Oglasi u medijima – dirljivi članci koji pozivaju na darivanje

Prikupljanje u trgovačkim centrima i javnim ustanovama – postavljanje kutija u koje ljudi ubacuju novac ili namirnice

Prikupljanje novca od putnika – npr. u avionima

Nasljedstva

Članarina

Organiziranje posebnih događanja

Prikupljanje sredstava je vještina – nije prošnja.

DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO I MOBILIZIRANJE LOKALNIH RESURSA

Društveno odgovorno poslovanje:

koncept prema kojem poduzeća na dobrovoljnom principu integri-
raju brigu za društvena pitanja i zaštitu okoliša u svoje poslovne aktiv-
nosti i odnose s vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima,
dobavljačima, vladom, medijima i širom javnošću (def. u Smjernicama
za politiku društvene odgovornosti poduzeća EU).

Tri dominantna područja DOP-a:

- ulaganja u tehnologiju i sustave upravljanja koji pogoduju zaštiti okoliša,
- ulaganje u razvoj ljudskih potencijala,
- ulaganja u lokalni i društveni razvoj donacijama lokalnim udrugama građana i javnim ustanovama (skrb za djecu, bolesne i nemoćne).

Motivi davanja:

- društvena i moralna odgovornost,
- dugoročni zajednički interesi,
- izravni poslovni interesi.

Što su poduzeća voljna poduprijeti:

- važni lokalni projekti,
- prestižni umjetnički i kulturni događaji,
- sportske priredbe i natjecanja,
- aktivnosti povezane s njihovim proizvodima,
- projekti gospodarskog razvoja,
- projekti koje podupiru ugledne osobe.

Vrste davanja:

- donacije – poduzeće ne dobiva ništa osim zahvale i priznanja,
- sponzorstva – poduzeće putem sponzorstva očekuje vlastitu promociju.

MOBILIZIRANJE LOKALNIH IZVORA POTPORE

Lokalni izvori potpore su svaki doprinos koji dolazi iz lokalne zajednice i pomaže provedbu aktivnosti, projekata i programa.

Oblici potpore:

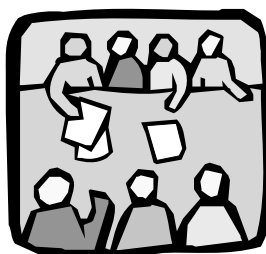
- donacije u novcu – lokalnih vlasti, tvrtki, drugih organizacija ili donacije građana,
- donacije u naturi – davanje opreme, uredskog materijala, automobila, hrane i pića,
- intelektualne usluge – savjetovanja ili usluge različitih stručnjaka,
- davanje prostora za provedbu različitih aktivnosti,
- volonterski rad građana.

Zašto su bitni lokalni izvori potpore:

- osiguranje održivosti – aktivnosti ne žive od projekta do projekta,
- neovisnosti – zajednica oblikuje svoje aktivnosti bez utjecaja izvana.

Tko sve daje:

- građani,
- lokalna vlast,
- poduzetnici.



UPRAVLJANJE PROJEKTNIM CIKLUSOM

Upravljanje projektnim ciklusom ili *Project Cycle Management* pomaže učinkovitijem planiranju i provedbi projekata. Ovaj skup alata omogućuje da se projekti zasnivaju na boljoj analizi situacije, da imaju mjerljive rezultate, naglašava uključenost korisnika u cijelom procesu te usmjerava na održivost projekta. Sveobuhvatnoj analizi situacije i oblikovanju i vođenju projekta pomaže logička matrica (*logframe*) kao glavni alat pri upravljanju projektnim ciklusom.

Prema Europskoj komisiji projektni ciklus se sastoji od 5 faza:

1) Programiranje

Programiranje obuhvaća analizu situacije na nacionalnoj i sektorskoj razini. U ovoj fazi se definiraju prioritete te se određuju programski okviri unutar kojih se mogu pripremati pojedini projekti (dokumenti u ovoj fazi su upute aplikantima i poziv na dostavu prijedloga projekata).

2) Identificiranje

Ovu fazu karakterizira prepoznavanje ideja za buduće projekte, a uključuje i konzultacije s korisnicima te vodi računa o mogućnostima za rješavanje pojedinih problema.

3) Formuliranje

Ovu fazu karakterizira izrada detaljnog projekta (ciljeva, definiranje korisnika, aktivnosti, partnera, monitoringa i evaluacije, izrada proračuna).

4) Implementacija (provedba)

Tijekom implementacije projektni tim, u okviru unaprijed predviđenog plana provedbe, realizira projektne rezultate i ciljeve. Također se treba definirati i način monitoringa (praćenja) o napredovanju projekta.

5) Evaluacija (vrednovanje)

U ovoj fazi se definira što se s projektom postiglo. Bitno je da se rezultati ove faze, kao i rezultati svake evaluacije, koriste pri planiranju i izradi budućih projekata. Može biti vanjska i unutarnja te kvalitativna i kvantitativna.

ANALIZA SITUACIJE

Analiza situacije nam omogućava da steknemo uvid u postojeću situaciju kao i definiranje slike buduće situacije te strategije koja će do nje dovesti. Da bi projekt bio ozbiljno osmišljen potrebno je napraviti detaljnu procjenu okruženja, ali i same organizacije koja projekt provodi.

a) Analiza dionika

Dionici su svi pojedinci, grupe ljudi, organizacije, institucije ili tvrtke koji mogu na projekt utjecati bilo pozitivno bilo negativno. Analizu dionika bi bilo najbolje napraviti u ranoj fazi identifikacije. Analiza dionika daje odgovore na pitanja: na koga će sve projekt utjecati – pozitivno ili negativno te na koji način.

Metode: sastanci, ankete, intervjui, participatorne radionice.

b) Analiza organizacije

Pomaže da steknemo uvid u kapacitete nositelja projekta, ali i partnera za provedbu pojedinog projekta kao i da steknemo što realniju sliku o okruženju u kojem će se projektne aktivnosti odvijati. Za ovu analizu koristimo tzv. SWOT analizu (vidi pod Strateško planiranje).

c) Analiza problema

Da bi projekt bio uspješan potrebno je detaljno istražiti koji su to problemi u zajednici na koje želimo utjecati projektnim aktivnostima. U tu svrhu koristimo tzv. metodu „problemskog stabla“. Ova metoda uspostavlja uzročno-posljedični odnos između pojedinih problema ili potreba korisnika. Problemsko stablo predstavlja sveobuhvatnu sliku trenutne negativne situacije.

d) Analiza ciljeva

Analiza ciljeva je u biti pozitivna zrcalna slika stabla problema. Ukoliko smo dobro utvrdili stablo problema pri definiranju stabla ciljeva ne bi trebali imati problema. Stablo ciljeva predstavlja pozitivnu sliku budućnosti kojoj projekt teži.

e) Analiza strategije

Analiza strategije je postupak u okviru kojeg se određuje koji će ciljevi ući u projekt, a koji će se izostaviti te određivanje specifičnih/svrhe i općih ciljeva projekta.

Ključni kriteriji za odabir strategije:

- odgovara li ciljanoj skupini,
- prioritet za dionike,
- komplementarnost s postojećim programima i projektima,
- odgovara li našem okruženju,
- financijski kriterij,
- potrebno vrijeme i sl.



Logička matrica

Slijedeći korak u projektnom ciklusu je izrada logičke matrice. Logička matrica predstavlja srž projekta na sveobuhvatan i lako razumljiv način. Sastoji se od četiri stupca i četiri reda i obično cijela stane na papir formata A4.

Logika intervencije

Čini je prvi stupac u logičkoj matrici i određuje temeljnu strategiju projekta:

- opći cilj – širi ciljevi nacionalne ili sektorske politike kojima će projekt doprinijeti. Ne mogu se ostvariti samo našim projektom, već su potrebni i doprinosi drugih projekata,
- specifični cilj/svrha projekta – rješava glavni problem i definira održivu korist za ciljnu skupinu (može biti jedan ili više),
- rezultati - nastaju kao posljedica poduzetih aktivnosti,
- aktivnosti koje je potrebno poduzeti da bi ostvarili rezultat i sredstva koja su nužna da bi se izvele aktivnosti (financijska, materijalna).

Objektivno dokazivi pokazatelji

Drugi stupac logičke matrice, a tumači opće ciljeve, svrhu i rezultate terminima: kvantiteta, kvaliteta, mjesto, vrijeme, ciljana skupina.

Izvori dokaza

Čini treći stupanj logičke matrice, a definira gdje i u kom obliku se mogu naći informacija o objektivno dokazivim pokazateljima.

U najdonjem redu trećeg stupca navode se troškovnik i izvori financiranja.

Pretpostavke i rizici

Implementacija i uspjeh projekta ovisi i o vanjskim faktorima na koje često ne možemo utjecati. Stoga u četvrtom stupcu logičke matrice navodimo preduvjet/e koji se moraju ostvariti prije započinjanja projekta te pretpostavke koje su vanjski faktori koji utječu na uspjeh projekta, a nalaze se van utjecaja projekta i moraju se ostvariti da bi projekt uspio (navode se u pozitivnom kontekstu).



LOGIČKI OKVIR Strukturirani pristup projektu

	Razlozi djelovanja/ posredovanja	Objektivno provjerljivi pokazatelji uspjeha	Izvori i sredstva provjere	Pretpostavke
Sveukupni ciljevi	Kojem će širem cilju projekt pridonositi?	Koji su ključni pokazatelji veza- ni za navedeni sveukupni cilj?	Koji su izvori informacije vezani za te pokazatelje?	
Svrha projekta	Koji su određeni ciljevi projekta postignuti?	Koji su „kvantitativni“ ili „kvalitativni“ pokazatelji koji će prikazati da li su i do koje mjere određeni ciljevi projekta postignuti?	Koji izvori informacije postoje ili koje je moguće prikupiti? Koje su potrebne metode za prikupljanje tih informacija?	Koji su nužni čimbenici i uvjeti za postizanje tih ciljeva, a koji nisu pod izravnim utjecajem projekta? Koje opasnosti treba razmotriti?
Očekivani ishodi	Koje su konkretne mjere predviđene kako bi se postigli određeni ciljevi? Koji su predviđeni učinci i koristi projekta? Koji će napredak i promjene projekt izazvati?	Koji bi pokazatelji procijenili da li i do koje mjere projekt ostvaruje predviđene ciljeve i učinke?	Koji su izvori informacije za te pokazatelje?	Koje vanjske čimbenike i uvjete treba ostvariti da se postignu očekivani ishodi prema rasporedu?
Djelatnosti	Koje ključne djelatnosti treba poduzeti i kojim redoslijedom kako bi se postigli očekivani ciljevi?	Sredstva: Koja su sredstva potrebna za provedbu tih djelatnosti, kao što su: djelatnici, oprema, obučavanje, studije, nabava, operativna sredstva, itd.	Koji su izvori informacije o napretku projekta?	Koji su preduvjeti potrebni prije početka projekta? Koji uvjeti izvan neposrednog projektovnog utjecaja bi morali biti ispunjeni, kako bi planirane djelatnosti bile provedene?

Sadržaj projektnog prijedloga

I Naslovna stranica

Naslovna stranica obično sadrži ime programa te ime organizacije koja prijavljuje projekt.

II Concept Note Format (koncept projekta)

Koncept projekta ne smije prijeći više od 4 stranice i obično je zadata veličina fonta (Ariel 10). Pri ispunavanju ovog dijela obratite osobitu pozornost jer je to prvi dio projekta koji se ocjenjuje nakon utvrđivanja da li su ispunjene formalne pretpostavke.

Koncept odgovara na pitanja:

Sažetak aktivnosti (kratak opis predloženih aktivnosti,), relevantnost (koliko je projekt relevantan u odnosu na potrebe i probleme određene zemlje ili regije, koje probleme rješava i koje potrebe ispunjava, tko je uključen u projekt (korisnici i ciljna skupina), koji su ciljevi i očekivani rezultati, koje su dodane vrijednosti poduzetih aktivnosti u odnosu na aktivnosti državne i lokalne vlasti i ostalih subjekata), metodologija i održivost (koje su glavne projektne aktivnosti, tko su glavni partneri u projektu te dosadašnja suradnja s njima i uključenost partnera u projekt, kako će se postići održivost projekta, da li projekt ima višestruki efekt u zajednici i šire), stručnost za provedbu projekta (iskustva nositelja projekta u upravljanju projektima, iskustvo nositelja projekta i partnera u odnosu na temu projekta).

Projekt

1. Opis projekta

1.1. *Naziv projekta*

1.2. **Lokacija projekta** (definiranje države, regije, gradova / općina)

1.3. **Traženi iznos** – navesti ukupni trošak, iznos tražen od Europske komisije te koliki postotak se traži od Europske komisije u



odnosu na ukupan iznos projekta. Većinom se troškovi iskazuju u eurima.

- 1.4. **Sažetak projekta** (na najviše 1 stranici) u kome se navodi trajanje aktivnosti, opći cilj, specifični ciljevi, partneri, ciljane skupine – grupe na koje projekt ima direktan pozitivan utjecaj; krajnji korisnici – oni koji dugoročno imaju korist od projekta na širem društvenom nivou, očekivani rezultati te glavne aktivnosti.
- 1.5. **Ciljevi** – na jednoj stranici treba navesti opće i specifične ciljeve.
- 1.6. **Obrazloženje** – na maksimalno tri stranice treba dati slijedeće informacije:
 - relevantnost aktivnosti projekta u odnosu na ciljeve i prioritete programa Europske komisije,
 - identifikacija uočenih problema i prepreka u ciljanoj zajednici (regiji),
 - opis ciljane skupine i krajnjih korisnika i njihov očekivani broj,
 - razlozi za odabir ciljanih skupina i identifikacija njihovih potreba i problema,
 - kako će projekt doprinijeti ispunjenju potreba ciljanih skupina i krajnjih korisnika.
- 1.7. **Detaljan opis aktivnosti** – na najviše devet stranica navesti ime i detaljan opis svake aktivnosti koje će biti poduzete da bi dovele do rezultata, obrazložiti njihov izbor te, gdje je moguće, navesti ulogu svakog partnera (ili suradnika ili podugovaratelja).
- 1.8. **Metodologija** – na maksimalno 4 stranice navesti metode provedbe i razloge za odabir predložene metodologije (npr. partnerstvo – zašto??), kada je projekt nastavak prijašnjih projekata kako se nadovezuje na do sada postignute rezultate, kada je projekt dio šireg programa kako nadopunjava i kako se koordinira s tim programom, također treba objasniti vezu s drugim inicijativama /pogotovo iz Europske komisije, procedure za praćenje i evaluaciju (vanjsku i unutarnju), opis uloge i sudjelovanja u projektu različitih dionika – partnera, ciljane skupine, lokalnih vlasti i navođenje razloga zašto je baš ta uloga namijenjena tom dioniku, navođenje tima koji je predložen za provedbu projekta (nije potrebno navoditi imena), sredstva potrebna za provedbu projekta (oprema...)
- 1.9. **Trajanje i akcijski plan**

2. Očekivani rezultati

- 2.1. Očekivani utjecaj na ciljanu skupinu i korisnike – na maksimalno dvije stranice treba navesti kako će projekt unaprijediti položaj ciljane skupine i korisnika te tehničke i menadžerske sposobnosti ciljane skupine i partnera.
- 2.2. Konkretni outputi – izlazni proizvodi (ono što će proizaći iz projekta) – outpute treba što je moguće više kvantitativno odrediti.
- 2.3. Multiplicirajući efekti – na maksimalno jednoj stranici treba navesti mogućnosti za repliciranje i širenje projektnih rezultata.
- 2.4. Održivost – na maksimalno tri stranice navesti tri vida održivosti projekta:
 - financijska održivost – kako će se projekt financirati nakon prestanka potpore Europske komisije,
 - institucionalna – hoće li po okončanju projekta u lokalnoj zajednici biti omogućen nastavak aktivnosti tj. prihvaća li postignuća projekta lokalna razina,
 - gdje je moguće navesti održivosti na razini politika – koje će strukturalne utjecaje projekt proizvesti kao npr. unaprjeđenje zakonodavstva, modela ponašanja, metoda i sl.).

3. Proračun – za izradu proračuna potrebno je koristiti zadanu tablicu koja se nalazi kao poseban dodatak Aneks B)

4. Očekivani izvori financiranja – također se nalazi okviru Aneksa B

II Aplikant (podnositelj prijedloga projekta)

Drugi dio projektne aplikacije sadrži informacije o podnositelju projektnog prijedloga i to:

1. **Identitet** – navodi se puno ime podnositelja, skraćeni naziv, legal entity sheet number (broj koji dobiju organizacije koje su već dobile grant od Europske komisije), državljanstvo, pravni status (nvo, jedinica lokalne samouprava, ustanova), službena adresa, poštanska adresa, broj telefona, broj faxes, e-mail adresa, web stranica, ime kontakt osobe, e-mail adresa kontakt osobe.

2. Bankovni detalji – prije potpisa ugovora, organizacija kojoj je odobrena financijska potpora mora ispuniti i podnijeti financijski identifikacijski obrazac ovjeren od banke preko koje će se obaviti plaćanje.

3. Opis podnositelja – sadrži podatke kada je organizacija osnovana i kada je započela s aktivnostima, koje su glavne aktivnosti organizacije, članovi upravnog odbora organizacije (ime, zvanje, državljanstvo, pozicija, broj godina u odboru).

4. Kapaciteti za upravljanje i provođenja projektom

4.1. Iskustva u sličnim projektima - na najviše jednoj stranici navesti detaljne informacije o projektima koje je provodila naša organizacija u posljednjih pet godina u sličnim područjima, navodeći: ciljevi projekta i područje provedbe, rezultati projekta, uloga organizacije i stupanj uključenosti, troškovi projekta, donatori (ime donatora i sredstva)

4.2. Resursi – na najviše tri stranice treba navesti detaljan opis različitih izvora navodeći slijedeće:

4.2.1. godišnji prihodi u posljednje tri godine navodeći imena glavnih izvora i iznose,

4.2.2. financijski pokazatelji u posljednje tri godine

4.2.3. broj zaposlenih na puno radno vrijeme i broj honoraraca,

4.2.4. ured i oprema,

4.2.5. ostali relevantni resursi (volonteri, suradničke organizacije, mreže koje mogu doprinijeti provedbi projekta)

5. Ostale prijave podnijete Europskim institucijama, Europskom razvojnom fondu (EDF) ili članicama Europske unije

5.1. Navesti bespovratna sredstva, ugovore, zajmove dobivene tijekom posljednje tri godine (treba navesti samo projekte iz istog područja kao što je i projektni prijedlog) – treba navesti naziv države, proračunsku stavku Europske komisije, EDF ili države članice, iznos u EUR-ima, godina

5.2. Navesti zahtjeve za bespovratna sredstva koji su podnijeti ili će se podnijeti u tekućoj godini institucijama EU ili državama članicama također u istom području kao što je i projektni prijedlog – naziv države, proračunska stavka, sredstva.

III Opis partnera

1. Opis partnera – puno ime, državljanstvo, pravni status, službena adresa, kontakt osoba, broj telefona, broj faxes, e-mail adresa, broj zaposlenih, ostali relevantni izvori, iskustva u sličnim projektima u odnosu na ulogu u predloženom projektu, povijest suradnje između partnera, uloga i uključenost u pripremu prijedloga projekta, uloga i uključenost u provedbu projekta,
2. Partnerska izjava – svaki partner, uključujući i podnositelja projekta, treba ispuniti i potpisati partnersku izjavu.

IV Suradničke organizacije

Svaka suradnička organizacija mora ispuniti obrazac koji sadrži – puno ime, državljanstvo, pravni status, službena adresa, kontakt osoba, broj telefona, broj faxes, e-mail adresa, broj zaposlenih, drugi relevantni izvori, iskustva u sličnim projektima u odnosu na ulogu u predloženom projektu, povijest suradnje između partnera, uloga i uključenost u pripremu prijedloga projekta, uloga i uključenost u provedbu projekta.

V Lista za provjeru

Pomaže da se prije slanja projekta provjeri da li projekt sadrži sve potrebne komponente te da li su ispunjeni svi traženi kriteriji.

VI Izjava aplikanta

Izjava aplikanta i lista za provjeru se zajedno spajaju i zasebno stavljaju u kovertu.

Pri slaganju projekta potrebno je detaljno proučiti Vodič za pojedini program. Također je potrebno proučiti sve kriterije koje je potrebno zadovoljiti za dobivanje sredstava.

Partnerstvo u projektima

U projektima Europske komisije treba razlikovati:

- **obavezno partnerstvo** – partnerstvo je propisano kao kriterij za dobivanje sredstava i bez njega se ne mogu dobiti sredstva. Partneri sudjeluju i u izradi i u provedbi projekta. Troškovi partnera nastali pri provedbi projekta su prihvatljivi trošak projekta. Ujedno partneri moraju potpisati izjavu o partnerstvu.



- **izborno partnerstvo** – nije obavezno za dobivanje bespovratnih sredstava.
- **suradničke organizacije** – suradničke organizacije ne mogu primiti financijsku potporu osim nadoknade troškova putovanja.
- **podugovaratelji** – za podugovaratelje vrijede pravila nabave (tri ponude iznad određenog iznosa i sl.)

Sufinanciranje

Podnositelj projektnog prijedloga, a ponekad i partneri, imaju obavezu sufinanciranja projektnih aktivnosti u određenom postotku (najčešće između 10 do 20%). U većini slučajeva sufinanciranje mora biti u novčanom iznosu, ali ponekad može biti iskazano i kroz druge doprinose (npr. radno vrijeme zaposlenika u partnerskim organizacijama).

Još neke preporuke:

- proučiti koji su troškovi prihvatljivi, a koji nisu,
- voditi računa o usklađenosti troškova i aktivnosti te objasniti pojedine stavke u proračunu,



- često se projekt mora podnijeti na engleskom jeziku te vodite računa i o troškovima prevođenja ako nemate osobu sa znanjem engleskog jezika,
- obično posljednja isplata ide nakon odobrenja završnog izvještaja pa morate imati u vidu da ćete taj dio sredstava morati pokriti vlastitim sredstvima do isplate zadnje rate,
- pažljivo ispunite logičku matricu i vodite računa da projekt izrađujete u odnosu na nju,
- točno ispišite adresu na koverti sa svim napomenama,
- vodite računa o rokovima i o satu do kada prijedlog projekta mora biti podnjet.

