

Masarykova univerzita v Brně
Ekonomicko-správní fakulta
Studijní obor: Veřejná ekonomika



Občanské sdružení FAMILY OK

Marketingový plán

Syntéza prací studentů 5. ročníku v roce 2004

Kateřina Klosová
Brno, 13.března 2005

Obsah

- 1) Motto
- 2) Podkladový materiál
- 3) Marketingový plán
 - SWOT analýza
 - Komunikační strategie
 - Mediální plán
 - Ansoffova matice
 - Positioning a repositioning
 - Fundraising
 - Sponzorský plán
 - Strategický plán
- 4) Přílohy
 - Výroční zpráva

MOTTO

V místní a regionální rodinné politice je třeba ve stále větší míře zodpovídat otázky bezprostředního životního prostoru pro děti a rodiny. Rodinný život není určován jenom vnitřními rodinnými faktory, nýbrž zaměřuje se také na možnosti a nabídky v bezprostředním životním prostoru. Atraktivní rodinná politika staví rodinu do centra uvažování a politických rozhodnutí. Dnešní lidé chtějí nejen sami spolurozhodovat, ale chtějí také dosáhnout celkového blahobytu. Samozřejmě v souhře mnoha faktorů, jako je sociální klima v obci, dostupnost cenově výhodných možností bydlení, nabídka pracovních míst, možnosti péče o děti, infrastrukturní nabídky z oblastí zdraví a volného času/kultury, vystupují různé priority. Zdravé prostředí a dopravní situace mohou rovněž spolurozhodovat, protože vytvářejí celkový dojem o místě a regionu.

Model dětem a rodině příznivé obce staví ve srovnání s jinými na rozvoj zaměřenými nabídkami rodinu a obyvatele, zvláště ale děti, do centra úvah, plánování a kroků k prosazení. Přitom je měřítkem rodinné politiky vysoký poměr účasti občanů.

Podkladový materiál

Občanské sdružení FAMILY O.K.

Poslání:

Podpora zlepšení podmínek pro život rodiny v obci (MČ Brno - Bystrc)

Cíle:

- Iniciování zájmu občanů o situaci v obci zejména v oblasti rozvoje obce a podmínek pro život rodiny, vč. podpory lepšího životního prostředí v obci
- Osvětovou a vzdělávací činností pro občany napomáhat k většímu a kvalitnějšímu zapojení obyvatel do účasti na životě obce
- Informovat veřejnost o souvisejících podmínkách v EU

Činnosti:

- Příprava podkladových materiálů pro jednání zastupitelstva MČ Brno – Bystrc
- Osvěta a vzdělávání pro občany Bystrce, např. formou pravidelných přednášek (1xročně)
- Iniciování aktivit zájmu občanů o rozvoj obce, např. realizace výstavek k problémovým projektům, řešeným v obci (viz projekt regenerace panelových sídlišť)
- Organizace sportovních akcí pro mládež
- Spolupráce s vysokými školami – vypisování soutěží o nejlepší studentské práce na témata týkající se rozvoje obce, resp. MČ Brno – Bystrc

Členská základna:

- 5 základních/zakládajících členů
- 10 příznivců, pomocníků, dobrovolníků, aktivistů (cca 50 % s VŠ vzděláním)

Členové se setkávají pouze před veřejnou schůzí zastupitelstva, případně při přípravě výstav variantních řešení, které jsou přístupné v přilehlých místnostech schůze zastupitelstva. Návštěvnost veřejnosti na schůzích zastupitelstva, resp. návštěvníků výstav variantních řešení nesledují.

Organizační struktura:

- členská schůze
- výkonný ředitel
- právní služby
- administrativa
- vztahy s veřejností
- informační technologie
- aktivisté, konzultanti

Financování – zdroje:

- NEMAJÍ ČLENSKÉ PŘÍSPĚVKY
 - granty od nadací, dotace z veřejných zdrojů (zatím neúspěšně)
 - půjčky
 - sponzoři – převážně na soutěže pro studenty
 - vlastní dobrovolnou práci cení na 50 tis/ročně
- účetnictví vedou podvojně, vede ho jedna členka sdružení, zdarma

Dosavadní sponzoři:

- ZIKI s.r.o.
- EVA Bau s.r.o.
- TERMOK s.r.o.
- Naše noviny

V jednání:

- ŽS Brno
- UNISTAV
- STOFKOM s.r.o.
- Computer Press
- MBNS International, s.r.o.

Spolupráce s jinými organizacemi, úřady:

- Klub přátel rozvoje Bystrce
- Národní centrum pro rodinu
- AIP ČR
- BANNO – Brněnská asociace NNO
- Brněnská sekce MŽP
- Komise rozvoje MČ Brno Bystrc
- Odbor rozvoje JMK
- RRA Brno

V jednání dohody o partnerství:

- VUT Brno
- MU Brno
- MZLU Brno
- ArchDesign Brno
- Czech Trade
- OHK brno
- Odbor rozvoje MMB

Komunikace, propagace

- Naše noviny, cílené na MČ severozápadu Brna
- Rovnost
- Chybí www stránky, údajně se připravují

Dosud realizované projekty

- Projekt spolupráce s radnicí pro řešení Parku na Horním náměstí Bystrc s cílem humanizace sídliště (ve spolupráci s Klubem přátel rozvoje Bystrce)
- Jarní kurz rekreačního tenisu pro školní mládež, Laštůvkova – Bystrc
- Projekt osvětových přednášek (ve spolupráci s Ústavem územního rozvoje Brno)

Plánované projekty:

- Projekt spolupráce veřejnosti, obce a vysokých škol na tvorbě podkladových dokumentů pro program rozvoje Bystrce
- Projekt Obec přátelská pro rodinu s využitím plánované spolupráce s Hornorakouským Institutem pro rodinu v Linci

MARKETINGOVÝ PLÁN

1) SWOT ANALÝZA

Strengths – silné stránky

- nadšení pro věc celé členské základny
- snaha o sebezdokonalování
- možnost bezplatného pronájmu prostor určených pro zasedání valné hromady
- dobrá znalost daného prostředí a dění v něm
- dobré kontakty a spolupráce se zastupitelstvem
- aktivní účast na zasedáních zastupitelstva
- spolupráce s VŠ
- profesionálně zpracované účetnictví
- spolupráce s médii
- sdružení je členem BANO (Brněnská asociace neziskových organizací)
- účast dobrovolníků
- spolupráce s ostatními nestátními neziskovými organizacemi (i zahraničními)
- snaha o zlepšení komunikace obce s lidmi
- tendence občanů ke sdružování se za účelem navázání vzájemných kontaktů
- zájem občanů o dění v městské části
- aktuálnost problematiky, kterou se sdružení zabývá

Weaknesses – slabé stránky

- minimum sponzorů
- žádný marketingový výzkum
- konflikt poslání a cílů (stanovené cíle přímo nesouvisí s rodinou)
- neexistence marketingu či PR
- nedostatečný a neprofesionální fundraising
- malá členská základna, nízká motivace pro potenciální členy
- nízká publicita – neexistence loga, webových stránek, výroční zprávy
- nedostatek financí
- nízká aktivity členů v realizaci poslání
- název sdružení
- neexistence propagačních a informačních materiálů
- neschopnost získat granty
- chybí strategie
- slabé portfolio aktivit
- některé aktivity se mohou míjet účinkem
- chybí informace o návštěvnosti akcí
- kolektiv starších lidí
- jen dobrovolníci
- anglický název
- neexistence zpětné vazby
- nízká odborná způsobilost členů

Opportunities – příležitosti

- jediná organizace svého druhu ve své oblasti

- při efektivní práci nohou pomoci
- dokáží fungovat i bez financí – dobrovolná účast
- potřeba pomoci mladých rodin
- podrobněji rozpracovat strategii dosahování cílů (např. zorganizování brigády, sběr odpadků, zapojení občanů do aktivit sdružení...)
- zlepšit marketing, logo...
- v rámci spolupráce s VŠ – možnost využití nových nápadů z řad studentů
- kvalitnější zpracování jednotlivých projektů
- zvýšení publicity a tvorba „image“ organizace v místě obce (webové stránky, zveřejnění výroční zprávy, publikační činnost,...)
- zvýšení frekvence komunikace s občany během roku
- zajistit vyšší úroveň přednášek (zvat odborníky, nalákat občany)
- zajistit propagaci přednášek
- využití vyšší podpory ze strany zastupitelstva
- větší spolupráce s médii
- rozšíření členské základny
- možnost využití grantů z EU
- prohloubení spolupráce s neziskovými organizacemi v obci, které mají stejné či podobné poslání
- případná odborná pomoc absolventů škol k zisku grantů
- zaměřit aktivity na výhodnou polohu Bystrce (přírodní kolorit, přehrada, turismus)
- možnost schválení asignace (přliv financí od místních občanů)
- spolupráce s podnikateli
- zavedení elektromobilů do částí Bystrce, kde jsou problémy s dopravní obslužností

Threats – hrozby

- neschopnost získání nových členů
- neschopnost získání sponzorů či jiných zdrojů financování
- vystupování zástupců občanského sdružení
- konkurence neziskových organizací v obci
- nedostatečná podpora ze strany obce a veřejnosti
- nedostatečný zájem o činnost z důvodu neinformovanosti
- jen jeden zdroj finančních prostředků
- nedostatek financí na realizaci projektů, činností a závazků organizace
- nenaplnění cílů a postání organizace
- ztráta zájmu samotných členů
- reforma veřejných financí – menší možnost získání dotace
- zpřísnění legislativy pro NNO
- vstup do EU (možné nové nastavení podmínek pro získání dotací, větší doled)

2) KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ

Cíle:

Family OK by měla využívat dvojí komunikaci – sdělovat **občanům** své *cíle a záměry* a získávat pro ně jejich podporu, případně praktickou nebo finanční pomoc a v případě organizování výstav nebo jiných akcí informovat občany o těchto aktivitách. Na druhé straně

jejich komunikace musí směřovat také k **firmám**, jejichž případné *finanční dary* by mohly výrazně zlepšit činnost Family OK.

Nutné je také precizní vymezení konkrétních projektů, jejich fází, cílů, financování a kontinuální informování veřejnosti a všech zúčastněných stran o průběhu a naplňování.

Cílové skupiny:

Vysokoškolští studenti
Obyvatelé Bystrce
Nadace a grantové agentury
Instituce veřejné správy
Sponzoři

Prostředky komunikace

1) Osobní oslovování

Informační stánky při různých pořádaných akcích – přednášky, akce pro děti

Ankety na frekventovaných místech pro zajištění informovanosti veřejnosti a získání zpětné vazby

Návštěvy občanů v bytech za účelem osobního pozvání a zodpovězení otázek

Návštěvy firem s informacemi o sdružení, jeho činnosti, úspěších a chystaných projektech.

Žádost o poskytnutí finančního daru.

Účast na zasedáních zastupitelstva či jiných institucí – zapojení se do hledání řešení problémů

Organizace informativních schůzek v kulturním domě apod.

2) Venkovní reklama

Reklamní plochy - dopravní prostředky, zastávky, u obchodů

Vývěsní desky

3) Tisk

Regionální tisk – Bystrcké noviny, Rovnost

Pravidelné zprávy z činnosti, úspěchy a informace o dalších událostech, postřehy účastníků

4) Podomní reklama

Letáky do schránek domácností i firem – informace o sdružení a plánovaných akcích

Dotazníkové akce – získání zpětné vazby

5) Internet

www stránky – informace o sdružení, logo, organizační struktuře, členech, akcích, financování a výroční zpráva

6) Spolupráce s místní základní školou, s odborníky

pracovní vyučování, výtvarná výchova – pomoc s přípravou pozvánek či předmětů.

Časový harmonogram

Co nejdřívější spuštění akcí. Nejprve je potřeba odhalit potřeby obyvatel a podat informace o existenci sdružení, jeho záměrech a připravovaných akcích.

Pro dlouhodobou komunikaci by měl sloužit hlavně místní tisk a webové stránky

Jednorázové akce by měly využít letáky

Příklad: Maškarní bál

Pozvánky na plakátech a letáčích, místní tisk

Obsah: logo organizace, stručné posláni, pozvání na akci, místo a čas konání, program akce, loga sponzorů

Vstupné dobrovolné, občerstvení zajištěno, finanční spoluúčast zastupitelstva

Na místě konání umístit informační místo organizace

3) MEDIÁLNÍ PLÁN

Pro správné stanovení mediálního plánu je nezbytné stanovit si i mediální cíle. Sem patří například.

- frekvence – oslovovat plynule a často (1 – 2x týdně) obyvatele Bystrce

- dosah a váha – všichni obyvatelé Bystrce (cca 30.tisíc), studenti (cca 10.tisíc) a velké množství firem z Brna a okolí

- kontinuita – trvale či pulsně působící

- náklady – vzhledem k možnostem tohoto občanského sdružení by měly být nízké

mezi další patří také například

- zvýšení povědomí o občanském sdružení FAMILY OK
- informovat o akcích FAMILY OK
- získat dobrovolníky
- získat sponzory

Četnost

Při zahájení reklamní kampaně, intenzivní využití všech médií, co největší četnost je možná (noviny jednou týdně ap.)

Později, když se zvýší povědomí o sdružení zaměřit se hlavně na propagaci jednotlivých akcí, tj. snížit četnost inzerce na potřebnou úroveň

Pro účely této práce je mediální plán členěn podle jednotlivých typů médií.

Internetové stránky

Ty jsou považovány za základní prostředek komunikace, který je pro organizaci navrhován. Jedná se o základní komunikaci s minimálními náklady, kdy si klient může vyhledat maximální množství informací na jednom místě a bez nutnosti osobního kontaktu s členy sdružení.

Co by měly obsahovat?

- základní údaje o organizaci
- kontakty
- informace o chystaných i provedených akcích
- výroční zprávy
- financování
- členskou strukturu

Další informace jako prosby o sponzorské dary, oslovování dobrovolníků jsou také žádoucí.

Po spuštění stránek je nezbytné je registrovat ve všech dostupných vyhledávacích portálech (seznam.cz, centrum.cz, atlas.cz..) a také je doporučeno umístit odkaz na stránky navštěvované cílovými skupinami.

Internetová adresa	Popis	Cílová skupina
www.bystrc.cz	Oficiální stránky městské části Brno – Bystrc	Občané Bystrce
www.bystrc.net	Neoficiální stránky o Bystrci	Občané a návštěvníci Bystrce
www.prygl.cz	Stránky především o Brněnské přehradě v Bystrci a jejím okolí	Občané a návštěvníci Bystrce
www.zoobrno.cz	Stránky Zoologické zahrady Brno na Mniší hoře v Bystrci	Občané a návštěvníci Bystrce, návštěvníci zoo, rodiny s dětmi
www.praminek.cz	Stránky Mateřské a základní školy Pramínek v Bystrci	Rodiny s dětmi z Bystrce

I když se za umístění reklamního banneru většinou platí nemalé částky, jsme si jisti, že právě na těchto stránkách by bylo možné umístit odkaz zadarmo po domluvě se zřizovateli stránek. Na stránkách Family OK lze poté umístit odkazy na uvedené stránky.

Cena vypracování internetových stránek se pohybuje v rozsahu 2000 – 10000 za běžné stránky v profesionálním zpracování. Cena se nedá předem určit jednoznačně, vždy záleží na množství objemu stránek, a složitosti jejího vypracování (použití grafiky, formulářů apod.). Vypracování stránek však není potřeba zadávat profesionální firmě. Dá se najít mnoho šikovných studentů, kteří jsou samozřejmě mnohem levnější, nebo by se dal z řad studentů sehnat na vypracování stránek dobrovolník. Dále je třeba počítat s cenou za umístění stránek, která se pohybuje okolo 3000,- Kč ročně. Umístit se stránky ale dají i zadarmo, v podstatě na kterémkoli vyhledávacím portálu.

Direct mail

Navrhujeme vytvoření informačního letáku, kde by byly uvedeny základní údaje o organizaci, případně chystané akce apod. Nejvhodnější leták se nám zdá ve velikosti A5, případně jedna třetina A4. Záleží na množství informací, které chceme sdělit příjemcům. Leták by mohl být i černobílý, což by sice bylo levnější, ale ne tolik poutavé. Leták by byl hromadně distribuován do poštovních schránek domácností v Bystrci Českou poštou. Tento způsob se nám zdá vhodný pro zavedení povědomí o organizaci a pro informování občanů o chystaných projektech. Vhodný je vzhledem k počtu oslovených občanů.

Uvedené ceny jsou pouze orientační. Budeme-li uvažovat třeba barevný oboustranný leták velikosti 1/3 strany A4 při počtu 10000 ks bude kalkulace následující:

	počet ks	cena/mj	cena celkem
grafické zpracování	1	500,00 Kč	500,00 Kč
příprava tisku	1	150,00 Kč	150,00 Kč
tisk	10000	0,80 Kč	8 000,00 Kč
roznáška	10000	0,20 Kč	2 000,00 Kč
			<u>10 650,00 Kč</u>

Reklama v MHD

Toto medium by se hodilo především k upozornění na chystané akce a projekty.

		počet ks	cena/mj	cena celkem	
grafické zpracování		1	1000	1000	
příprava tisku		1	1000	1000	
tisk		50	10	500	
umístění	14 dní	50	53	2650	5150
	1 měsíc	50	42	2100	4600

Uvažovali jsme o barevném letáku velikosti A4. Umístěn by byl v dopravních prostředcích mhd, které jezdí v Bystřici. Především tramvaje č. 1, 3 a 11, autobus č. 50 a trolejbus č. 140.

Reklamní panely na zábradlí

Toto medium je poměrně nákladné, avšak dobře viditelné. Dalo by se využít pro informování o velkých projektech. Na takovémto způsobu reklamy by se mohlo podílet třeba více NNO dohromady, nebo městská část. Případně sponzor, s uvedením např. jeho loga na reklamě. Reklamní panel by byl oboustranný a byl by umístěn na zábradlích u zastávky mhd u ZOO a na konečné tramvaji Ečerova.

	1 ks	2 ks
grafické práce	1500	1500
výroba	2800	5600
montáž a demontáž	1500	3000
cena za 1 měsíc	1800	3600
	7600	13700

Reklama v tisku

Bystrcké noviny

Zde by bylo dobré uvést inzerát minimálně 1* ročně, který by nejen připomínal samotnou organizaci, ale také by mohl informovat o jejích úspěších. Cena takového inzerátu je 4000,- Kč za ¼ strany A4. Dále by tento tisk mohl být využit pro informování o chystaných akcích a projektech. Protože je vydavatelem městská část, předpokládáme možnou domluvu na bezplatném uveřejnění inzerátu, nebo alespoň na výrazné slevě.

Naše noviny

Zde by jsme využili možnosti reklamního článku. Takový článek by měl především informovat o úspěších organizace. Cena reklamního článku je 4500,- Kč (černobílý, dlouhý 18 řádků, s obrázkem). Vzhledem k přátelským vztahům s redaktorem Našich novin předpokládáme taktéž možnou domluvu na uveřejnění článku zadarmo, nebo se slevou.

Oblastní periodika pro Brno a městskou část Bystřice (napr. Haló noviny, Bystřický zpravodaj): informovat o sdružení, o jeho akcích, dělat nábor dobrovolníků a oslovovat sponzory

Periodikum určené pro občanská sdružení – za účelem navázání kontaktů a spolupráce

Inzerovat v periodikách, které nabízejí informace, o akcích v Brně (napr. Downtown)

Časopisy

podle našeho názoru nezasáhnou tak velkou část naší cílové skupiny, snad jen např. nějaké články v časopisech zaměřených na ochranu životního prostředí

Rozhlas

V místním rádiu pohovořit o výstavách, činnostech a cílech NO v nějakém diskusním pořadu, který tvoří část neplacené reklamy

Televize

O reklamu v televizi není možné usilovat z důvodu obrovské finanční náročnosti jak výroby reklamního spotu, tak vysílacího času. Levnější by sice mohl být Infokanál, ale ten nelze doporučit vzhledem k nízké sledovanosti námi požadovanou cílovou skupinou.

Využití televize by spočívalo v tom, že by byla pozvána na natočení pořádané akce nebo projektu. Natočená reportáž by se potom vysílala v regionálních denících: Jihomoravský večerník (ČT1), Právě teď (NOVA), Brněnská TV1 (Infokanál).

4) MATICE ŠÍŘE SORTIMENTU

Občanské sdružení FAMILY O.K. je se svou činností teprve na začátku, proto sestavujeme matici aktivit, které by podle nás mohly přispět k naplnění jejich cílů. Nepředpokládáme, že by všechny tyto projekty byly financovány ze získaných prostředků o.s., spíše se domníváme, že by občanské sdružení mohlo prosadit realizaci těchto projektů.

Šíře sortimentu								
	bezdětná rodina	důchodci	rodina s předškolními dětmi	rodina se školními dětmi	rodina se školními dětmi (12+)	pejskaři	občané s bydlištěm v oblasti nad ulicí Ečerova	všichni občané a návštěvníci Bystřice
občanské sdružení FAMILY O.K.	• poradna pro nastávající maminky odstranění ploch poničených sprayery organizování přednášek	bezbariérový přístup k obchodům i úřadům kultivace parků	• poradna pro maminky • setkávání maminek (svičení, zábava...)	• sportovní hřiště (cyklistické stezky, U rampy • pořádání sportovních akcí (turnaje...) • pískoviště, prolízačky • lampionový průvod • maškarní ples		• výběhy pro psy instalace košů na psí exkrementy	• elektromobil	• rekultivace rekr. Oblasti přehrada • pořádání kulturních akcí Výstavy přednášky

5) ANSOFFOVA MATICE

existující	pronikání na trhy	vývoj produktu
T R H Y	zvýšit povědomí o své činnosti	prohloubení činnosti
	užší spolupráce s jinými subjekty	častější frekvence přednášek
	zlepšit příjmovou politiku, odbornost	iniciativněji zapojit obyvatelstvo
	Častější přednášky	Rekultivace rekreační oblasti
	Výstavy na více místech	Přehrada
	Intenzivnější spolupráce s VŠ	Pořádání kulturních akcí
	Rozvíjení spolupráce s novinami	Vytvořit logo
nové	Vytvoření internetových stránek	Vyhledávat tématické publikace
	elektromobil	Soutěže pro děti, ankety
	rozšiřování, rozvoj trhu	diverzifikace
	místně patrně nepřichází v úvahu oslovování dalších skupin obyvatelstva	odborné semináře, veřejné diskuse nové směry, palčivé problémy, ankety
	Výstavy na jiných místech	Zvýšit propagaci elektromobilů
	Zaměření i na jiné cílové skupiny	Odlišení od jiných NNO
	Přednášky v dalších městských částech	Poradna pro maminky
Získat spolupráci dalších škol	Lampionový průvod	
Spolupráce s firmami	Maškarní ples	
Zaktivizovat dobrovolníky	Zájmové kroužky	

6) POSITIONING a REPOSITIONING

Pozitioning organizace Family OK

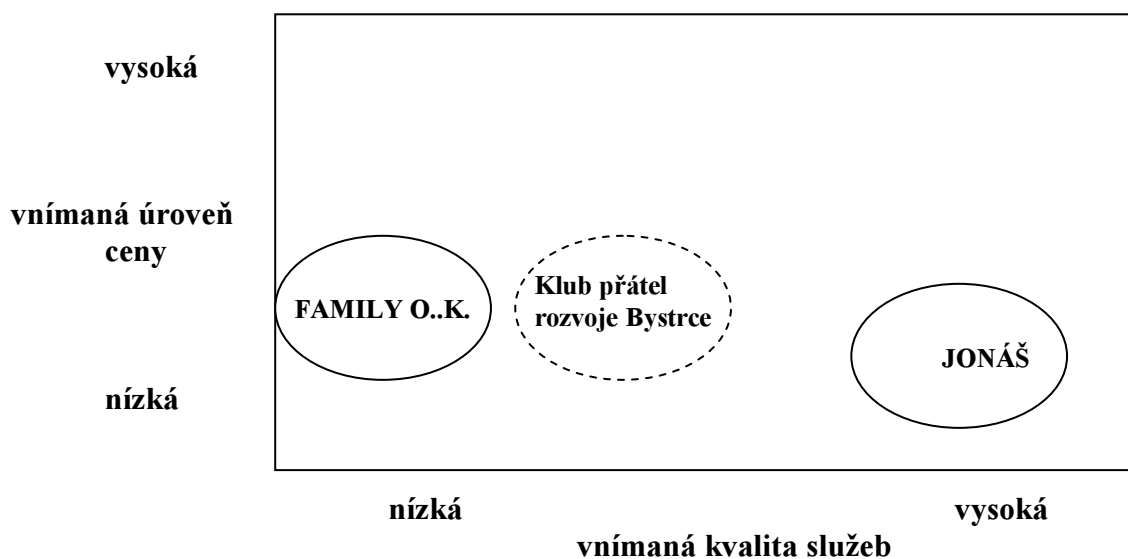
1) Při hledání organizací pro vypracování poziční mapy, jsme našli následující konkurenční organizace:

Organizace	Činnost	Segment
Bárka, o.s.	výtvarnictví, vzděl., kultura	všechny děti
Bystrouška, c.v.č.	sport, výtvarnictví, vzděl., kultura	všechny děti
Jazykové studio	výuka angličtiny a němčiny	věk. skupina 6-70
Jonáš, nízkoprahový klub pro děti a mládež	využití volného času dětí	13-23 let
Junák, spol. skautů a skautek	sport, ekologie, turistika, tábory	od 4 let, mládež i dospělí
Klub maminek	sdužování a vzdělávání	maminky s dětmi
ZOO – stanice mladých přírodovědců	přírodní a chovat. kroužky	8-18
TK zelené prerie	tábornický oddíl	
TJ Průkopník	sporty	
Tanečnica valašského krůžku Brno	folklórní soubor	od 15 let
Soukromá uměl. škola	tanec, balet, hudba	3-16 let
Senior klub	kultura, vzdělávací přednášky	důchodci

K vypracování poziční mapy nám chyběli informace o cenách a kvalitě služeb. Z tohoto důvodu jsme využili k pozicioningu Family OK šesti kritérií, jak je navrhuje Wind (1982).

1. *pozicioning založený na vlastnosti služby* – Family OK se zabývá zlepšením podmínek pro rozvoj rodiny v obci
2. *pozicioning vycházející z výhody nebo spotřeby* – komunikace občanů s obcí, zlepšení ŽP, vzdělávání občanů (oproti ostatním organizacím je Family OK zaměřen i na tyto činnosti)
3. *pozicioning na základě častosti využívání služby* – nízké využití poskytovaných služeb cílovou skupinou vzhledem k minimální četnosti aktivit
4. *pozicioning zaměřený na určité segmenty* – zaměřují se na veškeré obyvatelstvo v MČ Bystrc
5. *pozicioning vůči produktu* – tématické výstavy, zapojení vysokoškolských studentů do přípravy projektů, úzké vztahy se zastupitelstvem MČ Bystrc
6. *pozicioning dle kategorie* – organizace se charakterizuje jako sdružení pro rodinu

2) Poziční mapa neziskových organizací Brno Bystrc

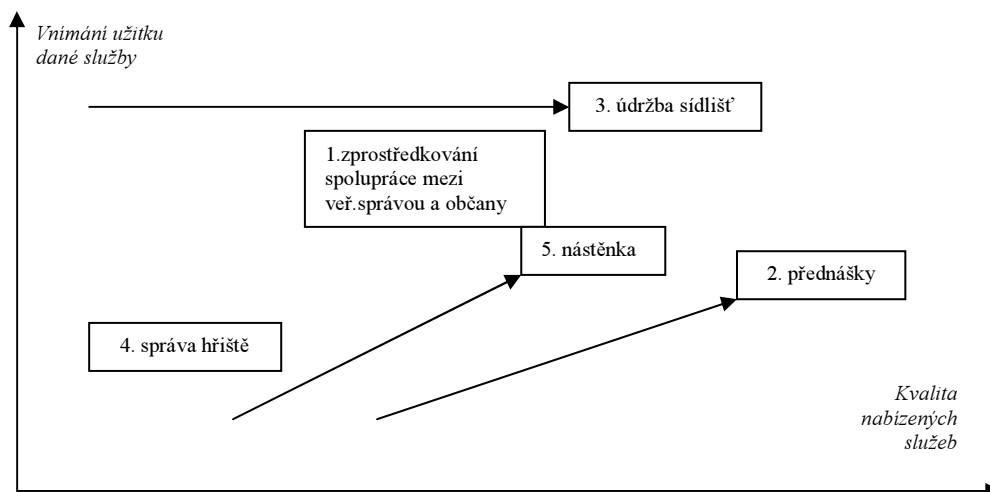


FAMILY O.K. jsme umístili právě pro nedostatek informací na úroveň nízké kvality služeb, jež poskytují za relativně nízkou cenu.

O **Klubu přátel rozvoje Bystrce** toho také moc nevíme, ale vzhledem ke skutečnosti, že je na ně odkaz na webu městské části Bystrc, dá se usuzovat, že požívají větší vážnosti ze strany zastupitelstva a možná i občané o nich mají větší povědomí. (i díky lépe zvolenému názvu) Kdyby cena jimi poskytovaných služeb byla stejná jako u Family O.K., kvalita služeb by mohla být vyšší.

Organizace **Jonáš** byla založena brněnskou pobočkou Armády spásy. Jejich služby jsou poskytovány zdarma a vzhledem k zázemí a standardům celosvětové organizace je lze tedy právem považovat za nejkvalitnější ve srovnání.

3) Poziční mapa

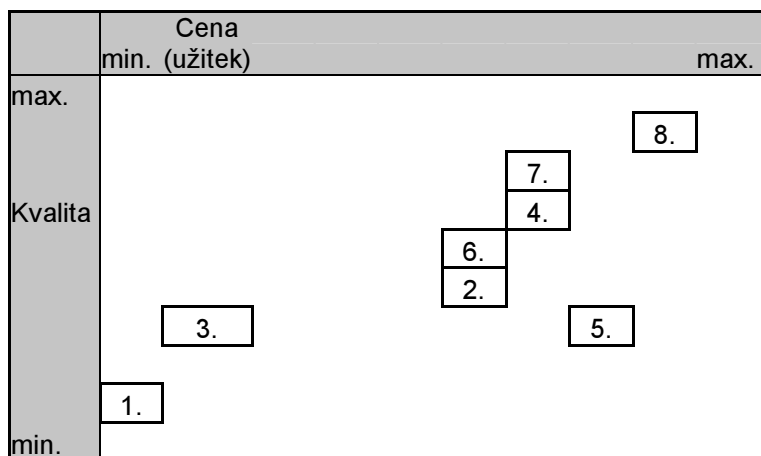


1. Občané vnímají užitek této služby jako vysoký, protože v daném okamžiku (když neví na koho se obrátit) služba usnadňuje překonávat překážky v komunikaci mezi samosprávou a občany
2. Kvalita je vysoká zajišťovaná odborníky v daném oboru, užitek střední, či nižší (vnímaný pouze úzkou skupinou občanů MČ)
3. Užitek i kvalita vysoká, oceněná širší skupinou obyvatel sídliště, kteří vnímají tuto službu jako užitečnou
4. Okrajová záležitost zajišťovaná dobrovolníky spíše nepravidelně oceněná pouhým úzkým segmentem občanů (rodiny s dětmi)
5. Nástěnka přitahující pozornost

4) Z jiného úhlu pohledu

Do poziční mapy „Family OK“ jsme zahrnuli osm různých činností, kterými se sdružení zabývá. Kvalitu jsme hodnotili subjektivně přiřazením hodnot od 0 do 100. K určení ceny je také subjektivní posouzení z hlediska užítku (hodnoty od 0 do 100), který tato služba přináší obyvatelům městské části Bystřce.

	Kvalita	Cena (užitek)
1. Prezentace sdružení	15	10
2. Podkladové materiály pro zastupitelstvo	50	60
3. Pořádání přednášek	40	20
4. Výstavy	70	65
5. Sportovní akce pro mládež	40	80
6. Spolupráce v VŠ	60	60
7. Spolupráce s ost. Orgány	80	70
8. Udržování hřišť a parků	85	85



Repositioning

Ad 2) lépe vymezit (omezit, zúžit) cíle organizace

- prohloubit činnost (nejen říkat, co by se mělo, ale něco konkrétně podniknout)
- lépe vymezit cílovou skupinu
- vzbudit zájem (komunikace s cílovou skupinou) o činnost obce a v obci – ankety, veřejné diskuze, referenda
- aktivity zaměřit spíše na **ekologii, životní prostředí, podmínky pro lepší život v obci, poznání obce a okolí**

Ad 3) 2. Původně zajišťované laické přednášky zaštitit odborníky, zvýšit jejich oblibu, přitáhnout pozornost obyvatel (přesvědčit o jejich fundovanosti)

3. Z agitace přejít na aktivní činnost – jít příkladem, zapojit občany, podněcovat k vyzkoušení nových metod recyklace, zorganizovat sběr papíru ve spolupráci s místní ZŠ

5. Zlepšení grafické i obsahové stránky nástěnky – přitáhnout větší pozornost, aktuálně informovat, zlepšit vnímání občanského sdružení samotnými občany MČ

Ad 4) Myslíme si, že občanské sdružení by se mělo snažit o zvyšování kvality všech svých nabízených služeb, zejména intenzity (častěji organizovat přednášky, výstavy, apod.).

Dále doporučujeme zaměřit se více na aktivní spolupráci s ostatními organizacemi, a především spolupráci se studenty brněnských vysokých škol (zejména vhodnou motivací) k tvorbě projektů.

Organizace úklidových, a jim podobných, akcí (úklidy parků, úpravy dětských hřišť), by jistě pomohli v celkovém hodnocení sdružení ze strany občanů.

Stejně tak, pokud by se sdružení podařilo prosadit provoz elektromobilů v městské části, jednalo by se o službu s jistě velkou kvalitou a velkým přínosem pro občany. Možná by bylo na místě, zauvažovat o změně cílové skupiny, nejen proto, že mladých rodin s dětmi neustále ubývá. Vzhledem k věkové struktuře členů, by se sdružení mohlo orientovat na poskytování služeb důchodcům (vycházky, zájezdy, poradenství), kde by pozici sdružení ovlivňovala jistou měrou možnost a schopnost vcítění a porozumění.

Poslední skupina

Napadly nás tyto činnosti, služby či úpravy, které by mohla organizace Family OK provést pro zlepšení své pozice vůči konkurenci:

- ★ Rozšíření cílové skupiny z rodin s dětmi i na důchodce, teenagery, obyvatelé středního věku
- ★ Zajištění zpětné vazby výstav a zvýšení jejich frekventovanosti
- ★ Názorná fotografická dokumentace stavu městské části Brno Bystrc na výstavách (ukázat tím, co je třeba napravit)
- ★ Vylepšení stávajících hřišť
- ★ Oddělení psích výběhů a instalace košů na exkrementy
- ★ Vytvoření cyklistických stezek a sportovišť
- ★ Odstranění ploch poničených sprayery
- ★ Vytvoření picknikových míst (různá posezení v přírodě)
- ★ Vytvoření bezbariérových přístupů k obchodům i úřadům
- ★ Organizování přednášek
- ★ Kultivace parků
- ★ Využívání svých kontaktů
- ★ Správně vyslovovat svůj název
- ★ Ucelení projektu a své prezentace
- ★ Spolupracovat s VŠ
- ★ Získat nové dobrovolné členy a profesionály

- ★ Propagace neziskové organizace, jejich cílů, projektů a akcí např. pomocí:
 - webových stránek
 - informačních tabulí
 - letáků
 - informací v MHD
 - informací v tisku
 - a další

- ★ Poskytování služeb na výplň volného času:
 - založení různých oddílů pro děti
 - založení zájmových kroužků

- vytvoření skate-parku
- pořádání soutěží nejen pro děti

7) FUNDRAISING

Family O. K. je občanské sdružení s velice obecně stanovenými cíli v oblasti zvyšování kvality života obyvatel městské části Brno - Bystrc.

V návaznosti na úspěšnost fundraisingu je nutné tyto obecné cíle konkretizovat a rozpracovat postupy k jejich dosažení do jednotlivých fází. Dárci totiž nebudou ochotni podporovat a podílet se na financování obecných, širokých, neuchopitelných, leč vznešených, záměrů. Dále musí být činnost tohoto sdružení skutečně viditelná.

Nejvhodnější fundraisingové metody:

- osobní návštěva možných dárců
- osobní dopis, telefonický rozhovor
- písemná žádost o grant či dotace
- ostatní – vybírání dobrovolných příspěvků

Seznam možných zdrojů:

- příspěvky členů
- příspěvky a dotace z veřejných rozpočtů (ze státního rozpočtu, ministerstev a kraje, městské části Bystrc, brněnského magistrátu
- dary od jednotlivců
- dary podnikatelských subjektů
- dotace z nadací a nadačních fondů
- granty
- zdroje z mezinárodních institucí
- zdroje z vlastní činnosti (plesy, sběr odpadu,...)
- sponzoring a reklama
- sbírky

Okruh možných dárců:

- vlastní členové
- obyvatelé městské části Bystrc
- studenti
- rodiny s dětmi
- odborníci z praxe
- náhodní turisté
- firmy
- Nadace Partnerství
- Městská část Brno – Bystrc
- Magistrát města Brna
- Jihomoravský kraj
- Ministerstvo pro místní rozvoj
- Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
- Fondy EU

Komentáře:

Velkou roli při výběru metody fundraisingu a okruhu dárců hraje charakter projektu, jeho cíle a cílová skupina, pro kterou je určen.

Je třeba velmi precizně zpracovat projekt, s postupem prací, časovým harmonogramem, fotodokumentací a návrhem zdrojů krytí.

Na sponzory také dobře působí prokazatelné zapojení co největšího počtu obyvatel do projektu, možnost protislužby ve formě nabídky reklamní plochy.

Často se také vyplatí žádat spíše materiální pomoc než peněžní příspěvky. Na větší a finančně náročnější projekty je vhodnější požádat o vypracování žádosti o grant specialistu.

Doporučuje se také ze středu sdružení vybrat někoho, kdo se bude otázkou fundraisingu zabývat intenzivněji.

Dobrou příležitostí pro získání většího množství peněžních prostředků se také jeví uspořádání benefičního plesu, kde dojde k propojení činnosti občanského sdružení, místní samosprávy i podnikatelských subjektů. Dojde k vzájemnému předání zkušeností, vzájemná reklama a navázání spolupráce.

Návrh rozpočtu:

Příjmy

- Soukromí dárci
- Firmy
- Nadace
- Městská část
- Magistrát
- Jihomoravský kraj
- Ministerstvo pro místní rozvoj
- Členské příspěvky
- Vlastní činnost

Výdaje

- propagace – letáky, reklama v novinách, webové stránky
- výdaje na projekty – oplocení výběhů pro psy, instalace košů, čištění pískovišť, čištění posprejovaných ploch
- výdaje na přípravu projektů
- odměny realizátorům
- splátka půjčky

8) SPONZORSKÝ PLÁN

Okruh možných sponzorů lze rozdělit na soukromníky a oblast veřejné správy a neziskových organizací.

Veřejná správa a neziskovy:

Magistrát města Brna

Druh sponzorství: peněžní prostředky

Městská část Bystrc

Druh sponzorství: peněžní prostředky

Základní a střední školy působící na území Bystrce

Druh sponzorství: především prostory jakou jsou učebny či sportovní hřiště pro pořádání mýtinků a seminářů.

Soukromý sektor

Pro vytipování firem a živnostníků, kteří by mohli být potenciálními sponzory lze využít stránek www.ohkbrno.cz, www.rejstrik.cz, www.allytrade.cz/CRC.asp

Beta Control, s.r.o.
RNDr. Jaroslav Dvořák, CSc.
Černého 58/60
BRNO 635 00
Tel.: 546 223 491
Fax: 546 223 470
email:obchod@betacontrol.cz



Na stránkách Obchodní a hospodářské komory Brno lze nalézt např. následující firmy působící na území Bystřice

Popis činnosti:

1. vývoj a sériová výroba mikroprocesorových systémů. 2. vývoj a výroba specializovaných unikátních zařízení. 3. výroba a prodej testerů a vývojových prostředků. 4. prodej součástek a technické literatury. 5. vývoj a dodávky informačních systémů.

Druh sponzorství: peněžní prostředky

Ing. Petr Horák
Petr Horák
Foltýnova 1
Brno 635 00
Tel.: 546 220 225
Fax: 546 220 225

Popis činnosti:

Prodej ochranných pracovních pomůcek, prac. oděvů, zdravotních potřeb (brašny, lékárníčky), sportovního a outdoorového vybavení (oděvy, obuv, lyže, kola).

Druh sponzorství: pracovní pomůcky např. při výsadbě stromků, či instalaci zásobníků se sáčky na psí exkrementy atd

Petr Liška
Petr Liška
Opálkova 16
BRNO 635 00
Tel.: 543 236 255
Fax: 543 236 255

email:liska@brnenka.cz, liskovi@brnenka.cz

Popis činnosti:

Maloobchodní a velkoobchodní prodej potravin

Druh sponzorství: občerstvení na akcích

Mr. MAGIC, s.r.o.

Michal Chládek
Veslařská 25
Brno 635 00
Tel.: 541 221 717
Fax: 541 247 425
email:secretary@mrmagic.cz
<http://www.mrmagic.cz>

Popis činnosti:

Komplexní reklamní servis, prezentační akce a reklamní kampaně, direct marketing, zabezpečení tiskových materiálů, zabezpečení reklamy ve sdělovacích prostředcích, návrhy a potisky reklamních a dárkových předmětů, doprovodné programy a společenské akce, venkovní a vnitřní navigační systémy.

Druh sponzorství: výpomoc s informační kampaní, letáky atd.

Ing. Jaroslav Schulz, CSc.
Ing. Jaroslav Schulz, CSc.
Heinrichova 9
BRNO 635 00
Tel.: 543 246 928, 542 212 290
Fax: 543 246 928
email:inca@telecom.cz

Popis činnosti:

SLUŽBY: Činnost ekonomických a organizačních poradců. Další adresa v seznamu osob.
Daňové poradenství, soudní znaleství, vedení účetnictví, ubytování a restaurační služby

Druh sponzorství: daňové poradenství

Martin Smejkal
Mgr. Martin Smejkal
Rerychova 4
BRNO 635 00
Tel.: 548 534 870
email:martinsmejkal@volny.cz

Popis činnosti:

SLUŽBY: nákladní autodoprava, stěhovací služby bez omezení hmotnosti v jakémkoliv rozsahu, pro členy OHK 5% sleva.

Druh sponzorství: dovoz např. stromků na výsadbu, či součásti stánků po prezentaci a jiné logistické služby

Miloslav Spurný
Miloslav Spurný
Kachlíkova 7
BRNO 635 00
Tel.: 545 215 389

Fax: 545 215 389
email: spurny@papa.ocb.cz

Popis činnosti:

Reklamní činnost Výstavní a veletržní činnost - návrhy a realizace výstavních expozic
Grafické práce včetně tisku Řezaná grafika Zprostředkovatelská činnost Koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje

Druh sponzorství: výpomoc s realizací prezentačních stánků a akcí.

Abeco spol. s r. o.

Přístavní 36 b

Brno-Bystrc

Tato společnost, která se zabývá půjčováním a prodejem motocyklů, skútrů apod., by mohla poskytnout finanční dar společnosti FAMILY OK na její vlastní činnost. Kdyby například FAMILY OK postavila dětské hřiště, byl by vstup postaven jako velká brána, která by na sobě nesla jméno firmy Abeco a její vlastně navržené formy reklamy. Nebo by také mohla zdarma či za speciální ceny zapůjčit svá vozidla například pro zábavný den pořádaný společností FAMILY OK.

Truhlářství MAX

Kubicova 8

Brno- Bystrc

Truhlářská by mohla poskytnout sponzorský dar v podobě sestavení průlezek, pískovišť a sportovních hřišť pro děti, posezení pro rodiče. Také by mohli postavit výběh pro psy a cvičiště. Tato firma by si tak mohla zvýšit okruh svých zákazníků a veřejně ukázat své stavební výsledky. Mohla by si zde umístit reklamní a informační ceduli.

Družstva vlastníků bytů

- sdružení čistí okolí od odpadků
- sdružení zprostředkuje styk družstev se samosprávou
- sdružení udržuje dětské hřiště
- sdružení podporuje občanské aktivity

DPMB, a. s.

- sdružení bude podporovat změnu územního plánu (výstavba nové zastávky) – tlak na samosprávu

AHOLD, a. s.

- sdružení bude pořádat akce pro děti před budovou supermarketu. Supermarket věnuje ceny pro děti (např. cukrovinky). Supermarket získá více zákazníků

Zelinář pan Pepa

- sponzoruje přednášky o zdravé výživě, ochutnávky zelinářských výrobků

Mudr. Peřina – praktický lékař pro děti a dorost

- Mudr. Peřina je zván jako přednášející k přednáškám o zdravotním stavu obyvatel (např. drogová prevence)

Dále můžeme mluvit o:

EVA BAU s.r.o., (dosavadní sponzor)

ZIKI s.r.o. (dosavadní sponzor)

Vydavatelství VRAMO - Naše noviny (dosavadní sponzor)
TPL s.r.o. Brno (nový sponzor)
BVV (nový)
OHK Brno (nový)
MČ Brno - Bystrc (nový - veřejná podpora aktivit)
Samoobsluhy (drobnější pomoc – prezentace organizace)
Drobní podnikatelé v rámci Bystrce
ŽS Brno (přislíbený sponzoring)
UNISTAV, VZ STAV, RENOSTAV, POZEMSTAV (pomoc při výstavbě a realizaci hřišť a dalších drobných zařízení)
Stofcom s.r.o.
Computer Press (přislíbený sponzoring)

Větší akce:

- OBI (např. i možnost využití parkoviště k pořádání akcí),
- větší stavební firmy působící v Brně, jako SKANSKA,
- ROVNOST (využit k zveřejnění konání akcí),
- MEDICOM INTERNATIONAL s.r.o. (peněžní příspěvek).

Menší akce:

- menší místní firmy (využití malých podnikatelů - od prodejců potravin až po truhlářství),
- menší stavební firmy z Brna,
- OBI (např. náradí),

Letáky, výroční zprávy obecně:

- využít místní případně blízké tiskárny,
- domluvit s DPMB sponzorství prostřednictvím zveřejnění informačních letáků v dopravních prostředcích (týká se především tramvaje č.1).

Architektonické návrhy studentů MZLU:

- OLYMPUS,
- místní či blízký architektonický ateliér,
- DATACAD LLC (darování architektonického softwaru vítězi).

Trvalá spolupráce:

- MEDICOM INTERNATIONAL s.r.o.

Z veřejnoprávních institucí můžeme zkusit například:

Gymnázium Brno-Bystrc Vejrostova 2

Studenti gymnázia by mohli být zdrojem dobrovolnické pracovní síly. V rámci některých předmětů by se zapojili do projektů občanského sdružení Family OK.

- **výtvarná výchova**
 - vytváření PF a pozvánek na akce, pořádajících o.s.
 - zejména mladší studenti
- **informatika**
 - vytvoření internetových stránek
 - prezentace v powerpointu použitelné při přednáškových akcích

ZŠ Brno-Bystrc Laštůvkova 77

- **informatika**
 - vytvoření internetových stránek
 - prezentace v powerpointu použitelné při přednáškových akcích
- **technická výchova**
 - pomoc při výstavbě dětského hřiště, výběhu pro psy (například výroba plotu pod vedením učitele)
- **přírodopis**
 - sběr odpadků v rámci výuky o ekologii

Výhody pro sponzory

V dnešní době, kdy mnohé školy bojují s nedostatkem studentů a žáků, je každé zviditelnění školy užitečné. Občanské sdružení školám může pomoci v propagaci umístěním sponzorské tabule při příležitosti otevření nebo zpřístupnění nově vybudovaných projektů.

Tato pomoc neziskovým organizacím může udělat škole dobré jméno a město může při rozhodování o případném rušení či slučování škol k těmto aktivitám.

9) STRATEGICKÝ PLÁN

Aby se o. s. Family O.K. mohlo stát uznávaným článkem mezi volenými zástupci a obyvatelstvem je potřeba využít strategického plánování.

Přínosem strategického plánu pro organizaci by mohlo být zlepšení výkonnosti organizace, zlepšení komunikace se sponzory (dárci budou ochotnější poskytnout prostředky, pokud budou mít na základě strategického plánu organizace větší jistotu o jejich efektivním využití).

Pokud vedení organizace se strategickým plánováním nemá žádné zkušenosti, požádá o pomoc externího spolupracovníka.

Navrhujeme, aby byl vytvořen plán na kratší časový úsek (2 roky) vzhledem k tomu, že organizace existuje relativně krátkou dobu. Je nutné nejprve vyřešit problémy, které souvisí s tím, že organizace není dosud dobře známá a nachází se ve finančních nesnázích. Po tomto časovém úseku navrhujeme plánovací proces zopakovat.

Plánovací proces by neměl přesáhnout dobu dvou měsíců.
Vybraný odborník by měl dohlížet na celý plánovací proces.

Plán schůzek:

První a druhá:

- ujasnění poslání organizace
- analýza potřeb potenciálních klientů
- SWOT analýza

- diskuse nad výsledky případných dotazníků (známost mezi občany, jejich návrhy na projekty,...)
- vytvoření plánu pravidelných schůzek neziskové organizace
- zhodnocení krátkodobých cílů a vytvoření dalších
- *vytvoření týmu:*
 - **Ing. Josef Šroubek**
Výkonný ředitel, koordinátor projektů
Spolupráce veřejnosti a VŠ a obce
 - **Ing. Ladislav Krejčí**
Manager pro finance a marketing
Koordinátor projektů pro rozvoj obce
 - **PhDr. Jaroslava Krejčí**
Manager pro vzdělávací akce a projekty
 - **Ing. Jenešová**
Manager Klubu přátel rozvoje Bystřce
Koordinátor projektů pro životní prostředí, asistent analýs a kontaktů s veřejností
 - **Ing. Michal Petříček**
Manager informačních technologií
Asistent projektů spolupráce s VŠ
 - **Prof. Ing. Dalibor Růžička**
Manager projektů práce s mládeží
Koordinátor projektů rozvoje občanské společnosti
 - **Dr. Doc. Ing. Miroslav Patočka, CSc.**
Externí konzultant spolupráce s VŠ
 - **Ing. Jiří Malášek**
Externí konzultant spolupráce s VŠ
 - **Ing. arch. Lenka Musilová**
Externí asistent, konzultant projektů účasti občanů na rozvoji obce
 - **Konzultant**
 - **Dobrovolníci**
 - **Dárci**
- měli by se zúčastnit všichni
- schůzky by měly trvat celkem 3 hodiny

Třetí:

- *návrhy akcí:*
 - pořádání setkání členů
 - akce, jako apel na dospělé občany Bystřce
 - dětské zábavné odpoledne na danou tematiku, kterou nezisková organizace řeší
 - semináře s členy zastupitelstev a studenty VŠ v Brně
 - diskuse s vedením městské části
 - plesy, kulturní akce
 - výstavy fotografií a materiálů z činnosti o.s.
- navrhnutí odpovědných osob za jednotlivé akce
- vyjasnění očekávání (které projekty by měly či mohly být splněny apod.)
- analýza zdrojů

- *stanovení dlouhodobých cílů:* dlouhodobě přispět k vytvoření podmínek pro lepší prostředí v městské části Brno – Bystrc, přispět ke vzájemné komunikaci a spolupráci mezi obyvatelstvem, orgány veřejné správy a dalšími významnými subjekty (např. podnikatele) v této čtvrti vedoucí k lepšímu dosažení cílů
- *stanovení kritické oblasti:* jednoznačným nedostatkem neziskové organizace je její prezentační schopnost navenek, což by mohlo ohrozit plnění cílů. Jedním z možných doporučení je vhodná volba kontaktní osoby, poskytující informace a prezentující činnosti organizace
- *strategie dosažení:* zvýšit povědomí o konkrétních činnostech neziskové organizace, jako např. pořádat výstavy a semináře, zajistit jejich výraznou propagaci a zabývat se zpětnou vazbou. Hodnotit výsledky akcí a pokusit se zlepšovat slabá místa a udržet případné úspěchy
- načrtnutí jednotlivých strategií
- účast všech
- trvání schůzky cca 2 hodiny

Čtvrtá a pátá:

- analýza konkurence
- zpracování strategického plánu sestaveného týmem
- týmová práce členů organizace
- stanovení kritických faktorů úspěchu organizace
- Dosavadní absence finančních dotací ze státního a místních rozpočtů, tuzemských či zahraničních fondů
- Dosavadní absence finančních dotací obecně (organizace dostává v podstatě jen věcné dary – související náklady při pořádání akcí nemá z čeho platit)
- malé povědomí obyvatel Bystrce o sdružení a jeho činnosti (nutno zvýšit frekvenci přednášek, více akcí)
- chybí vlastní prostory, kde by mohla organizace působit
- neexistují www stránky (zde jsou velké možnosti – kompletní souhrn informací o sdružení, poznatky a připomínky veřejnosti)
- trvání schůzky cca 2 hodiny

Šestá:

- přednesení a "obhajoba" strategického plánu zástupcem týmu (či celým týmem) před ostatními

Prodiskutování návrhů dlouhodobých cílů. Možné dlouhodobé cíle organizace jsou:

1. do konce roku 2005 zajistit příjem organizace z rozpočtových zdrojů obce (např. ve výši 40 % celkových příjmů organizace)
2. do konce roku 2005 zvýšit podíl zdrojů získávaných fundraisingem od individuálních dárců např. na 60 % celkových příjmů
3. do konce roku 2005 zvýšit frekvenci přednášek pro veřejnost na jednu měsíčně a frekvenci sportovních či jiných akcí zvýšit na 6 akcí ročně
4. do konce roku 2005 získat vlastní prostory pro organizaci
5. do konce roku 2005 zajistit fungující www stránky organizace shrnující veškerou její činnost, zveřejnit informace důležité pro veřejnost ohledně vývoje regionu, plánu akcí organizace atd.

Na základě debaty (brainstorming) a posouzení výsledků SWOT analýzy budou z navrhovaných variant strategií vybrány a schváleny pro implementaci např. tyto:

Cíl 1.:zpracovávat projekty tak, aby vyhovovaly požadavkům pro získání dotací z rozpočtů státu či obce nebo ze zdrojů tuzemských a zahraničních fondů

Cíl 2.:vytvořit databázi současných i potenciálních dárců

- získat dobrovolníky pro kontakt s potenciálními dárci

Cíl 3.:Využít dobré spolupráce organizace s vysokými školami pro získání přednášejících

Cíl 4.:kontaktovat organizace ziskového i neziskového sektoru v regionu s žádostí o poskytnutí prostor

Cíl 5.:využít spolupráce s fakultou informatiky – vytvoření www stránek studenty v rámci výuky

- účast všech
- trvání schůzky cca 1,5 hodiny

Sedmá:

- schválení a implementace strategického plánu
- účast všech
- trvání schůzky cca 1 hodinu

Odpovědná osoba

Odpovědná osoba by měla mít dohled nad záměry neziskové organizace, v rámci kterých by zodpovídala za zjištění zpětné vazby (počet účastníků akcí, ohlas) a na každém schůzce by ostatní informovala o dění. Zároveň je možné rozdělit pravomoci a povinnosti do určitých tématických akcí a přiřadit odpovědnou osobu (např. dle povolání).

Všechny schůzky svolá Ing. Josef Šroubek, výkonný ředitel.

Family O.K. 2003

výroční zpráva
annual report

Family O.K.

občanské sdružení
pro podporu účasti veřejnosti na rozvoji
MČ Brno Bystrc osvětou a vzděláváním
civic association for development of
cooperation between the public sector and
local authorities

Aktuální identifikační data a kontakty k 31.12.2003

Family O.K., občanské sdružení, člen Brněnské asociace neziskových organizací

Registrace číslo	VS/I-1/49 931/02-R
Datum registrace	15.04.2002
IČO	265 89 214
Bankovní spojení revizi/	ČSOB BÚ CZK 374594683/v
Adresa	Ečerova 11, Brno 63500
Tel.:	546223089
Mobil	605 531 658
E-mail:	josef.sroubek@worldonline.cz
http:	www.familyok.cz /v revizi/

Ing. Josef Šroubek tel.: 546223089
výkonný ředitel, koordinátor projektů
spolupráce veřejnosti a VŠ a obce mobil: 605 531 658

Ing. Ladislav Krejčí tel.: 549274050
Manager pro finance a marketing
Koordinátor projektů pro rozvoj obce

PhDr. Jaroslava Krejčí tel.: 549274050
Manager pro vzdělávací akce a projekty

Ing. Jenešová tel.: 546212393
Manager Klubu přátel rozvoje Bystrce
Koordinátor projektů pro životní prostředí,
asistent analýs a kontaktů s veřejností

Ing. Michal Petříček tel.: 541151111
Manager informačních technologií
Asistent projektů spolupráce s VŠ 541159553

Prof. ing. Dalibor Růžička tel.: 546220603
Manager projektů práce s mládeží
Koordinátor projektů rozvoje občanské společnosti

Dr. Doc. ing. Miroslav Patočka CSc tel.: 541238390
Externí konsultant spolupráce s VŠ

Ing. Jiří Malášek tel.: 546214940
Externí konsultant spolupráce s VŠ

Obsah

1. Stručně o Family O.K.

2. Osvětový a vzdělávací program

- a/ tvorba motivačních studií rozvoje obce na základě anket oblast zlepšení životního prostředí ve spolupráci s VŠ
- b/ tvorba informačních podkladů pro zastupitelstvo obce oblast zlepšení služeb a tvorby finančních zdrojů /rozpočet 2003/ ve spolupráci s OHK Brno

3. Publikační činnost

- a/ presentace akcí v měsíčníku Naše Noviny
- b/ presentace výsledků činnosti v časopisu obce-Bystrckých novinách

4. Klub přátel rozvoje Bystrce

- a/ Program obec přátelská pro rodinu ve spolupráci s Národním centrem pro rodinu a rakouským institutem Linec
- b/ program péče o životní prostředí- Projekt park Horní náměstí
- c/ program rozvoje účasti veřejnosti na dění v obci- Projekt spolupráce veřejnosti, VŠ a obce na rozvoji Bystrce
- d/ provoz knihovny klubu

5. Ostatní aktivity

- a/ spolupráce AIP Praha , ing Švejda,konference URBIS
- b/ spolupráce s OHK Brno,ing Matějková, pro podporu soutěže VŠ
- c/ spolupráce s RRA jižní Moravy,pí Mašová,finanční zdroje projektů
- d/ spolupráce s Brněnskou asociací neziskových organizací, rozpočet JMK,financování NNO
- e/ spolupráce s komisí rozvoje MČ Bystrc na regeneraci sídliště
- f/ spolupráce s odborem MŠaT MMB,projekt spolupráce s VŠ

6. Finanční přehled za rok 2002

7. Organizace,které podpořily činnost Family O.K.

8. Dohody o partnerství

Stručně o Family O.K.

Family O.K. je občanské sdružení, které bylo založeno pro činnosti podporující **rozvoj účasti občanů na životě obce**, zejména využíváním osvěty, vzdělávacích akcí, publicistiky, informačními službami a pod.

Zároveň Family O.K. organizuje akce na **podporu rozvoje obce přátelské pro rodinu** zejména využíváním zkušeností Rakouského institutu pro rodinu v Linci s cílem dosažení hodnocení MČ Bystrce jako obce přátelské pro rodinu./viz spolupráce s Národním centrem pro rodinu- Projekt pro JMK –Klub přátel rozvoje Bystrce a Projekt Park na Horním náměstí Bystrc./

Family O.K. využívala ke své činnosti v roce 2003 pouze dobrovolnou činnost členů a externích spolupracovníků a sponzorské příspěvky firem a jednotlivců .

Family O.K. působí hlavně v těchto oblastech:

- I. osvětová a vzdělávací činnost v oblasti účasti občanů na rozvoji obce
- II. informační a publikační služby pro podporu rozvoje obce
- III. prezentace a propagace úrovně služeb pro rodinu v obci a životního prostředí v obcích s vynikajícími výsledky v ČR a v EU, podpora spolupráce veřejnosti, obce, VŠ a podnikatelů při tvorbě podkladů pro programy rozvoje Bystrce /soutěže studentských prací, výstavy, přednášky apod./

Family O.K. svým působením podporuje:

- odbornou informovanost veřejnosti o problematice rozvoje obce
- dobrovolnictví ve veřejně prospěšných oblastech
- rozvoj místních občanských aktivit pro podporu rozvoje obce
- služby pro volný čas školní mládeže
- rozvoj spolupráce neziskového sektoru se státní správou a podnikatelským sektorem
- rozvoj spolupráce místní správy a vysokých škol

V roce 2003 Family O.K. realizovala zejména následující projekty a služby:

- provoz Klubu přátel rozvoje Bystrce
- informace a publikace v tisku k otázkám programu rozvoje obce
- Projekt spolupráce veřejnosti, obce a VŠ na programu rozvoje Bystrce
- Projekt spolupráce s radnicí na Parku Horní náměstí/v řízení/
- Ankety mezi občany pro náměty řešení Parku Horní náměstí pro zastupitelstvo
- Informační materiály pro zastupitelstvo MČ Bystrc:
 - motivační studie dlouhodobého programu rozvoje Bystrce
 - motivační studie využití fondů EU a státních zdrojů pro financování rozvoje obce
- Projekt obec přátelská pro rodinu v rámci Klubu pro JMK, realizován zčásti

2.Osvětový a vzdělávací program

náměty k diskusi:- obsah a funkce veřejného parku na Horním náměstí

/vyhrazené plochy pro denní rekreaci obyvatel, místa společenského setkání, estetické a kulturní doplňky parku, vodní plochy-kašny atd/
- reálnost funkce společenského centra –v místě okolí konečné stanice tramvaje č.1 a č.3 /pobočka radnice, policie, bank, spořitelna, drobné obchody a služby včetně centra služeb pro stavební část regenerace

Poznámka: anketa v rámci výstavy studentských prací ve Společenském centru, říjen 2003.

b/ tvorba motivačních studií na základě anket mezi občany, oblast zlepšení životního prostředí ve spolupráci s VŠ-předána odboru živ. prostředí studie Parku na Horním náměstí zpracovaná MZLU Brno.

3. Publikační činnost

a/ presentace akcí v měsíčníku Naše noviny ve spolupráci s redaktorem p. Mlčochem
téma: dlouhodobý program rozvoje Bystřce

4. Klub Přátel rozvoje Bystřce

a/ Projekt-obec přátelská pro rodinu

b/ provoz knihovny klubu: členové klubu se scházejí hodinu před veřejnou schůzí zastupitelstva

5. Ostatní aktivity

a/ spolupráce s gymnasiem Vejrostova na přípravě projektů pro využití EU fondů-rozvoj lidských zdrojů

6. Finanční přehled za rok 2003

Výnosy:

Náklady:

Věcné dary.....10000,-Kč
/Minolta,BVV,OHK/

Jiné náklady/549/.....2000,-Kč
Dary pro soutěž /546/.....10000,-Kč
Ztráta:.....2000,-Kč

Aktiva:

Pasiva:

Pokladna /211/.....4287,-Kč
ČSOB účet/221/.... 90,-Kč
Celkem: 4377,-Kč

Půjčka/959/.....2500,-Kč
Vlastní zdroje.....1877,-Kč
4377,-Kč

7. Organizace, které podpořily činnost Family O.K.:

- EVA BAU s.r.o.
- Vydavatelství VRAMO - Naše noviny
- TPL s.r.o. Brno
- Veletrhy a výstavy
- OHK Brno
- MČ Brno Bystřce
- Minolta s.r.o.

9. Dohody o partnerství a dohody o spolupráci

- dohoda s komisí rozvoje MČ Bystřce o spolupráci
- dohoda o partnerství s fakultami VUT a MU a MZLU

Zpracoval: 31.12.2003, výbor Family O.K.

Family O.K. děkuje všem dárcům, kteří v roce 2003 podpořili její činnost za jejich finanční příspěvky a důvěru a dále děkuje všem spolupracovníkům a dobrovolníkům za jejich práci a všem přátelům a příznivcům za jejich podporu a pomoc.

