

Civilia világa

Non-profit folyóirat

2006/1
I. évfolyam 1. szám

szepember-október

Kedves Olvasó!

Engedje meg, hogy ismeretlenül is kedveskedjünk Önnek a most kézben tartott kiadványunk tiszteletpéldányával, amelyet a Gyermek és Ifjúsági Alapprogram jövőtárból térítésmentesen juttatunk el Önhöz. Kérdéseivel, észrevételeivel, előfizetési szándékával kérjük forduljon szerkesztőségünkhöz a szerkesztoseg@npa.hu e-mail címen.

Üdvözlettel: Híd Európában Közhasznú Egyesület

Interjú Kiss Péterrel

Hogyan nyerjük meg támogatóinkat?

Adóváltozások szeptember 1-jétől

Stratégiai játékok

Kiadja a Híd Európában Közhasznú Egyesület

Tartalom

Aktuális	Köszöntő	3. oldal
	Magyar szervezet kapta az Európai Civil díjat	3. oldal
	Interjú Kiss Péterrel	4. oldal
Szervezetfejlesztés	Stratégiai játékok	5. oldal
Forrásszerzés, pénzügy	Források - a forrásvezéreltség csapdája	8. oldal
	Hogyan nyerjük meg támogatóinkat?	9. oldal
Kommunikáció, marketing	Szervezeti kommunikáció	10. oldal
	Hogyan készítsünk médialistát?	11. oldal
	Civil marketing - kell ez nekünk?	13. oldal
A jogász válaszol	Adományozás, adóváltozások	15. oldal
PC Guru	Windows torna	20. oldal
	Ne telefonáljon! NETtelefonáljon!	20. oldal
Programok	Mi történt a Szigeten?	21. oldal
	Aktuális programok	22. oldal



PARTNEREINK



Civilia világa Non-profit folyóirat ISSN 1788-2788

Kiadja a Híd Európában Közhasznú Egyesület • A kiadásért felelős: Dr. Manyura Roland
• Felelős szerkesztő: Wéber Krisztina • Nyomda: Pressman Nyomdaipari Bt., 2371 Dabas, Rozmaring u. 22. • Sokszorosításért felelős: Bálint Ferenc

2006. szeptember (CV. 2006/1)

Szerkesztőség e-mail címe: szerkesztoseg@npa.hu, Telefonszám: 70/285-4226,
Hirdetésszervezés: hirdetes@npa.hu
A folyóiratban megjelent cikkek felhasználása, sokszorosítása a forrás megjelölése mellett lehetséges.
Megjelenik kéthavonta.

ÖNISMERETI ASZTROLÓGIAI MŰHELY

INDUL,

amelynek keretében reális képet kaphat az asztrológia tudományáról. A műhely segítséget nyújthat feszültségei, problémái feloldásához, emberi kapcsolatait rendbetételéhez.

Helyszín: Budapest, XIV. kerület,

Kassák Klub

Első előadás időpontja:

2006. szeptember 30. szombat, 13-17 óra



Érdeklődni lehet a 20/510-2340-es telefonszámon, vagy az ablakok.pa@freemail.hu e-mail címen.



Következő számunk tartalmából

- 2007-2013 Uniós költségvetés
 - Uniós pályázatok
- Hogyan alakítsunk ki partnerséget?
 - Logikai keretmátrix
- Hogyan használjuk a médialistát?
 - A szervezeti kultúra

Linkcenter

Adományozás

www.ofa.hu
www.fund-raising.com
www.penzforras.hu
www.nfh.hu
www.autonomia.hu
www.okotars.hu

Általános információk civileknek

www.civil.info.hu
www.nonprofitmgtssolutions.com
www.civilsoc.org
www.nonprofit.lap.hu
www.nonprofit.hu

Pályázatok

www.pafi.hu
www.mobilitas.hu
www.fmm.gov.hu
www.palyazat.lap.hu

TISZTELT OLVASÓK, KEDVES KOLLÉGÁK!

Üdvözlök mindenkit Civiliaiban, az itt lakókat és a látogatóba érkezőket egyaránt!

Sok időt és munkát áldoztunk arra – az ötlet megszületésétől a forrásszerzésen át a kivitelezésig –, hogy kezében tarthassa újságunkat.

Miért tettük mindezt? Azért, mert hosszú útra készülünk, s ez az újság a kezdeti lépések egyike. Egyesületünk ugyanis célul tűzte ki maga elé, hogy tapasztalatait, tudását rendszerezve és felhasználva elősegíti a magyarországi civil szervezetek megerősödését.

Pénzt, eszközöket, lelkes munkatársakat nem tudunk adni, tudunk viszont szemléletmódot és új ismereteket, amelyek segítségével mindez elérhető.

Munkatársaimmal együtt számos tréningen, tanfolyamon részt vettünk, konferenciákon, összejöveteleken sok civil kollégával ismerkedtünk meg. Láttuk, hogy sok szervezetnél problémák vannak, annak ellenére, hogy szinte mindenhol lelkes, tenni akaró emberekkel találkozunk.

A legfontosabb üzenet, amelyet újságunk segítségével át kívánunk adni az, hogy **problémáink okát először önmagunkban keressük!** Kezdjük a változtatást legbelül, s formáljuk át, változtassuk meg kissé szemléletmódunkat a szervezetünkkel és annak működésével kapcsolatban!

A Civilia világa elsősorban a nemrég alakult, illetve a működési problémákkal küzdő non-profit szervezeteknek szól, s e változások elindítója kíván lenni.

Fogadják tehát barátsággal kiadványunkat, s hozzászólásaikkal, véleményeikkel segítsék elő, hogy a közös tanulás és fejlődés fórumává váljék.



Weber Krisztina
főszerkesztő

MAGYAR SZERVEZET KAPJA AZ EURÓPAI CIVIL DÍJAT

Elsőként kap európai civil díjat egy magyar egyesület Brüsszelben. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság (EGSZB) díjat alapított az Európában kiemelkedő tevékenységet folytató civil szervezetek számára.

A díj pontos megnevezése: „EGSZB-díj a szervezett civil társadalom számára”

2006-ban Európában 3 szervezet érdemelte ki a díjat:

Európai Fizikusok Társasága (Brüsszel)

Európai Civil Fórum (Strasbourg)

Európa Jövője Egyesület (Kecskemét)

A díjat **Farkas Gábor**, az Európa Jövője Egyesület elnöke – az elmúlt 16 év kiemelkedő tevékenysége elismeréseként – az EGSZB **2006. szeptember 13-án** 14.30-kor tartandó plenáris ülésén veszi át.

Az Európa Jövője Egyesület 1991 óta szervezi az Európa Jövője Nemzetközi Gyermek- és Ifjúsági Találkozót Kecskeméten, ismertebb nevén a **Csiperót**. Az eddigi kilenc találkozó során több mint tízezer gyermeket láttak vendégül Európa 27 országának 80 településéről és még három földrésről. **A cél, hogy előítéletektől mentes, a másságot elfogadó, toleráns nemzedékké váljanak a ma gyermekei.** A találkozókra a fiatalok olyan műsorokat adnak elő, amellyel saját kultúrájuk egy-egy szeletét mutatják be egymásnak. 2006-ban 28 országból kétezer gyermek vett részt a Csiperón Kecskeméten. Az egyesület 1997-ben az év civil szervezete lett.

A gyermek- és ifjúsági találkozót a Szociális és Munkaügyi Minisztérium támogatja.

További információ: SZMM Sajtótitkárság: 06-1-475-5890, 06-1-475-5781 www.csipero.hu, www.civil.info.hu EGSZB magyar nyelvű oldal: http://eesc.europa.eu/index_hu.asp ■

Budapest, 2006. szeptember 12.

-SZMM Sajtótitkárság-

INTERJÚ KISS PÉTER SZOCIÁLIS ÉS MUNKAÜGYI MINISZTERREL

A Nemzeti Civil Alapprogramot gondozó – eddig Göncz Kinga miniszter asszony irányítása alatt működő – ICSSZEM megszűnt, feladatkörét (ezzel együtt az NCA teendőinek ellátását is) a Szociális és Munkaügyi Minisztérium vette át. Az intézmény vezetőjét, Kiss Péter miniszter urat kérdeztük az NCA jövőjéről.



Kiss Péter
szociális és munkaügyi miniszter

Évről évre növekszik az NCA-hoz beérkező pályázatok száma, azonban még mindig csak a hazai szervezetek kis része pályázik. Milyen intézkedéseket kíván fogantatosítani, Miniszter úr, hogy növekedjék a pályázati felhívással élő civil szervezetek száma?

Egyetértek, a Nemzeti Civil Alapprogram ismertsége évről évre egyre nagyobb, 2004-ben még csak 13 ezer, 2005-ben közel 19 ezer pályázat érkezett be. A 2006. évi I. pályázati fordulóban pedig közel 13 ezer pályázatot nyújtottak be a szervezetek, és ősszel várható még egy pályázati forduló. 2006-ban a 9108 támogatott szervezet átlagosan 619 ezer Ft-ot kapott. Úgy vélem, amíg az Alapprogram forrása nem növekszik számottevően – ami az általános vélekedéssel szemben nem csupán az SzJA 1 százalékos fel-

ajánlások függvénye, hanem önkéntes befizetéseké, adományoké is –, az az igények és a keretösszeg közötti feszültség növekedéséhez vezethet. Elsődleges cél az 1 százalékos felajánlások növelése, mert ezáltal növekszik az Alapprogram forrása is.

Sok civil szervezet működési célú pályázatát utasították el forráshiányra hivatkozva, míg néhány szervezet az igényelt összeg maximumát kapta. Mit lehet tenni ezen gyakorlat ellen?

A Nemzeti Civil Alapprogram kollégiumai eddig nem nyújtottak normatív módon támogatást. A forrás pályázati úton történő elosztása azt eredményezi, hogy a döntéshozó kollégium objektív szempontok, felállított preferenciái alapján egy szervezet vagy támogatható, vagy nem. Nyilván a szubjektivitás sem küszöbölhető ki teljesen a rendszerből, de nincs szándékomban beavatkozni a kollégiumok törvénybe rögzített hatáskörébe.

Gyorsítja-e a szerződéskötési, illetve a nyertes pályázatok kifizetési eljárását az új minisztériumi struktúra?

A támogatási rendszer szereplőivel – a Tanáccsal, kollégiumokkal, kezelő szervvel – együtt megvizsgáljuk a pályázati folyamat egyszerűsítésének, időigénye lecsökkentésének lehetséges módjait, és megteesszük a szükséges intézkedéseket annak érdekében, hogy a kedvezményezettek minél hamarabb juthassanak a számukra meg-

ítelt támogatáshoz. Fontosnak tartom azonban, hogy az érvényben lévő utasítás 14 napot ad a kollégium támogatási döntésének minisztériumba érkezésétől a szükséges ellenjegyzések és jóváhagyás aláírására.

Mikor tűzi az Országgyűlés napirendre az NCA-ról szóló törvény módosítására teendő javaslatot?

A Szociális és Munkaügyi Minisztérium II. féléves munkaterve szerint a Nemzeti Civil Alapprogramról szóló 2003. évi L. törvény módosításáról szóló törvénytervezet 2006 decemberében kerül benyújtásra a Kormány elé, ezt követően várhatóan 2007. I. félévében tárgyalja az Országgyűlés. A jogszabály módosításának előkészítése az NCA Tanács stratégiai munkacsoportjának bevonásával megkezdődött. A módosítás koncepcionális kérdéseinek civil szakmai vitájára október hónapban kerül sor.

Indul-e 2007-ben központilag szervezett kampány, hogy a polgárok adják 1 százalékát civil szervezetek részére ajánlják fel?

A korábbi évek gyakorlatának megfelelően az Alapprogram Civil szolgáltató, fejlesztő és információs kollégiuma ír ki pályázatot az 1 százalékos felajánlási kedv növelését célzó programokra. Az Országgyűlés Civil Irodájával kialakított jó együttműködés keretében 2007 tavaszán összehangolt tevékenységet folytatunk. Jómagam is minden fórumon felhívom majd a figyelmet a felajánlás fontosságára. ■

Budapest, 2006. szeptember 11.

-ottó-

STRATÉGIAI JÁTÉKOK

Miért fontos a stratégiai gondolkodás? ■ Ne csak a szervezetben, hanem a szervezeten is dolgozzunk! ■ Mi az a SWOT-analízis? ■ Hajlandók vagyunk feladni céljainkat, elveinket a pályázatokat kedvéért?

„A terv nem azért kell, hogy pontosan megvalósuljon, hanem azért, hogy legyen. A tervek valamennyire önmegvalósító jóslatként viselkednek...”

Mérő László: Maga itt a tánctanár?

Egy magára valamit adó üzleti vállalkozás élete nem képzelhető el pontosan megfogalmazott jövőkép és stratégiai célok nélkül. De mi a helyzet a non-profit szervezetekkel? Számukra is elengedhetetlen, hogy rendelkezzenek hosszú távú célokkal, pontosan kidolgozott, részletes tervekkel?

A tapasztalat azt mutatja, hogy igen, feltétlenül. Igaz ugyan, hogy a non-profit szervezetek célja nem gazdasági tevékenység folytatása, azonban **céljaikat alapvetően mégis gazdasági eszközökkel valósítják meg.** A modern piacgazdaság a non-profit szervezetektől is piaci módszerek alkalmazását követeli, ezért elengedhetetlen a szakszerű gazdálkodás és stratégiai gondolkodás, különben a működés és a fő tevékenység feltételei kerülnek veszélybe.

Amikor elhatározzuk, hogy megalapítunk egy szervezetet, többnyire konkrét céllal tesszük azt. Tudjuk, hogy mely problémákra kívánunk megoldást találni, s tevékenységünkkel miként szeretnénk megváltoztatni a körülöttünk lévő világot (küldetésünket, misszióunkat határozzuk meg ezzel). Bizonyára van elképzelésünk arról is, hogy milyennek szeretnénk látni szervezetünket 10 év múlva, vagyis milyen jövőképet formálunk szervezetünkről. Itt azonban nem állhatunk meg! Ahhoz, hogy missziós céljainkat elérjük, szervezetünk tevékeny-



ségét tudatosan meg kell szerveznünk. Egy keleti bölcsélet szerint, ha fél szemünket mindig a távoli célunkra szegezzük, a felé vezető útra is csak fél szemmel tudunk figyelni.

Ezért van szükségünk rövid távú, úgynevezett stratégiai célok kijelölésére, amelyek útjelzőként működnek a végső célunk felé vezető úton. Ezek szem előtt tartása biztosítja,

Hét érv a stratégiai gondolkodás mellett

1. Mindig szem előtt tartjuk céljainkat, s pontosan tudjuk, hogy mit miért teszünk.
2. A közös célok összefogják a szervezet tagjait, erősítik a közösséget.
3. Mindennapi döntéseinket segíti, ha tudjuk, mit szeretnénk elérni.
4. Elkerülhetjük, hogy szervezetünk forrásvezéreltté váljék, s csak a pályázati kiírásoknak próbáljon eleget tenni.
5. Tudatos működéssel a kiszámíthatatlan körülmények ellenére is némi biztonságot teremthetünk szervezetünk számára.
6. Felesleges konfliktushelyzeteket előzhetünk meg, illetve eredményesebbel oldhatjuk fel a meglévő feszültségeket.
7. Mindig tudjuk, hogy hol tartunk céljaink megvalósításában, s mit kell még tennünk érte. Ez ösztönzőleg hat a munkatársakra.

hogy sikerrel járjunk. Nagyon fontos, hogy stratégiai céljaink reálisak legyenek, s azokat szervezetünk tagjai elfogadják.

Ha **stratégiai** céljainkat 2-3 év alatt kívánjuk elérni, **taktikai** céljaink vonatkozhatnak az elkövetkezendő évre.

A non-profit szervezeteknél gyakran előfordul, hogy a tagok tökéletesen birtokában vannak annak a tudásnak, amelyekkel a programok szakmai részei megvalósíthatók, de **a szervezeten belüli munkák összefogását, a szervezet menedzselését nincs, aki szakszerűen ellátná.** Sőt előfordul, hogy ennek igénye sem merül fel, s a tagok azt látják, hogy nem sikeres a szervezet tevékenysége, pedig mindannyian nagyon értenek a munkájukhoz. Fontos tehát, hogy „**legyen egy testület, amely a szervezet céljai, küldetése felett őrködik.**”¹

Ahogy az üzleti vállalkozásokat és a bennük dolgozó szakemberek munkáját is egy ügyvezető (a Vállal-

kozó) irányítja, úgy a non-profit szervezetek esetében is szükséges, hogy legyen valaki, aki ezeket a feladatokat ellátja, aki nem a szervezeten, hanem a szervezeten dolgozik.

A stratégia tehát a non-profit szervezet számára rögzíti, hogy egy meghatározott időszakban mit kell tennie (elsősorban milyen programokat kell szerveznie) ahhoz, hogy a megfogalmazott jövőképhez közelebb kerüljön. A stratégia kidolgozása azonban nem korlátozódhat a programokra, projektekre, szolgáltatásokra (vagyis az alaptevékenységekre), kellő figyelmet kell fordítanunk a támogató tevékenységek megtervezésére is. Ráadásul mindezt úgy kell tennünk, hogy az egyes területek egymással és céljainkkal összhangban legyenek. A támogató tevékenységek esetében beszélünk például marketing stratégiáról, forrásszerzési stratégiáról, stb.

A támogató tevékenységek adják működésünk kereteit, segítik alaptevékenységünk sikereit, akárcsak a

profitorientált szervezeteknél. Képzünk csak el egy rugógyárat (nem könnyű)! Hiába tudnak remek rugókat gyártani, ha nem tudják azokat eladni, nincs, aki az alapanyagot beszerezze, a béreket átutalja, vagy csak megvegye a tonert a nyomtatóba, akkor a vállalat hamarosan lehúzhatja a redőnyt.

Ugyanígy a non-profit szervezet is tervezhet kiváló rendezvényeket, ha nem jön el senki, nincs rá pénz, nincs, aki megszervezi, akkor mit sem ér az egész. Ezért van szükség szervezett, a programokhoz igazodó szervezeti kommunikációra, marketingre, forrásszerzésre, irodamenedzsmentre és adminisztrációra, valamint humán-erőforrás fejlesztésre.

Az egész szervezetre vonatkozó stratégiai terv elkészítésébe tehát a programokon, szolgáltatásokon kívül ezekre a területekre is figyelmet kell fordítani.

De hogyan fogjunk hozzá stratégiai céljaink, terveink megfogalmazásához?

Először is tudnunk kell, hogy miből fogjuk felépíteni a várat. Vagyis tisztában kell lennünk szervezetünk **erőforrásaival** (pl. mennyi pénz áll rendelkezésünkre, van-e a szervezetnek irodája, milyen eszközeink vannak, mennyire képzettek a munkatársak, milyen a szervezeti kultúra, stb.) és a **környezet adta lehetőségeikkel** (célcsoport igényei, jogi szabályozás, társadalmi megítélés, adományozókedv, társadalmi, kulturális tényezők, stb.). Ezt a felmérést könnyen elvégezhetjük az úgynevezett **SWOT-analízis** segítségével. (1. ábra)

A SWOT-analízis eredményei segítenek megfogalmazni a stratégiai célokat, s megalapozzák a **projekttervezést**. A projekttervezés valójában az ötletek megfogalmazása, formába öntése. A stratégiai tervezésre figyel-

¹ Bullain Nilda: A nonprofit szervezet mint működő intézmény

BELSŐ TÉNYEZŐK, ERŐFORRÁSOK		KÜLSŐ TÉNYEZŐK	
Erősségek	Gyengeségek	Lehetőségek	Veszélyek
Melyek azok az értékek, javak, amelyekre a szervezet építhet?	Milyen területeken tapasztalhatók hiányosságok a szervezeten belül?	Melyek azok a külső tényezők, amelyek segíthetik a szervezetet céljai megvalósításában?	Melyek azok a külső tényezők, amelyek hátrányosan érinthetik a szervezet működését?

1. ábra

met fordító szervezet számára ez többek között az alábbi feladatok elvégzését jelenti: célcsoport igényeinek feltárása (nevezhetjük piackutatásnak is); erőforrásigény meghatározása (munkaerő, pénz, dologi feltételek); várt eredmények megfogalmazása; tevékenységek, feladatok, felelősök meghatározása; kommunikációs és forrásszerzési stratégia kidolgozása; költségvetés készítése; ellenőrzési folyamat meghatározása, hogy csak a legfontosabbakat említsük.

A projektervezés során több lehetséges tevékenység (szolgáltatások, időszakos programok, rendezvények) közül végül **kiválasztjuk** azokat, amelyek leginkább közelebb visznek stratégiai céljaink megvalósításához.

Sok szervezet elköveti azt a hibát, hogy azt figyel, **milyen pályázatoknak írnak ki**, s ezekhez igazodva alakítja ki programtervét. Egy rögtönzött felmérés alapján a szervezetek közel 46%-a az elsődleges program-szervezési szempontok közt említette ezt (2. ábra). Ezzel a szemlélettel több probléma is van. Egyrészt nem kerül feltárára a célcsoport igénye (amely a program megvalósíthatóságát veszélyezteti, hiszen nem lesz kinek „eladni” a programot), másrészt háttérbe kerülnek a stratégiai célok. A szervezet alkalmazkodik a pályázati kiíráshoz, azt mondja, amit a pályázató hallani akar. Hamarosan **forrásvezérelté válik** a szervezet, s a kezdeti célok fokozatosan elhalványulnak.

Éppen ezért a civil szervezetek-

nek nem szabad felcserélni a sorrendet: először meg kell találni azt a programot, amellyel közelebb kerülnek stratégiai céljaik megvalósításához, majd ennek forrásigényéhez meg kell keresni a megfelelő támogatókat, pályázatokat. Ezzel megelőzhető az, hogy a szervezetnek fel kelljen adnia elveit és céljait. A pályázati kiírásoknak nem szabadna szerepet játszaniuk a programtervezési folyamatban!

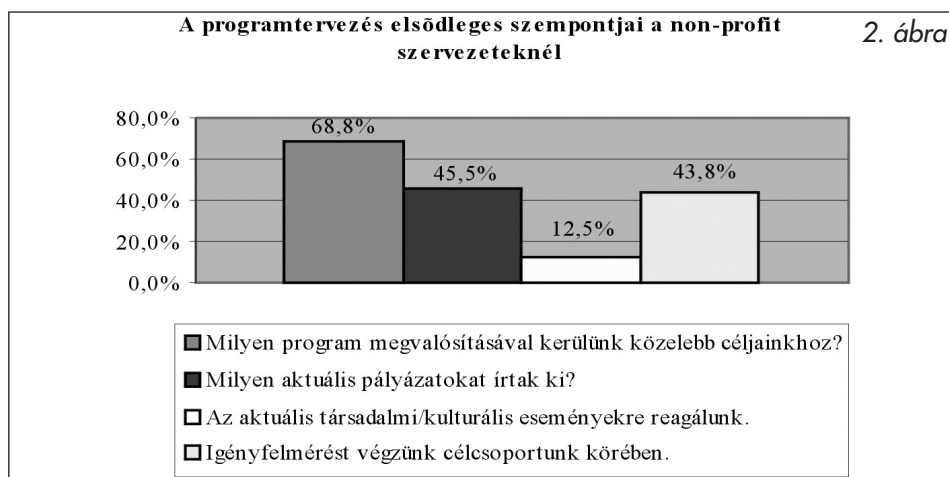
Sajnos a legtöbb pályázató csak a projekteket támogatja, s a működési kiadásokat (támogató tevékenységeket) nem. Ezért volt olyan nagy jelentősége a 2004-ben elindult Nemzeti Civil Alapprogramnak (NCA), amelynek keretében olyan államilag finanszírozott pályázatokon lehetett támogatást nyerni, amely kimondottan a civil szervezetek működési költségeire volt fordítható. Azonban ahogy az évek telnek, azt tapasztaljuk, hogy egyre több a vadász, s egyre kevesebb a foka... Ezért a működési költségekre, s gyakran a projektek költségeire is, a

pályázati pénzekon kívül egyéb forrásokat is be kell vonnunk, vagyis költségvetésünknek **több lábon kell állnia**. Lehetőségek pedig akadnak, csak ki kell használni őket... (Erről bővebben a *Forrásszerzés, pénzügy* rovatban olvashat.)

A stratégiai tervezés, s ezen tervek megvalósítása tehát rendkívül összetett, s emellett folyamatosan változó, megújuló folyamat, amelyben minden mindennel összefügg. Történhetnek váratlan események, amelyek után újra és újra át kell gondolnunk terveinket. Folyamatosan elemeznünk, értékelnünk kell munkánkat, s az így szerzett tapasztalatok, eredmények az újabb terveink előkészítését alapozzák meg. Nem baj, sőt, törvényszerű, ha az előre meghatározott terveink idő közben változnak, lényeg, hogy mindig legyen egy **aktuális** terv, amely szerint cselekszünk.

De figyeljünk, ne essünk a ló túloldalára! Fontos a tervezés, de a lényeg mégis a cselekvésen van. ■

-wk-



2. ábra

FORRÁSOK

A FORRÁSVEZÉRELTSÉG CSAPDÁJA

A non-profit szervezetek nagy része, ha meghallja a forrásszerzés szót, elsősorban a pályázatírásra gondol. A forrásszerzésre azonban egyéb lehetőségek is kínálkoznak, bár nem mindig könnyű élni ezekkel.

A **saját bevételek** a szervezet által létrehozott javak értékesítéséből, és a velük való aktív gazdálkodásból származnak. Sajnos a kisebb civil szervezeteknél ezek a bevételek elenyészők, sok szervezet nem is törekszik a létrehozott javak értékesítésére, bár az önkéntes munka szinte minden szervezetnél meghatározó. A saját bevételeknek nagyobb jelentőségük van a szervezet életében, mint amekkora hangsúlyt fektetnek rá. Sok pályázató előnynek tekinti, esetenként el is várja, hogy a pályázó saját erővel rendelkezzen.

A **külső forrásszerzés** a saját forrásokkal szemben olyan bevételgyűjtő tevékenység, amely nem a szolgáltatás előállítóira és nem a szolgáltatás igénybevevőire irányul, hanem harmadik szereplő bevonását eredményezi. A külső források nem pusztán a pályázati forrásokat jelentik, ide tartoznak az

Bevételi típusok ¹	
Saját bevételek	Külső források
Szolgáltatási díjak bevételei	Állami források
Tagdíjbevételek	Uniós források
Vállalkozói tevékenység bevételei Önkéntes munka	Üzleti szektorból származó bevételek
Program-résztvételi díjak bevételei	Magán szektorból származó bevételek

egyéb támogatók, illetve magánszemélyek adományai is. A civil szervezetek többsége mégis a pályázati forrásokra alapozza működését, s gyakran a **pályázatírás sikeressége a szervezet számára létkérdéssé válik**. Az ilyen szervezetek könnyen **forrásvezérelté** válhatnak.

Ez számos problémát vet fel. Elsősorban **bizonytalanná válik a szervezet működése**: ha van pénz, dolgozunk, ha nincs, szétszéledünk. A működésüket pályázati forrásokra alapozó szervezetek gyakran **elfelejtik, figyelmen kívül hagyják megalakulásukkor kitűzött céljait**, s helyettük olyan célokat követnek, amelyet a pályázatók je-

lölnek ki. Azt figyelik, hogy milyen új kiírások vannak, majd ezeket igyekeznek saját képükre formálni több-kevesebb sikerrel. **A pályázatokban azt írják, amit a pályázató hallani akar!** Alapvető probléma, hogy a szervezetek **felcserélik a sorrendet**: először kiválasztják a pályázati kiírást, majd ez alapján igyekeznek olyan programtervet készíteni, ami ennek megfelel. Ez a program azonban nem mindig szolgálja a szervezet által kitűzött **hosszú távú célokat**.

Ezért nagyon fontos, hogy egyéb forrásszerzési lehetőségeket is igyekezzünk kihasználni, törekedjünk arra, hogy szervezetünk költségvetése több lábon álljon, s céljainknak megfelelő, már elkészített programterveinkhez keressünk pályázati kiírást, támogatót!

Ne feledjük, hogy a forrásszerzés nem cél, hanem eszköz! ■



¹ Pontyos Tamás: Pályázatírás c. munkája alapján

HOGYAN NYERJÜK MEG TÁMOGATÓINKAT?

A támogatók megnyerése nem egyszerű feladat, pedig már gyermekkorunk óta igyekszünk megfeleíteni a titkát, hiszen nincs olyan család, ahol nem hangzott el az alábbi párbeszéd:

– Anya, kérek pénzt!

– Mire kell, kisfiam?

Ilyenkor aztán jön hebegés-habogás, „Hogyhogy mire kell? Kell és kész!” – válaszolnánk. Hamar rá kell jönnünk, hogy szüleink sem adják könnyen magukat! Gondoljuk, hogy szervezetünk támogatóinak lágyabb a szívük, mint szüleinknek?

Sajnos, a támogatók szíve sokkal, de sokkal szörösebb, mint gondolnánk!

A fenti párbeszéd az én családomban is elhangzott, s egy idő után már nem lepődtem meg, hogy egy kicsit meg kellett dolgoznom az eredményért. Sőt, elébe mentem a dolgoknak!:

– Anya, nézd, mindjárt elhagyom a cipőm talpát, nem lesz miben iskolába mennem! Már ki is néztem egy új cipőt. 4500 Ft-ba kerül, a malacban volt 1200, apától kaptam 2000-et, neked csak 1300-at kell adnod!

Hát lehet ilyesminek ellenállni?

Támogatóinkkal szemben is hasonlóan kell eljárunk, vagyis **ajánlatot kell készítenünk**.

Mielőtt a támogatókhoz fordulnánk, **pontosan tudunk kell, hogy mit szeretnénk**. Az ajánlatban már konkrét elképzelésekkel kell előállnunk. Fogalmazzuk meg a **problémát**, amely miatt a támogatóhoz fordulunk („elhagyom a cipőm talpát”), vázoljuk fel a lehetséges **veszélyeket** („nem lesz miben iskolába mennem”), javasoljunk **megoldást** a problémára (új cipő), s pontosan mondjuk meg, hogy **mennyi pénzre van szükségünk** („neked csak 1300-at kell adnod”). Növeljük esélyünket azzal, ha rendelkezünk önerővel („a malacban volt 1200”), illetve programunkat már **más is támogatja** („apától kaptam 2000-et”).

Anyával való párbeszédem azonban ekkor még nem zárult le. Két lehetséges folytatásra számíthattam:

1. – Jó még az a cipő, majd tavasszal veszünk másikat. (Vagyis elutasítottak. Én azonban nem csüggedtem: Halló! Nagyi? Képzeld mindjárt elhagyom a cipőm talpát...)

A másik lehetséges válasz ez volt:

2. – Rendben van, de akkor ma te mosogatsz! (És természetesen a cipőt is látni akarta...)

Két tanulságot vonhatunk le ebből.

1. Bizony, előfordulhat, hogy visszautasítanak minket, azonban ekkor sem szabad csüggednünk, menjünk tovább, keressünk fel további potenciális támogatókat.

2. A másik tanulság az, hogy a legtöbb esetben viszonzást várnak a támogatók – különösen, ha szponzorálásról van szó –, de legalábbis szeretnék látni a segítségükkel elért eredményeinket. Ezért ajánlatkészítéskor célszerű, ha felvázoljuk azokat az előnyöket, amelyekkel a szponzor számolhat, ha minket támogat. Írjuk le, **hogyan kívánjuk megvalósítani a terveinket, miként és mikor fogunk beszámolni az eredményeinkről, s milyen ellenszolgáltatást nyújtunk a támogatásért cserébe**.

Ha elkészítettük az ajánlatot, **meg kell határoznunk a lehetséges támogatóink körét**. Gondoljunk csak bele, egészségvédelemmel foglalkozó egyesületként nem fogunk a dohánygyárhoz fordulni, illetve nyugdíjas klubunkat sem fogja támogatni a Hasbro.

A támogatások között is különbséget tehetünk. Létezik az ún. **mecenatúra**, amely azt jelenti, hogy szervezetünket ellenszolgáltatás nélküli támogatásban részesítik. A törvény szerint nem minősül ellenszolgáltatásnak, ha a támogatott program publikációiban a támogató nevét feltüntetjük. Ez motiváló lehet a támogató számára, ezért érdemes felajánlani ezt a lehetőséget. Ellenszolgáltatás nélküli támogatásra olyan szervezetektől számíthatunk, amelyek **missziós céljai** a miénkkel harmonizálnak. (Pl. napelemes autókat gyártó cég környezetvédelmi szervezetet támogat.)

Az ellenszolgáltatás mellett nyújtott támogatást **szponzorációnak** nevezzük. Ekkor a támogató inkább saját **stratégiai céljait** tartja szem előtt, s úgy véli, hogy a támogatás neki üzleti hasznot fog hozni. (Gondoljunk csak a focisták mezére!)

„Pontos elszámolás: hosszú barátság” – mondta nekem egyszer az oktatóm, amikor vezetni tanultam. Ez nagyon tetszett nekem – annak ellenére, hogy utalás volt a kifizetetlen óraszámok rendezésére –, s igyekszem ma is ehhez tartani magamat. Ezért javaslom: legyenek korrektek a támogatókkal szemben, tartsák be a vállalt határidőket, s inkább többet, mint kevesebbet teljesítsenek a vállaltaknál. Ha hihetünk benne, a korrektség még manapság is megalapozza a hosszú távú együttműködéseket! ■

SZERVEZETI KOMMUNIKÁCIÓ

Mi az a pr-tevékenység? ■ Kikkel és hogyan kell tartanunk a kapcsolatot? ■ Hogyan biztosítsuk szervezetünk számára a nyilvánosságot? ■ Mi az a médialista? ■ Miért fontos a belső szervezeti kommunikáció? ■ Milyen szempontok alapján alakítsuk ki szervezetünk arculatát?

Az üzleti világban minden a pénz körül forog, s ezért az üzletemberek alaposan átgondolják, hogy mely szükségletek kielégítésére vállalkoznak. Igyekeznek a legjövedelmezőbb megoldást választani, hiszen céljuk a minél nagyobb profit elérése. Ez ésszerű keretek közt teljesen normális, csak hogy a társadalom tagjainak szép számmal vannak olyan szükségletei, amelyeket egyik üzleti vállalkozás sem elégít ki, mert **egyszerűen nem éri meg nekik** (pl. a hajléktalanok ellátása). Ezek a feladatok az államra hárulnak, amelyek közül azonban a civil szervezetek sokat átvállalnak, **közvetítő szerepet játszva** így a társadalom bizonyos tagjai (igénybevevők, rászoruló), valamint az állam és a for-profit szervezetek között. Ideális esetben az állam, az üzleti vállalkozások, s gyakran magánszemélyek biztosítják a forrásokat (támogatók), míg a non-profit szervezetek időt, energiát és szakértelmet fektetnek abba, hogy ezek a források a megfelelő időben és helyen a megfelelő formában a rászoruló (célcsoport) rendelkezésére álljanak.

Hatékony közvetítéshez azonban szervezett kommunikációra van szükség.

A szervezetek által folytatott kommunikációs tevékenységet public relations-, röviden pr-tevékenységnek nevezzük. A non-profit szervezetek gyakran nem tulajdonítanak különösebb jelentőséget ennek a területnek. Bár nincs olyan szervezet, amely ne kommunikálna

környezetével, de számos helyen ezt **nem tudatosan teszik**. Fontos ezért, hogy kommunikációs tevékenységünket **szervezzük meg, készítsünk terveket**, amelyek a szervezet működéséhez szükséges egyéb területekkel, különösen a stratégiai céljainkkal összhangban vannak!

A non-profit szervezeteknél szinte létkérdés, hogy mennyire tudják biztosítani önmaguk számára a nyilvánosságot, hiszen ha nem működik megfelelően a szervezeti kommunikáció, akkor csökken a programok látogatottsága, a szervezet összekeverik másokkal, az adományozók elbizonytalanodnak, szolgáltatási bevételek csökkennek, stb. A rosszul kivitelezett, illetve a nem tudatosan alkalmazott pr-tevékenység megpecsételheti a non-profit szervezet sorsát, s fennmaradásuk kerülhet veszélybe.

Kivel, s hogyan tartsuk a kapcsolatot?

A **támogatókkal** való kapcsolattartás elsődleges célja a forrásszerzés. A kapcsolatfelvételtől a támogatási összeg átutalásáig azonban hosszú út vezet. Mivel mára sok, gyakran nagyon hasonló tevékenységet folytató civil szervezet létezik, törvényszerű, hogy egyfajta versenyalakul ki közöttük. Ráadásul az üzleti vállalkozásokkal szemben ez a verseny nem csak az igénybevevők, hanem a támogatók oldalán is jelentkezik. Meggyőzőnek kell tehát lennünk. Ha ez sikerül, akkor sem dőlhetünk hátra, hiszen a kapott támogatással el is kell számolnunk!

A tervek szerint megvalósított programmal, valamint a pontos és időben elkészített beszámolóval elnyerhető a támogató bizalma, amely a hosszabb távú együttműködés lehetőségét vetheti fel.

A magánemberek és cégek nehezen döntenek arról, hogy mely szervezetet támogassák, általában valamilyen személyes kötődés alapján választanak. Azonban ha egy együttműködés egyszer sikeres volt, szívesen támogatják újra a kiválasztott szervezetet. Ehhez azonban folyamatosan kapcsolatot kell tartani velük, állandóan szem előtt kell lenni.

Az állami támogatásoknál szintén előnyt élveznek azok a szervezetek, amelyek korábbi kötelezettségeit pontosan teljesítették. Gyakran érezhetjük úgy, hogy ördögi körbe keveredtünk: a pályázató/adományozó csak akkor támogatja a szervezetet, ha az rendelkezik a projekt megvalósításához szükséges tapasztalatokkal, azonban hogyan szerezzon a szervezet tapasztalatokat, ha nem támogatják? Ezért van olyan nagy jelentősége a saját bevételeknek, amely lehetővé teszi, hogy önállóan is képesek legyenek programok megvalósítására, amelyek folytatásához aztán támogatásra is számíthatnak.

A non-profit szervezetek számára kiemelkedő jelentősége van annak, hogy folyamatos kapcsolatban legyenek **más non-profit szervezetekkel**, különösen azokkal, akik hasonló tevékenységek megvalósítását tűzték ki célul, vagy célcsoportjuk azonos. Fontos, hogy ne

csak a versenytársat, hanem a partnert is lássák a másikban. Míg a for-profit szervezeteknél a verseny a hangsúlyos, a non-profit szervezetek esetében a célcsoport igényeinek maximális kielégítése érdekében előtérbe kell kerülnie a szervezetek közti együttműködésnek. Ez a pályázatok szempontjából is fontos, sok pályázató előnyben részesíti azokat a projekteket, amelyek több szervezet együttműködésével valósulnak meg. Ez különösen igaz az uniós pályázatokra, ahol is konzorciumi partnerség kialakítása nélkül esélye sincs a szervezetnek a támogatás elnyerésére. Az együttműködések, közös programok elősegítik a szervezetek közti tapasztalatcserét, amelyre szerencsére a non-profit szervezetek nagyobb hajlandóságot mutatnak, mint for-profit társaik.

A civilek mellett egy szervezet életében jelentős szerepet játszanak a **for-profit cégek** is, s nem csak mint potenciális támogatók, hanem mint szolgáltatók. A non-profit szervezetek is gazdasági eszközökkel valósítják meg céljaikat, amibe beletartozik az is, hogy gyakran cégek szolgáltatásait veszik igénybe. Sok szervezet került már bajba amiatt, hogy programjához nem, vagy csak jóval később kapta meg a támogatást, ezért fizetéseképtelenné vált.

A non-profit szervezetek hatékony működésének elengedhetetlen feltétele a **nyilvánosság biztosítása**. Ez lehetővé teszi, hogy a szervezet ismertté váljék, s programjairól, szolgáltatásairól tudomást szerezzenek. Érdemes ezért a programokat, szolgáltatásokat, véleményeket a **sajtó munkatársainak közvetítésével** nyilvánosságra hozni. Hívjunk meg rendezvényeinkre újságírókat, televíziós stábokat, adjunk közre sajtóközleményeket, szervezzünk esetleg sajtótájékoztatókat, használjuk a civil szolgáltató központok által

HOGYAN KÉSZÍTSÜNK MÉDIALISTÁT?

Drága reklámfelületeket vásárolni nem nagy mutatvány, pusztán pénz kell hozzá. A pénzhiány azonban igen leleményessé teheti az embert. Tapasztalataink szerint a médiumok egy része egyáltalán nem zárkózik el attól, hogy segítse a civil szervezetek munkáját. Sokan lehetőséget biztosítanak arra, hogy a valóban társadalmi célú non-profit kezdeményezések **felhívásai ingyenesen** megjelenjenek helyi, vagy akár országos médiumokban. Ahhoz, hogy ez valóban működjön, jó kapcsolatot kell kialakítani a sajtó munkatársaival, s elsősorban nekünk kell alkalmazkodnunk. Ismernünk kell például a médium profilját, a lapzárta idejét, a megjelenés gyakoriságát, egyéni igényeiket (pl. az egyik lap mindig e-mailben, formázatlan szöveggént kéri a megjelentetni kívánt szöveget), stb.

Hogyan nézzen ki a médialista?

A médialista létrehozása előtt át kell gondolnunk, hogy mire is akarjuk használni. Nem mindegy ugyanis, hogy véleményünket, sajtóközleményeinket, cikkeket szeretnénk megjelentetni, vagy programjainkat akarjuk népszerűsíteni. Most egy olyan listát mutatunk be, amelyet elsősorban a programjaink népszerűsítésénél, felhívások, hirdetések közzétételénél tudunk használni.

Excel táblázatban dolgozzunk, s készítsünk több munkalapot, amelyek segítségével elkülöníthetjük az újságokat, rádiókat, televíziókat, on-line kiadványokat. Az alábbi adatokra lesz szükségünk: médium elnevezése; megye, ahol megjelenik; pontos cím, telefonszám, faxszám, kontaktszemély neve, mobilszáma, e-mail címe. Hagyjunk helyet a megjegyzéseknek is!

Ha a médialista elkészült, s van olyan programunk, amelyet a szélesebb nagyközönség körében szeretnénk népszerűsíteni, következhet a munka neheze. Ne feledjük, hogy a médiumok túlnyomó része profitszerzés céljából tart fenn hirdetési felületeket, ezért nagyon körültekintőnek és leleményesnek kell lennünk, hogy a hirdetésszervezők „szőrös szívét megpuhítsuk”. Következő számunkban a médialista hatékony használatát, s az évek során összegyűjtött tapasztalatokat, kreatív ötleteket osztjuk meg az olvasókkal. Addigra készítsék el saját listájukat! ■

üzemeltetett internetes portálokat, s népszerűsítjük programjainkat újságokban, rádiókban, az interneten, esetleg a televíziókban. A tapasztalat azt mutatja, hogy számos médium együttműködik a non-profit szervezetekkel, vagyis olcsón, olykor ingyenesen tehetünk közzé társadalmi célú hirdetéseket, közleményeket nem csak az írott, hanem az elektronikus sajtóban is. Ahhoz azonban, hogy ezt szervezettel végezzük, érdemes időt szánnunk arra, hogy szervezetünk számára összeállítsunk egy **médialistát**, amely tartalmazza a médiumok legfontosabb adatait.

A nemzeti hírügynökségről szóló 1996. évi CXXVII. törvény az MTI Zrt. közszolgálati feladataként rögzíti a közérdekű közlemények kiadását, így a civil szervezeteknek is lehetőségük van igénybe venni az OTS-OS-Hírvonal hírügynökségi szolgáltatást, amelynek segítségével közleményeiket, állásfoglalásaikat, a nyilvánosságnak szánt információikat szó szerinti formában térítésmentesen juttathatják el az MTI Zrt. előfizetőihez (www.mti.hu). Ez azonban nem kerül automatikusan az újságokba, ehhez meg kell tanulnunk olyan sajtóközleményeket írni, amelyek felkeltik az újságírók, hírszerkesztők érdeklődését.

A sajtóval való jó kapcsolat megalapozza a **célcsoporttal való kap-**

csolatunkat is, hiszen a sajtóban megjelenő közleményeinkkel, hirdetéseinkkel őket is célozzuk. A célcsoporttal való kapcsolattartás elsődleges eszköze a **marketing**, amely szintén a kommunikáció formája. A non-profit szervezetek gyakran idegenkednek a fogalomtól, ezért nem árt tisztázni, hogy a marketing nem azonos az eladással. A marketing alapja a szükséglet, alapelve, hogy a szervezet megtalálja azokat a személyeket, csoportokat, szervezeteket, amelyeknek olyan szükségletei vannak, amelyet az adott szervezet tevékenysége, szolgáltatása ki tud elégíteni.

Mielőtt azonban kinyílnánk a külvilág felé, fontos, hogy szervezetünkön belül rendbe tegyük a dolgainkat. Szükség van tehát egy jól működő belső **kommunikációra** is, amely alapja a hatékony külső kommunikációnak. A belső kommunikációs rendszer segíti a szervezetben dolgozók, tagok, önkéntesek közötti kapcsolattartást. A jól szervezett belső pr-tevékenység elősegíti a szervezettudatos gondolkodást, és csapatépítést, építi a közösséget, részvételre sarkall, motivál, lehetővé teszi az információáramlást, segíti az ötletek felszínre jutását, elősegíti a közös munkát. A non-profit szervezeteknél gyakran nincsenek beosztások, az egyes területek szervezetlenek és össze-

mosódtak, ezért kiemelten fontos jelentősége van annak, hogy a munkatársak tisztában legyenek feladataikkal, s felelősségi köreikkel. A jól felépített belső kommunikációs rendszer ezen segíthet, igaz, hogy csak tünetileg kezeli a problémát. A hatékony belső párbeszéd eszközei lehetnek a telefonos kapcsolat – forró drót; információs levél a tagok és önkéntesek körében (legtöbbször e-mailben történik, nagy taglétszám esetében nyomdai úton előállított kiadvány formájában); belső rendezvények (csapatépítő programok, kirándulások, összejövetelek); megbeszélések; közgyűlések; elnökségi gyűlések.

A pr-tevékenység során kitüntetett helyet foglal el a **szervezetünk arculatának kialakítása**. Ha van logónk, állandó levélpapírunk, stílusunk, stb., akkor nem fognak minket más szervezetekkel összekeverni. Az átgondolt, egységes arculat hozzájárul ahhoz, hogy szervezetünket komolyan vegyék.

Az arculat megtervezésénél vegyük figyelembe szervezetünk elnevezését, stratégiai céljait, célcsoportjának összetételét is. A legszerencsésebb, ha elképzeléseinket megosztjuk egy szakemberrel, s a kivitelezést rábízuk. Kérjük meg, hogy több tervet is készítsen, amelyből majd kiválaszthatjuk a legmegfelelőbbet. ■

LOGÓ

Várjuk szerkesztőségünk e-mail címére logók terveit, amelyeket grafikusunk értékeli, s a legjobb ötleteket igény szerint kivitelezzi. Szerkesztőségünk e-mail címe:

szerkesztoseg@npa.hu



CIVIL MARKETING – KELL EZ NEKÜNK?

Mielőtt a címadó kérdésre válaszolnánk, gondoljuk át, hogy miért is alakul meg a legtöbb civil szervezet! Nem azért, mert az alapítói a Bahamákon szeretnének nyaralni, hanem azért, mert egy társadalmi, vagy egy szűkebb csoporton belül felmerülő problémára kívánnak megoldást találni. Céljuk nem a minél nagyobb profit elérése, hanem egy társadalmi szükséglet hatékony kielégítése.

Éppen ezért sok civil szervezet nem törődik a marketinggel, hiszen az annyira kötődik az üzleti világhoz, a fogyasztói társadalomhoz! Úgy gondolják, hogy ez a for-profit cégek kulcsterülete, s közben rendezvényeiket egyre kevesebben látogatják, s az a kevés ember is elégedetlenül távozik...

Ahhoz pedig, hogy valóban társadalmi szervezetté váljunk, elengedhetetlen, hogy elnyerjük az emberek bizalmát, eljöjjenek a rendezvényeinkre és igénybe vegyék a szolgáltatásainkat.

A marketing valójában a célcsoporttal való kommunikáció, tehát nem csak a saját szempontjainkat kell figyelembe vennünk (s programunkat rátukmálni valakikre), hanem oda kell figyelniük a célcsoport igényeire is, sőt, ezek alapján határozzuk meg saját tevékenységünket. A stratégiai tervek elkészítésénél tehát fontos szerepe van a marketingnek, hiszen ennek segítségével döntjük el, hogy milyen programokra, szolgáltatásokra van szükség.

Az első lépés: tisztázni, hogy ki nek akarunk a kedvében járni...

...vagyis meg kell határoznunk azoknak az embereknek a körét, akiket programjainkkal és szolgáltatásainkkal célozni szeretnénk. Ők

a mi célcsoportunk. A programok akkor igazán sikeresek, ha ezt a kört minél pontosabban meg tudjuk határozni (társadalmi, demográfiai, pszichológiai, földrajzi ismérvek alapján), vagyis egy viszonylag szűk csoport igényeit akarjuk kielégíteni. Mindenkin úgysem tudunk segíteni, ezért is olyan fontos, hogy civil társadalmunk színes és sokféle legyen.

Minél jobban ismerjük célcsoportunk tulajdonságait, annál eredményesebben tudjuk igényeiket is feltárni.

Egy kihagyhatatlan lépés: célcsoportunk igényeinek feltárása.

Ahogy az üzleti vállalkozások piacutatást végeznek, hogy termékeik a lehető legnagyobb mértékben elnyerjék vásárlóik tetszését, úgy a non-profit szervezeteknek is igényfelmérést kell készíteniük, hogy programjukkal, szolgáltatásukkal minél jobban ki tudják elégíteni célcsoportjuk igényeit. Ez azoknál a szervezeteknél is fontos, akik térítésmentesen nyújtanak szolgáltatásokat.

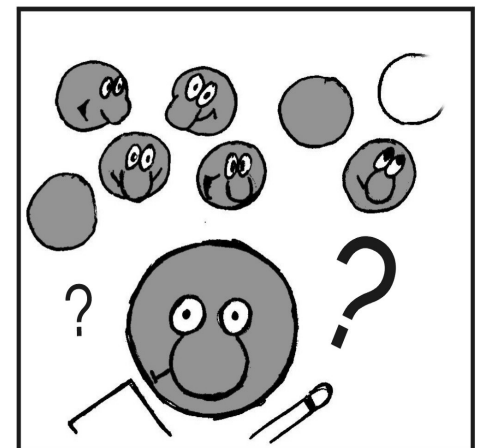
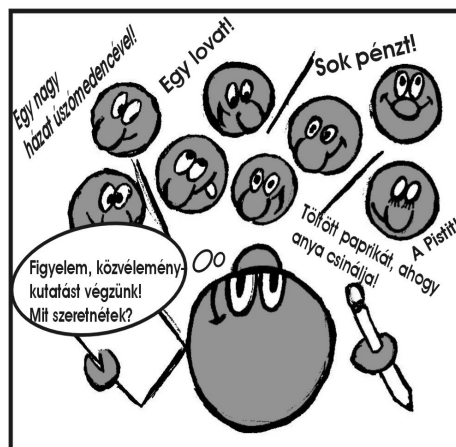
Fiatal, tapasztalatlan szervezeteknél gyakran elhangzik: „Ez remek program lesz, biztosan tetszeni fog nekik...”, csak hogy a kijelenté-

sük megalapozatlan, nem az előzetes információgyűjtésen, hanem tippeken alapul. Ez gyakorta csalódáshoz vezet, mind a szervezők, mind az érdeklődők számára. S ha a szervezet túl is teszi magát a sikertelen program élményén, lehet, hogy a következő alkalommal még kevesebben jönnek el (ahogyan nem megyünk be még egyszer abba az étterembe, ahol előzőleg nem ízlett az étel). S ez fordítva is igaz: ha a programunkra ellátogatók elégedettek, legközelebb is számíthatunk rájuk.

A másik eset, amikor nem készül előzetes felmérés, gyakran akkor fordul elő, ha a szervezet a pályázati kiírásoknak engedelmessé nem saját ötlettől vezérelve, saját célcsoportjának akar programot szervezni, hanem csak a pályázató/adományozó igényeinek akar megfelelni.

Információgyűjtés

Ha tehát nem akarunk csalódni, és csalódást okozni, információra van szükségünk célcsoportunkkal kapcsolatban. Az információgyűjtést meg kell szerveznünk, tudnunk kell, hogy mire is szeretnénk választ kapni, illetve hogyan fogunk hozzájutni a szükséges információkhoz.



Az igényfelmérésnél fontos, hogy kérdéseinket pontosan fogalmazzuk meg...

Milyen lehetőségeink vannak?

1. Tanulmányokat, statisztikákat olvasunk el, amelyeket más szervezetek, más célból állítottak össze (szekunder vagy másodlagos adatok).

2. Mi magunk, kimondottan az adott programra kidolgozva készítjük el a felmérést (primer vagy elsődleges adatok). Tehetjük ezt

a) írásbeli (pl. kérdőíves felmérés) vagy

b) szóbeli (interjúk, beszélgetések) módszerekkel. Fontos azonban, hogy kérdéseinket pontosan fogalmazzuk meg.

Ha úgy gondoljuk, hogy elegendő kérdőívet töltöttünk ki, s elegendő interjút készítettünk, értékelnünk kell a tapasztalatokat. Ha ezt megteesszük, választ kapunk az igényfelmérés kezdetén feltett kérdéseinkre, s továbbléphetünk. (Az is előfordulhat, hogy a felmérés olyan eredményt hoz, amely alapján arra a belátásra kell jutnunk, hogy ebben az esetben mi nem – esetleg egyedül nem – tudunk segíteni. A felmérést ebben az esetben sem kell elvetnünk, hiszen továbbíthatjuk az igényeket, vagy kereshetünk partnereket.)

Következzék a program részletes megtervezése.

Most már tehát képet kaptunk arról, hogy célcsoportunknak mire van szüksége, igénye, tehát hozzáláthatunk egy olyan program/szolgáltatás kidolgozásához, amely ezeket a szükségleteket kielégíti. Ez a projekttervezés szakasza, amelyben meghatározzuk, hogy mikor, hány fő részére, milyen forrásszükségletek mellett, pontosan milyen programot valósítsunk meg, s végül hogyan fogjuk munkánkat ellenőrizni, értékelni.

A non-profit szervezeteknél gyakori probléma, hogy túl alacsonyan szabják meg árait, amivel nem

csak szolgáltatásaik értékét csökkentik a célcsoport szemében, hanem lényeges bevételi forrásoktól esnek el. Még ha pályázati összegből tudják is fedezni költségeik egy részét, szükség van önerőre, amelyet gyakran a résztvevők hozzájárulásával lehet csak biztosítani.

Hogyan tegyük vonzóvá programjainkat?

A marketing feladatok körébe tartozik meghatározni azt, hogy milyen eszközökkel (szóróanyag, rádiós, televíziós hirdetés), s hogyan fogjuk népszerűsíteni a programunkat. Nagyon fontos, hogy hatékonyan tudjunk kommunikálni a célcsoporttal, s pontosan, meggyőzően tájékoztassuk őket az általunk kínált lehetőségekről.

Az alábbiakban összegyűjtöttünk néhány megfontolandó tanácsot a reklámozással kapcsolatban:

1. Előfordulhat, hogy a programunk célcsoportja és a reklámunk célcsoportja nem ugyanaz (pl. kisgyerekeknek szánt játékot elsősorban a szülők körében érdemes népszerűsíteni). Hirdetésünket ennek figyelembevételével készítsük el!

2. A reklám akkor hat igazán, ha az általa megcélzott csoport tagjai számára rájuk érvényes üzenetet tartalmaz! Határozzuk meg tehát mondanivalónkat! Közös gyűjtésünk össze minél több lehetőséget, majd válasszuk ki a legjobbat!

3. Merítsünk ötletet más szervezetek reklámjaiból, illetve igyekezzünk tanulni mások hibájából!

4. A hirdetés alkalmazkodjon szervezetünk hosszú távú céljaihoz,

illeszkedjen arculatunkhoz! A reklámanyagok elkészítésekor használjuk a ránk jellemző színeket, stílusjegyeket!

5. A hirdetési anyagokat ne szórjuk két kézzel! Igyekezzünk ott kihelyezni őket, ahol célcsoportunk gyakran megfordul! Hatékonyságunkat növelhetjük ezzel, s fölösleges kiadásoktól kíméljük meg magunkat.

6. Használjuk a médiát! Tegyük közzé társadalmi célú hirdetéseket, közleményeket, rádióspotokat!

7. A kevesebb gyakran több! Ne zúdítsunk egyszerre túl sok információt a közönségre, inkább legyenek rövidke, s adjunk meg egy telefonszámot, ahol további felvilágosítást adunk! A túl hosszú szöveget sokan nem olvassák el, de ha egy rövid, frappáns mondattal felkeltjük valaki érdeklődését, az telefonálni fog.

8. Mérjük a különböző eszközök hatékonyságát! Ha érdeklődik valaki, kérdezzük meg, honnan hallott a programról! Tapasztalatainkat következő alkalommal kamatoztathatjuk!

A marketing tevékenység során fontos, hogy mindig legyenek írásba foglalt terveink: miként képzeljük el a célcsoport-meghatározást, az igényfelmérést, a reklámozást, értékelést, s mindezt milyen ütemterv alapján kívánjuk megvalósítani. Stratégiai céljainkat ne tévesszük szem elől, marketing terveinket ennek rendeljük alá! Ne felejtsük azonban, hogy célunk nem az, hogy remek marketing tervvel rendelkezünk, hanem az, hogy remek programokat szervezzünk! ■

HÁZI FELADAT

Küldjék el szerkesztőségünk e-mail címére a programjuk népszerűsítésére szánt szóróanyagok tervét (szórólap, plakát, hirdetés), s grafikusunk véleményezi őket, s a legjobb ötleteket igény szerint grafikailag kivitelezi.

Szerkesztőségünk e-mail címe: szerkesztoseg@npa.hu

ADOMÁNYOZÁS, ADÓVÁLTOZÁSOK

Rovatunkkal időről időre egy-egy civil szervezeteket érdeklő, érintő jogi témát járunk körbe. Segítséget nyújtunk mindazoknak, akik a törvények, kormányrendeletek és egyéb joganyagok elolvasása után okosabbak nem lettek, de idegesebbek annál inkább. Kérdéseinket dr. Manyura Roland jogász válaszolja meg közérthető nyelven, ugyanakkor pontosan és szakszerűen.

Aktuális számunkban az adományozásról és a szeptembertől életbe lépett, non-profit szervezeteket is érintő adóváltozásokról kérdeztük.



Dr. Manyura Roland

Mi számít közcélú adománynak?

Közcélú adománynak minősül a belföldi székhelyű, közhasznú, illetve a kiemelten közhasznú szervezetek számára ingyenesen, illetve visszafizetési kötelezettség nélkül nyújtott támogatás – pénz, tárgyi eszköz, esetleg szolgáltatás – amelyet a szervezet a közhasznú tevékenységének folytatásához, illetve a közfeladat ellátásához használhat fel.

Amennyiben akár közvetve is megállapítható, hogy a támogatás befizetése csak látszólagos, vagy csak látszólag szolgál közhasznú célt, a támogatás nem tekinthető közcélú adománynak.

Nem közcélú az adomány abban az esetben sem, ha az az adományozónak, illetve magánszemély esetében a hozzátartozóknak vagyoni előnyt jelent.

Mely támogatás csökkenti az adományozó adóalapját?

Az összevont adóalapot csökkenti az a közcélú adomány, amely betegségmegelőző és gyógyító, szociális, kulturális, oktatási ellátást; a sportot, a vallást és hitéletet; az öregekkel, a hátrányos helyzetűekkel, a magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségekkel, a határon túli magyarsággal kapcsolatos célok megvalósítását; tudományos, kutatási, környezetvédelmi, műemlékvédelmi, természetvédelmi, gyermek- és ifjúságvédelmi célt; az állampolgári jogok, a közrend, közbiztonság védelmét; a menekültek megsegítését; a törvényhozói munka elősegítését szolgálja.

Magánszemély esetében az adomány nem az adóalapot csökkenti, hanem az abból kiszámolt adót. Ebben az esetben adókedvezmény csak pénzbeli adomány esetében érvényesíthető, tehát magánszemély természetbeni vagy szolgáltatás adományozása esetén kedvezményt nem vehet igénybe.

Mi a helyzet az egyéni vállalkozókkal?

Egyéni vállalkozók esetében a magánszemélyekre vonatkozó szabályozást kell figyelembe venni.

Milyen mértékű ez a kedvezmény?

Az adóalap csökkentés (társaságok esetében tehát) mértéke eltérő a közhasznú és a kiemelkedően közhasznú szervezeteknek nyújtott támogatás esetében. Kiemelkedően közhasznú szervezetek támogatása esetén az adózás előtti eredményt csökkenti az *adomány másfélszeres összege*. A kedvezmény azonban csak az adózás előtti eredmény 20%-a erejéig érvényesíthető.

Közhasznú szervezetek támogatása esetén az adózás előtti eredményt csökkenti az *adomány teljes összege*, de a kedvezmény ebben az esetben is csak az adózás előtti eredmény 20%-a erejéig érvényesíthető.

Magánszemély esetében az adócsökkentés mértéke a kiemelkedően közhasznú szervezetnek *adományozott összeg 30%-a, de maximum 100 ezer forint*, illetve a közhasznú szervezet számára *befizetett összeg 30%-a, de maximum 50 ezer forint*.

Egyesületünk adományt kapott. Milyen papírmunkák várnak ránk?

Ahhoz, hogy az adományozó az általa nyújtott támogatás után az adókedvezményt igénybe vehesse, az adományozott szervezet által kiállított *igazolásra* van szüksége.

Igazolás kizárólag a közhasznú célok megvalósítására adott adományokról állítható ki (lásd fentebb).

Az igazolás tartalma magánszemélyek, illetve társaságok esetében némileg eltérő, de mindkét esetben tartalmazza az adományozó és a támogatott főbb adatait, illetve a támogatott szervezet közhasznúsági fokozatát, valamint a támogatás célját és mértékét. (A mellékelt ábrákon ilyen igazolások mintáit láthatjuk.)

Az igazolás eredeti példányát a támogató kapja, míg a kiállítónak ezen igazolás másolatát adódokumentumként az adójogi elévülési idő végéig meg kell őriznie. A támogatás megtörténtét és ennek értékét ezzel tudja bizonyítani.

Csak közhasznú szervezetek adhatnak ki ilyen igazolást?

Mivel a törvény szerint csak a közhasznú, illetve a kiemelten közhasznú szervezeteknek nyújtott támogatás után vehető igénybe kedvezmény, ezért ilyen igazolást is csak közhasznú, illetve kiemelten közhasznú szervezetek állíthatnak ki.

Mit takar a „tartós adományozás” kifejezés?

Tartós adományozásról abban az esetben beszélünk, ha a támogató a közhasznú szervezettel kötött szerződésben vállalja, hogy a szerződéskötés évében és az azt követő legalább három évben, évente legalább egy alkalommal azonos vagy növekvő összegben támogatást nyújt, amelyért cserébe semmilyen ellenszolgáltatást nem kér.

Mely jogszabályok tartalmazzák az adományozással kapcsolatos tudnivalókat?

Az adományozással kapcsolatos tudnivalókat főként az alábbi joganyagok tartalmazzák:

1992. évi LXXIV. törvény az általános forgalmi adóról,
1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról,
1996. évi LXXXI. törvény a társasági adóról és az osztalékadóról,
1997. évi CLVI. törvény a közhasznú szervezetekről.

Azt tudjuk, hogy az adományozást szabályozó jogszabályok most nem változtak, sok minden azonban igen. Melyek azok a változások, amelyek érintik a non-profit szervezeteket?

Ezek közt a szeptember 1-jével módosult telefonadót, illetve a megemelkedett járulékkerheket említeném.

Bizonyos természetbeni juttatás – így például a céges telefonok magán célú használata – eddig is adóköteles volt, ám az augusztus 31-ig érvényes 44%-ról ennek mértéke 54%-ra változott.

Emellett a 2006. szeptember 1-jétől életbe lépett társadalombiztosítási törvénymódosítással bevezetésre került az úgynevezett minimum-járulékalap. Ez azt jelenti, hogy minden munkáltatónak dolgozónként legalább a minimálbér kétszerese, vagyis 125 ezer forint után kell járulékot fizetni. Ha azonban a munkavállaló munkabére nem éri el a bruttó 125 ezer forintot, s ezt a munkáltató az APEH-nek bejelenti, akkor lehetőség van továbbra is a tényleges bér után fizetni a járulékokat. Első alkalommal 2006. október 12-ig lehet megtenni a bejelentést.

Mi a helyzet akkor, ha a munkavállaló bére nem éri el a 125 ezer forintot, de ezt a munkáltató nem jelen-

Igazolás társaságok részére		
Adományozott:		
Adószáma:		
Székhelye:		
Közhasznú minősítés fokozata:		
Adományozó neve:		
Adószáma:		
Székhelye:		
Adományozott összeg:	Ft, azaz	forint
Eszköz, természetben nyújtott adomány piaci értéke:	Ft, vagy	
nyilvántartási értéke:	Ft	
Tartós adomány esetén (1+3 év) a szerződés kelte:		
Adomány értéke 200_ évben:		Ft
Értékpapír névértéke 200_ évben:		Ft
Támogatott cél:		
.....szervezet igazolja, hogy 200_ év során a		
.....szervezet részére		
..... Ft, azaz		
forint értékben adományt nyújtott.		
Jelen igazolás a társasági adótörvény 1996 évi LXXXI. tv. 5-7 § -a alapján került kiállításra, melyet a társaság (ill. egyéni vállalkozó) 2005. évi adóalap kedvezményéhez vehet igénybe.		
Kelt:		
1. ábra		
(Aláírás, pecsét)		

ti be? Ebben az esetben a munkavállalót hátrány éri, hiszen járulékait a minimum-járulékalap szerint fogják levonni!

Amennyiben ilyen helyzet áll elő, vagyis a munkáltató elmulasztja a bejelentést, a munkavállalót nem éri veszteség, ugyanis ebben az esetben a járulékkülönbözet megfizetése a munkáltatót terheli.

Az új járulékszabályok szerint tehát, a munkavállaló ugyanannyi bruttó fizetés mellett mostantól kevesebb pénzt visz haza?

Bizony így van, hiszen szeptember 1-jétől a munkavállalói járulék 1%-ról 1,5%-ra, az egészségbiztosítási járulék pedig 4%-ról 6%-ra emelkedik. Ezek mind a munkavállalót terhelik, vagyis a nettó jövedelme valóban kevesebb lesz.

A részmunkaidőben foglalkoztatottak esetében hogyan kell eljárni?

Részmunkaidőben foglalkoztatottak esetében a 125 ezer forint arányos része után kell megfizetni a járulékokat.

Ha az APEH-nek tett bejelentés után a 125 ezer forint bruttó jövedelmet el nem érők esetében továbbra is lehetőség van a tényleges bér után történő járulékfizetésre, akkor mi értelme van ennek a törvénymódosításnak?

Sajnos az adófizetők egy része nem a valós jövedelme alapján fizeti meg a közterheket, vagyis pl. minimálbérré vannak bejelentve, de valós jövedelmük ezt jóval meghaladja. A beérkező nyilatkozatok valóságtartalmát – miszerint a munkavállaló jövedelme nem éri el a bruttó 125 ezer forintot – az APEH ellenőrizheti, így, ha egy esetleges vagyonosodási vizsgálat során kiderül, hogy a nyilatkozat valótlaniságot tartalmazott, az adózót felelősségre vonják.

Ezzel a rendelkezéssel igyekeznek a kormány elérni, hogy a minimálbér után adózók (legalább is egy részük) magasabb összeg után fizessék meg a közterheket.

Térjünk kicsit vissza a telefonadóra! Pontosan mire vonatkozik ez a szabályozás, s mely esetekben kell megfizetni?

Telefonadót abban az esetben kell fizetni, ha a szerve-

zet nevére szóló telefont magán célra is használják. Ebben az esetben a magáncélú telefonhasználat természetbeni juttatásnak minősül, tehát adóköteles, s a havi telefonszámla végösszegének 20%-a után kell megfizetni, amelynek mértéke szeptembertől 54%. Egy 10 ezer forintos telefonszámla esetében tehát a fizetendő összeg $(10 \text{ ezer} \times 20\%) \times 54\%$, vagyis 2 ezer forint 54%-a = 1080 forint, amelyet a dolgozónak kell megfizetni.

Abban az esetben, ha a szervezet részletes számlát igényel, amelyen elkülöníti a magáncélú hívásokat, s ennek értékét kiszámlázza a dolgozónak, akkor a telefonadót nem kell megfizetni.

Igaz-e, hogy szeptembertől a telefon áfájának 70%-a levonható az adóból?

Ez így van, az eddigi 50% helyett szeptembertől 70% vonható le.

Mi a helyzet a sokat emlegetett házipénztár-adóval?

Ez a rendelkezés a non-profit szervezetekre nem vonatkozik.

Igazolás magánszemélyek részére

Adományozott:
Adószáma:
Székhelye:
Közhasznú minősítés fokozata:

Adományozó neve:
Adóazonosító jele:
Adószáma:
Lakhelye:

Adományozott összeg:	Ft, azaz	forint
Tartós adomány esetén (1+3 év) a szerződés kelte:		
Adomány értéke:		Ft
Értékpapír névértéke:		Ft
Támogatott cél:		

..... szervezet igazolja, hogy 200_ év során
..... szervezet részére
..... Ft, azaz.....
forint értékben adományt nyújtott.

Jelen igazolás a személyi jövedelemadóról szóló 1995 évi CXVII. tv. alapján került kiállításra, melyet a magánszemély 200_ évre vonatkozó SZJA bevallásánál figyelembe vehet.

Kelt:

2. ábra

(Aláírás, pecsét)

Mely jogszabályok tartalmazzák a fent említett változásokat?

ügyminisztérium (www.penzugyminiszterium.hu) honlapján. ■

A 2006. évi LXI. törvény az, amely a leglényegesebb változásokat tartalmazza, de a változásoknak utánanézhetünk az APEH (www.apeh.hu) vagy a Pénz-

Lektorálta:
Bulyáki Anita, NUMITOR MMIV. Kft.
Könyvelés, pénzügyi tanácsadás

JOGI TANÁCSADÁS

Civil szervezetek jogi kérdéseit szakértőnk a jogasz@npa.hu e-mail címen várja.

Felvételi előkészítő tanfolyam a négyosztályos középiskolába felvételiző 7-8. osztályos diákok részére,

matematika és magyar tantárgyakból
nappali (Nappali Képzési Program) és levelező tagozaton (Távoktató Program).

- Igazodik a 2006-os felvételi követelményrendszerhez
 - Összefoglalja az általános iskolában tanultakat
 - Rendszerezi az ismereteket
 - Gyakoroltatja a felvételi típusfeladatokat

A tanfolyami keretlétszám korlátozott, felvétel jelentkezési sorrendben történik!

Telefon: 06-70/2-444-979

MRO Historia könyvek Minden, ami továbbtanulás

történelem, magyar, matematika tantárgyakból

- közép- és emelt szinten
- érettségi feladatsor-gyűjtemények
 - érettségi adattárak
 - érettségi esszévázlatok

Honlap: www.ponthatarok2007.hu

MRO Historia könyvek Minden, ami továbbtanulás

magyar és matematika tantárgyakból
hat- és négyosztályos középiskolába 2007 januárjában felvételt tenni szándékozó
6. és 8. osztályosok részére

Honlap: www.felvesznek.hu

A 2006. szeptember 1-jétől életbe lépett törvénymódosítások alkalmazása minimálbér esetén

FOGLALKOZTATOTT ESETÉN	Minimálbér 2006. aug. 31-ig	Minimálbér 2006. szept. 1-jétől	Minimálbér a mini- mum-járulékalap figyelembevételével
Bruttó bér	62 500 Ft ¹	62 500 Ft	62 500 Ft
Egészségbiztosítási járulék ²	2 500 Ft	3 750 Ft	7 500 Ft
Nyugdíjbiztosítási járulék (8,5%)	5 313 Ft	5 313 Ft	10 626 Ft
Munkavállalói járulék ³	625 Ft	938 Ft	938 Ft
Személyi jövedelemadó (18%) ⁴			
<i>Levonások összesen</i>	<i>8 438 Ft</i>	<i>10 001 Ft</i>	<i>19 064 Ft</i>
Nettó bér	54 062 Ft	52 499 Ft	52 499 Ft ⁵
Munkáltatót terhelő járulékok			
TB járulék (29%)	18 125 Ft	18 125 Ft	36 250 Ft
Munkaadói járulék (3%)	1 875 Ft	1 875 Ft	1 875 Ft
Egészségügyi hozzájárulás	1 950 Ft	1 950 Ft	1 950 Ft
Szakképzési hozzájárulás (1,5%)	938 Ft	938 Ft	938 Ft
Járulékok összesen	22 888 Ft	22 888 Ft	41 013 Ft
Munkáltató összes kifizetése	85 388 Ft	85 388 Ft	112 576 Ft
APEH-nek fizetendő összesen	31 326 Ft	32 889 Ft	60 077 Ft

¹ 2006. július 1-jétől a 316/2005. (XII. 25.) korm. rendelet szerint, a legalább középfokú iskolai végzettséget, illetőleg szakképzettséget igénylő munkakörben foglalkoztatott munkavállalók részére megállapított havi személyi alapbér garantált bérminimuma 2006. július 1-jétől 2 évnél kevesebb gyakorlati idő esetén a 65 700 Ft-ra, legalább 2 év gyakorlati idő esetén 68 800 Ft-ra emelkedett, az 50 év feletti munkavállalókat gyakorlati idejüktől függetlenül a magasabb összeg illeti meg. A 62 500 Ft-os minimálbér abban az esetben adható, ha a munkaszerződésben rögzítik, hogy a munka elvégzése nem igényel középfokú végzettséget.

² Az egészségbiztosítási járulék mértéke szeptember 1-jétől a korábbi 4% helyett 6%-ra változott.

³ A munkavállalói járulék szeptember 1-jétől a korábbi 1%-ról 1,5%-ra változott.

⁴ Az adójóváírás által biztosított adómentesség havi 63 000 forint jövedelemig valósul meg.

⁵ Ez az eset akkor áll elő, ha a munkáltató nem jelenti be az APEH-nál, hogy a munkavállaló jövedelme nem éri el a minimum-járulékalap mértékét, vagyis a 125 000 forintot. Ebben az esetben a többlet járuléktérhek valójában a munkáltatót terhelik, tehát a munkavállalónak meg kell kapnia az 52 499 Ft nettó bért. A fennmaradó 9 063 Ft járuléktöbbletet a munkáltatónak kell megfizetnie.

WINDOWS TORNA

Faragjuk le a Windowsról a felesleges kilókat, és érjük el sebesség növekedést!

Üdvözlöm az XP tornán! Már biztos tapasztaltuk, hogy fürge patogós rendszerünk idővel lomhává válik. Sokan a rendszer újratelepítésében látják a megoldást, pedig léteznek alternatívák a Windows felpörgetésére. Faragjuk le a felesleges kilókat XP-nkről ingyenes segédprogram használatával! Alábbiakban a CCleaner programot ismerhetjük meg.

Adatainkról minden esetben készítsünk biztonsági mentést, mert az esetleges károkért sem a szerkesztő, sem a kiadó nem vállal felelősséget!

A CCleaner egy hatékony takarítópogram, használata egyszerű, ezt köszönhetjük a magyar nyelvi modulnak is. Segítségével eltávolíthat-

juk internetes kalandozásunk maradványait, üríti lomtárunkat, felkutatja és törli a fájlmaradványokat, törli a programok futtatásából megmaradt ideiglenes fájlokat. Használata előtt készítsünk rendszer visszaállítási pontot! A „rendszer visszaállítása” pontot megtalálhatjuk a Start menü gombra kattintva a minden program, kellékek, rendszereszközök menüpontban. Miután létrehoztuk a visszaállítási pontot, indítsuk el a CCleaner programot. A program indulása után láthatunk egy listát, ahol kipipálhatjuk, hogy a cleaner hol végezzen nagytakarítást (célszerű a CCleaner alapbeállításait használni). Ha beállítottuk a keresési feltételeket, akkor kattintsunk az **Elemzés** gombra (az elemzés akár több percet is igénybe vehet). Az elemzés végén egy listát kapunk a szükségtelen fájlokról,



Kozma Tibor
rendszerinformatikus

amit a **Cleaner** futtatása gombra kattintva eltávolíthatunk a merevlemezről. Immáron jócskán karcsúsítottunk XP-nken. A CCleanert ingyenesen letölthetjük a **www.honositomuhely.hu** oldalról. ■

-Kozma Tibor-

Számítógép kedvező áron!

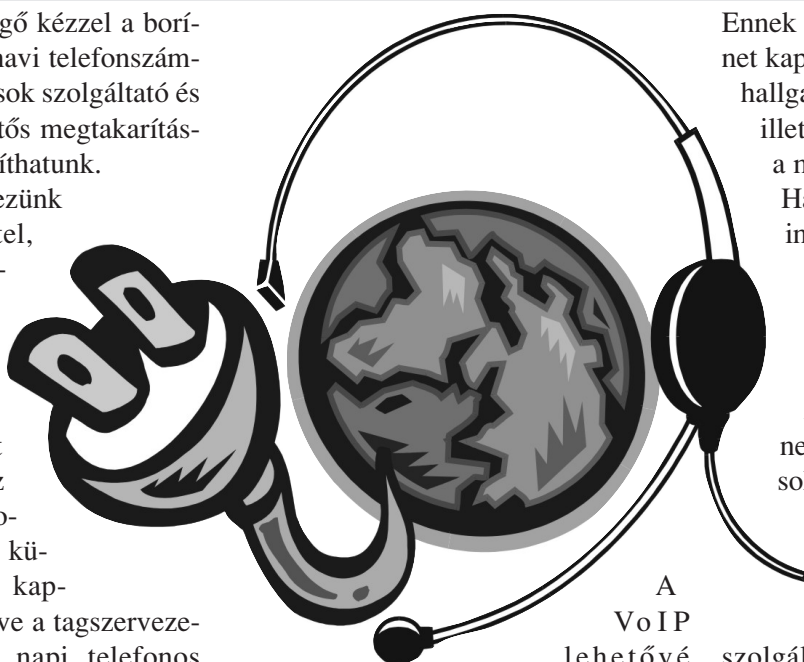
Számítógépek és alkatrészek civil szervezeteknek **10%** kedvezménnyel: **kozma@dpg.hu**

NE TELEFONÁLJON! NETTELEFONÁLJON!

Nyúltunk-e már remegő kézzel a boríték felé, amelyben a havi telefonszámlát sejtettük? Hiába a sok szolgáltató és a számos tarifa, jelentős megtakarításra egyiknél sem számíthatunk.

Azonban ha rendelkezünk szélessávú internettel, számottevően csökkenthetjük szervezetünk telefonköltségeit.

A megoldást VoIP (Voice Over Internet Protocol), azaz az internet alapú hangtovábbítás kínálja. Ez a különösen nemzetközi kapcsolatokat ápoló, illetve a tagszervezetekkel, partnerekkel napi telefonos kapcsolatban álló szervezetek esetében hozhat jelentős megtakarítást.



A VoIP lehetővé teszi, hogy számítógépünkön keresztül telefonáljunk.

Ennek feltétele, hogy szélessávú internet kapcsolattal és egy mikrofonos fejhallgatóval (head set) rendelkezünk, illetve letöltsük a számítógépünkre a megfelelő szoftvert.

Ha a tagszervezeteink, partnereink is rendelkeznek ezzel a szoftverrel – a legtöbb szolgáltató esetében –, ingyenesen beszélhetünk velük a nap 24 órájában.

A „NETtelefon”-nal azonban nem csak a hálózaton belüli hívások kedvezőbbek, hanem a mobil és vezetékes hívások is.

A legtöbb szolgáltatónál egyaránt lehetőségünk van feltöltőkártyás és előfizetéses szolgáltatás igénybevételére is. A **voipszolgáltato.lap.hu** oldalon számos ajánlat közül válogathatunk. ■

MI TÖRTÉNT A SZIGETEN?

76 hektár, 66 programhelyszín, 30 000 m² sátor, 3 500 m² színpad, 250 külföldi fellépő, 500 hazai zenei produkció, naponta 200 különböző program...

...Civil Falu, Civil Színpad, Civil Játszótér.

Egyszóval az idei Szigetről sem hiányoztak a civilek. A Civil Falu sátrai érdekes időtöltést kínáltak, volt Teaház, Egészségház AIDS-szűréssel, játszótér falmászással...

A Falut benépesítő számos civil szervezet programjai közt voltak többek közt drogrevenenciós előadások, fejtörők és tesztek, jóga, sportbajnokság, továbbtanulással, munkavállalással kapcsolatos előadások, beszélgetések a szenvedélybetegségekről.

A <http://www.sziget.hu/fesztival/civilsziget> oldalon minderről részletesen olvashatunk.

TEKERJ A TOLERÁNCIÁÉRT

A Kurt Lewin Alapítvány által a Sziget Fesztiválon működtetett „Tekerdj a toleranciáért” sátorban felállított tolerancia-kerékpáron a fesztivál első négy napján mintegy háromezren tekertek összesen ezertíz kilométert. A szervezők célja felhívni a figyelmet a tolerancia értékére. A szigetlakók által letekert virtuális kilométerek összeadásával olyan európai városokba lehet eljutni, ahol a tolerancia szempontjából valamiféle fontos esemény történt.



Fotó: Wéber Krisztina



„Az elmúlt három nap során több százan tekertek, mintegy húsz nemzet tagja, és egy sor ismert személyiség” – nyilatkozza Endrődy Szabolcs, a sátor vezetője, ötletgazda. A tekerőkkel zajló beszélgetések során kiderült, hogy többek között franciák, angolok, lettek, szlovénok, kanadaiak, németek, romák tekertek a toleranciáért, de felült a biciklire gyakorló rabbi is, s a Kurt Lewin Alapítványnak kis híján

néhány apácát is sikerült kerekezésre biztatnia.

A sátor közepén felállított biciklivel a látogatók tetszés szerinti ideig tekerhettek. A cél, hogy a megtett kilométerek összeadásával együttesen virtuálisan eljussanak különböző városokba. A négy nap során több mint egyezer kilométert tettek meg a résztvevők – közöttük számos ismert személyiség, így *Mérő László* matematikus-pszichológus, *Szilvási István* zenész, *Caramel* előadóművész, *Almási Tamás* filmrendező, valamint *Aáry-Tamás Lajos* az oktatási jogok biztosa. „A rekordot egy tizenéves lány tartja” – meséli *Gelsei Gergő*, az alapítvány munkatársa: „ő mintegy húszonöt kilométert tekert egyik reggel. Kiderült, hogy a barátja tíz kilométerre lakik a másik faluban, s mit tesz a szerelem: ő minden nap átteker hozzá, meg vissza, így nem szokatlan számára a távolsági biciklizés”.

Az alapítvány munkatársai minden résztvevőt regisztráltak, őket e-mailben értesítik az eredményekről, illetve

elküldik nekik a róluk készült fényképeket is.

A Kurt Lewin Alapítvány független, közhasznú civil szervezet. Partnereivel való szoros együttműködésben hozzá kíván járulni a demokratikus társadalom megerősödéséhez, azon belül is a tolerancia növeléséhez és a sztereotípiákon alapuló gondolkodás visszaszorításához. 1995 óta szolgálja a társadalmi párbeszéd kialakulását, a tolerancia növelését és az aktív állampolgári részvételhez szükséges ismeretek, illetve készségek terjesztését – mindenekelőtt a kritikus gondolkodás fejlesztésével. A Kurt Lewin Alapítvány programjai a média, az oktatás és a társadalomkutatás területén szolgálták céljai elérését. ■

2006. augusztus 30.

Kontakt: Ligeti György
(ligeti.gyorgy@kla.hu; +3630/212-5426)

Kurt Lewin Alapítvány
1052 Budapest, Váci utca 9. III. em. 1.
+361/411-0940, kla@kla.hu, www.kla.hu

PROGRAMOK

A Fiatal Értelmiségiek Köre Közhasznú Egyesület felhívása

Továbbtanulási Tájékoztató Nap érettségizőknek

A Fiatal Értelmiségiek Köre Közhasznú Egyesület ismét megrendezi **TOVÁBBTANULÁSI TÁJÉKOZTATÓ NAP** című ingyenes programját **érettségizőknek**.

Ha éppen felvételi előtt állsz és szeretnél

- tájékoztatást kapni a kétszintű érettségiről és az új felvételi eljárásról,
 - kedvezményes áron vásárolni érettségi előkészítő könyveket,
 - „tuti tippeket” kapni az eredményes felkészüléshez,
- akkor ott a helyed a Továbbtanulási Tájékoztató Napon, **2006. október 7-én** (szombaton).

Helyszín: **Budapest, Almássy Téri Szabadidőközpont**

További információ és jelentkezés: **70/244-4979** vagy **fek@message.hu**

A Fiatal Értelmiségiek Köre Közhasznú Egyesület megrendezi **TOVÁBBTANULÁSI TÁJÉKOZTATÓ NAP** című ingyenes programját gimnáziumi felvételi előtt álló **8. osztályos** diákoknak.

Helyszín: **Almássy Téri Szabadidőközpont**

Időpont: **október 7.** reggel 9 óra

Jelentkezés és regisztráció a 70/2444-979-es telefonszámon vagy a **fek@message.hu** e-mail címen

A Mátix Közhasznú Alapítvány felhívása

Mutasd meg a világnak a lakóhelyedet!

A Mátix Közhasznú Alapítvány, a TOP Egyesület és a www.utazunk.com utazási magazin pályázatot hirdet „Mutasd meg a világnak a lakóhelyedet!” címmel, melynek célja az, hogy az írni szerető középiskolások lehetőséget kapjanak a bemutatkozásra, valamint az, hogy minden településnek adott legyen a lehetőség az utazási portálon való bemutatkozásra. Az elkészített írásokat postai úton digitális formátumban (floppyn, cd-n) vagy külön az info@utazunk.com e-mail címre elektronikusan is el lehet küldeni. A pályázati anyagok terjedelme maximum 1 gépelt A/4-es oldal (1800 karakter) lehet. A legjobb ifjú írók könyveket, vásárlási utalványokat, DVD lemezeket, utazási magazin előfizetéseket, utazásokat kapnak, valamint írásaik felkerülnek a www.utazunk.com utazási magazin oldalaira. A pályázatok az alábbi postai címre küldhetők be: Mátix Alapítvány, „Mutasd meg a világnak a lakóhelyedet!” 6701 Szeged, Pf. 929. További információ kérhető a 06-20-33-64-166-os telefonszámon vagy az info@utazunk.com címen.

A Híd Európában Közhasznú Egyesület felhívása

Non-profit Akadémia – képzési program

A Híd Európában Közhasznú Egyesület a Gyermekek és Ifjúsági Alapprogram támogatásával képzési programot szervez 2006. október 28-i kezdettel „Non-profit Akadémia” címmel. A 3x3 napos képzés témája: forrásszerzés, pályázatírás, szervezeti kommunikáció, programszervezés. További információ kérhető az info@hidegyesulet.hu e-mail címen.

Az Élethosszig való Tanulás Egyesület felhívása

Szervezetfejlesztési módszerek a civil szektorban – képzési program

Az ÉLET Egyesület képzési programot szervez 2006 októberétől szervezetfejlesztés, kommunikáció, marketing témában. További információ kérhető az elethossz@freemail.hu e-mail címen.

Felvételi előkészítő tanfolyam 8. osztályosoknak!!!

Az Élethosszig való Tanulás Egyesület által szervezett képzés gimnáziumi felvételire készülő diákoknak nyújt hatékony segítséget. **Matematika** és **magyar** tantárgyakból indul a tanfolyam, október 14-én. A tanórákat szombatonként, Budapesten kellemes környezetben, gyakorló tanárok tartják.

További információ és regisztráció a következő telefonszámokon:

0670/244-49-79 vagy **061/336-16-56**

Aforizmák

„Rövidebb ideig tart valamit jól megcsinálni, mint kimagyarázni, hogy miért csináltuk rosszul.”

Henry Wadsworth Longfellow

„Idegeskedni annyit jelent, mint önmagunkat büntetni mások hülyeségéért.”

Ismeretlen

„Az a baj, ha az ember nem kockáztat semmit, a legtöbbet kockáztatja.”

E. Jong amerikai író

„A pesszimista nehézséget lát minden lehetőségben. Az optimista lehetőséget lát minden nehézségben.”

Ismeretlen

„Aki tanul, de nem gondolkodik, elveszett ember. Aki gondolkodik, de nem tanul, nagy veszélyben van.”

Konfucius

„Attól, hogy a kacsza nem tud úszni, még nem a víz a hülye.”

Ismeretlen

Előfizetés

Alulírott megrendelem a Civilia világa című folyóirat 3., 4., 5. számát bruttó 897 Ft-ért.
(Az 1. és a 2. lapszámot ingyen kapom meg.)

Szervezet neve: _____

Levelezési címe: _____

Telefonszáma: _____

Kontaktszemély neve: _____

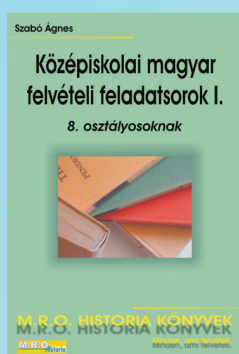
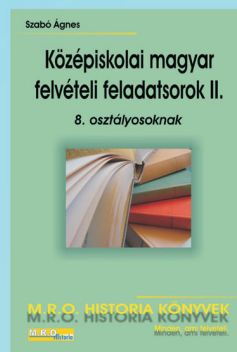
Telefonszáma: _____

Megrendelő aláírása

A megrendelőlapokat a szerkesztőség címére kérjük visszaküldeni (Híd Egyesület, 1024 Bp. Retek u. 21-27/A).
További információ: szerkesztoseg@npa.hu vagy 70/285-4226

M.R.O. HISTORIA KÖNYVEK

Minden, ami továbbtanulás



Keresd a könyvesboltokban vagy a Kiadónál!

M.R.O. HISTORIA KÖNYVKIADÓ 1243 Budapest, Pf. 628., www.felvesznek.hu, info@felvesznek.hu

Általános- és középiskolásoknak.

M.R.O. historia
www.felvesznek.hu

További információ és megrendelés az **1/336-1656**-os telefonszámon,
a **30/960-3082**-es mobilszámon vagy a **www.felvesznek.hu** oldalon.