

EVALUACIJA PROGRAMA LOKALNE FILANTROPIJE 2018. GODINA

SAŽETAK

Beograd, februar-maj 2018.

SADRŽAJ

RŽF I FILANTROPIJA	3
POVERENJE U RŽF KAO OSNOVA UČEŠĆA I DONIRANJA	3
CILJEVI I POTENCIJALI PROGRAMA LOKALNE FILANTROPIJE	3
RŽF I FEMINIZAM	4
„PONUDA I POTRAŽNJA“ NA VREDNOSNOM NIVOU	4
TREND DEPOLITIZACIJE KAO NEGATIVNI FAKTOR ZA RAD RŽF	5
AKTIVISTIČKA ZAJEDNICA OKUPLJENA OKO LEVE IDEOLOŠKE MISLI	5
RŽF KAO NOSILAC VREDNOSTI OTVORENOSTI UNUTAR FEMINISTIČKE ZAJEDNICE?	6
RŽF PODRŠKA GRUPAMA	6
SLIKA FONDACIJE UNUTAR PODRŽANIH GRUPA	6
PODRŠKA GRUPAMA ZA FANDREJZING	6
KAPACITETI LOKALNIH GRUPA	7
PODRŠKA ORGANIZACIJAMA DA STRUKTURALNO PREĀU NA DRUGE IZVORE FINANSIRANJA	7
RŽF PRISTUP PRIKUPLJANJU SREDSTAVA	8
PRINCIPI PRIKUPLJANJA SREDSTAVA	8
TEHNIKE PRIKUPLJANJA	10
TRAJNI NALOZI	11
INDIKATOR USPEHA – OČUVANJE POSTOJEĆE ZAJEDNICE I ULAZ NOVIH LJUDI U PRIČU RŽF.....	12

RŽF I FILANTROPIJA

POVERENJE U RŽF KAO OSNOVA UČEŠĆA I DONIRANJA

Bez obzira da li je reč o predstavnicama grupa za koje su prikupljana sredstva, donatora ili jednostavno spoljnih saradnika RŽF, svim razgovorima dominira osećaj poverenja koje ljudi imaju u RŽF, odnosno u ljude RŽF.

Postoji dubok transfer poverenja između RŽF i ljudi koji su u kontaktu sa RŽF. Reč je o poverenju u:

- **Vrednosni izbor organizacije.** Ne samo što sagovornici/ce odlično poznaju definiciju feminističke platforme RŽFa, već i prepoznaju i visoko vrednuju institucionalnu memoriju i znanje u samoj organizaciji. Pod institucionalnom memorijom ovde se podrazumevaju znanja, iskustvo, veštine, naučene lekcije i prethodni rezultati koji su doveli RŽF do pozicije u kojoj danas jeste.
- **Ljude organizacije.** Intenzivni kontakti, bazirani na vrednostima, omogućuju veliki stepen poverenja u ljude iz RŽFa, posebno u Miru i Zoe, a u poslednje vreme i Mariju. Liderke organizacije su prepoznate unutar baze organizacije kao autentične predstavnice feminističkog pokreta, čiji stavovi utiču snažno na postupke sektora koji je u kontaktu sa RŽF. Grupe koje duže saraduju sa RŽFom govore na sličan način i o Slavici, što ukazuje da organizacija već duže vreme gaji organizacionu kulturu u kojoj su liderke ujedno i sektorske liderke znanja i vrednosti.
- **Izbor grupa koje je potrebno podržati.** Neretko se dešavalo u intervjuu da donatori akcija RŽFa nisu sigurni za koje su grupe i akcije donirali, pa čak im nije bilo niti važno šta je bio konačni ishod akcije. Sam izbor RŽFa je bio dovoljan da učestvuju i podrže nekog. Ovo svakako ne treba gledati kao manu RŽF, već više kao znak da grupe koje RŽF podržava nedovoljno „snažno“ i upečatljivo komuniciraju svoju priču, a da se poverenje u RŽF prenosi i na grupe koje su odabrane za podršku.

U jednom broju intervjua zabeležen je jedan faktor koji narušava poverenje. Naime, ljudi koji duže saraduju sa RŽFom prepoznaju da mali broj ljudi zaposlenih u RŽF rade veliki posao. Iako naporan rad jeste nešto što se prepoznaje i ceni, jedan broj ljudi izrazio je veliku zabrinutost da „burn out“ postaje primetan. Skoro trećina sagovornica je na pitanje „Šta RŽF može bolje?“ odgovorilo sa tim da je potrebno da zaposli više ljudi.

CILJEVI I POTENCIJALI PROGRAMA LOKALNE FILANTROPIJE

Program lokalne filantropije RŽF trenutno funkcioniše na nekoliko koloseka. Ako bi se aktivnosti programa sagledale kroz ciljeve koji se postižu, RŽF kroz program lokalne filantropije trenutno:

- Prikuplja sredstva za organizacije i akcije feminističkih organizacija civilnog društva kroz organizovanje manifestacija za prikupljanje sredstava
- Jača kapacitete feminističkih organizacija civilnog društva da samostalno prikupljaju sredstva iz lokalnih zajednica
- Obezbeđuje jačanje aktivističke zajednice, pre svega u Beogradu, kroz organizaciju redovnih okupljanja i manifestacija

- Prikuplja sredstva za RŽF kroz trajne naloge, povremeno i kroz manifestacije za prikupljanje sredstava
- Podiže prepoznatljivost RŽF u filantropskom sektoru u Srbiji

Svaki od ovih ciljeva zaslužuje dodatnu analizu u narednom strateškom planiranju, kao i definisanje odgovarajućih indikatora uspeha. Svakako je i pitanje da li RŽF želi da ostvaruje sve ove ciljeve, ili je ipak namera da se kroz program postigne nešto drugo? Ako RŽF zadrži ovaj pristup, bilo bi potrebno da se dublje promisle sledeća pitanja:

- Kako da u organizaciju manifestacija, na kojima se prikupljaju sredstva za lokalne grupe, RŽF uključi više same grupe koje bi ponele više „tereta“ organizacije?
- Kako da se dovedu nova posetioci manifestacija na kojima se prikupljaju sredstva?
- Koje druge fandrejzing akcije/manifestacije RŽF može da organizuje?
- Kako obezbediti da manifestacije privuku različite generacije? Ili je potrebno imati različite manifestacije?
- Kako da se osmisli program izgradnje kapaciteta koji bi u većoj meri ohrabrio lokalne grupe da i same prikupljaju sredstva na ovaj način?
- Kako da se obezbedi dolazak novih ljudi uz očuvanje postojeće zajednice aktivista i aktivistkinja koja se trenutno redovno okuplja?
- Kako da se kontinuirano radi na povećanju broja donatora kroz trajne naloge, ali i na redovnoj komunikaciji sa postojećim donatorima/donatoricama?
- Kako da se RŽF bolje pozicionira u sektoru filantropije u Srbiji?

Većina ovih pitanja nagoveštava potrebu za povećanim obimom aktivnosti na programu, ali to bi svakako zahtevalo i povećanje broja zaposlenih i/ili outsourcing, kao i povećanje uloženi resursa od strane RŽF. Sa druge strane, ukoliko RŽF ne krene tim putem, predlog bi bio da se trenutni program preispita i da se definišu ciljevi koji su manji od gore navedenih.

RŽF I FEMINIZAM

„PONUDA I POTRAŽNJA“ NA VREDNOSNOM NIVOU

Redovno se otvara pitanje kolika je ponuda i potražnja na „tržištu vrednosti“ za feminizmom u Srbiji, posebno za konceptom feminizma koji zastupa RŽF - spoj feminizma, antimilitarizma, borbe protiv nacionalizma i rasizma? U Srbiji postoje grupe koje se bave ovim temama pojedinačno, ali zapravo mali broj grupa nalazi svoju misiju u spoju ovih vrednosti. Izvan aktivističkih grupa, u širem javnom mnjenju se takođe ne izdvaja dovoljno veliki broj ljudi, neka vrsta kritične mase, u pogledu ovih vrednosti. U takvom odnosu snaga, u kojem ne postoji veliki broj aktivnih „promotera“ ovakvog koncepta i slaba potražnja od publike, šta RŽF može da uradi da pojača potražnju?

U nekoliko intervjuua se otvorilo odlično pitanje – zašto je savremenom čoveku u Srbiji potrebna ovakva platforma? Suočen sa siromaštvom i političkim isključenjem iz društva, zašto je prosečnom glasaču uopšte potrebna takva platforma? Kakvu promenu ona unosi u život pojedinca/ke, osim ako nije direktno ugrožen nekim od ovih pojava? Kako da ovako važnu temu RŽF pomeri sa margine javnog narativa i gurne je u svakodnevni život?

U strateškom procesu, RŽF bi trebalo da se ozbiljno pozabavi svojom teorijom promene¹. Ta teorija promene bi svakako morala da uključi u sebe i rad RŽF na stvaranju „potražnje“ za teme od značaja za RŽF.

TREND DEPOLITIZACIJE KAO NEGATIVNI FAKTOR ZA RAD RŽF

Po istraživanjima CRTE ([link](#)), građane u Srbiji ne interesuje politika značajno. Pritom, žene u istraživanjima pokazuju manje interesovanje od muškaraca.

Eventualni dalji nastavak trenda depolitizacije smanjuje prostor za rad RŽFu. Uključenje žena u politiku i povećanje interesovanja žena u Srbiji za politička pitanja je od elementarnog značaja za položaj i prava žena u budućnosti, posebno imajući u vidu sve veće probleme koji nastaju novim odnosima u savremenom društvu u Srbiji.

AKTIVISTIČKA ZAJEDNICA OKUPLJENA OKO LEVE IDEOLOŠKE MISLI

U svim intervjuima se jasno vidi da su sagovornice ideološki izuzetno jasno pozicionirane i sklone levičarskim vrednostima i aktivizmu. Kod značajnog broja sagovornica anti-konzumerizam, otpor kapitalizmu, anti-fašizam, čine možda i primarnu motivaciju da učestvuju u akcijama RŽF. Rezultat toga je svakako i kreiranje zajednice u Beogradu koja se redovno okuplja na akcijama RŽF. Mnoge sagovornice u akcijama „Sestre to rade najbolje“ kao najznačajniju vrednost prepoznaju razvoj odnosa unutar levičarske zajednice Beograda.

Aktivistkinje u Beogradu u akcijama RŽF poput „Sestre to rade najbolje“ kao primarni ishod akcija prepoznaju jačanje aktivističke zajednice i veću vidljivost. Novac koji se prikupi svakako nosi svoj značaj, iako je reč o malim sumama. Ali, prikupljeni novac, čak i za grupe koje su prikupljale, ne predstavlja glavnu dobit ovih akcija. Grupe dobijaju prepoznatljivost, bolje praćenje od strane aktivistkinja, nove partnere i bolju povezanost sa sličnim ili pak različitim organizacijama koje nalaze interes da sarađuju.

Aktivistkinje širom Srbije, takođe podržane od strane RŽF, nisu u prilici da grade svoju zajednicu kao što je to slučaj u Beogradu. Posebno u manjim mestima, aktivistkinje se osećaju usamljeno, često i odbačeno u svojim mestima. Prisustvo nacionalizma i čak anti-komunističke histerije u lokalnim institucijama, posebno institucijama kulture, stvara dodatni otpor ovim grupama u manjim mestima. Pitanje je na koji način RŽF može pomoći ovim grupama u kreiranju „svojih“ zajednica poput onih koja postoji u Beogradu? Da li rešenje treba tražiti u drugačijoj vrsti podrške? Da li su potrebna drugačija znanja i veštine u manjim mestima? Ili odgovor treba tražiti u regionalnom povezivanju grupa i češćim susretima aktivistkinja iz različitih gradova? U svakom slučaju, ostavljene same u svojim sredinama, aktivistkinje iz manjih gradova pre ili kasnije odlučuju da se presele za Beograd, odu u inostranstvo ili umanje svoj aktivistički rad.

¹ Teorija promene je jasan opis i ilustracija kako i zašto možemo da očekujemo da će se željena promena u društvu desiti, imajući u vidu realnost okruženja organizacije. Ona je fokusirana na mapiranje ili „popunjavanje“ nečega što se često opisuje kao „nedostajuća sredina“ između onoga što organizacija radi i promene u društvu koju želimo. Teorija promene se definiše tako što se prvo identifikuje poželjni dugoročni cilj(evi) i onda se „unazad“ identifikuju preduslovi (koji postaju outcomes) koji su potrebni da bi se promena desila. Osim preduslova, utvrđuju se i veze između tih preduslova.

RŽF KAO NOSILAC VREDNOSTI OTVORENOSTI UNUTAR FEMINISTIČKE ZAJEDNICE?

Kao zaključak se nekako nameće da sagovornice i baza RŽF očekuje da se RŽF u većoj meri nametne kao relevantan sagovornik u sektorskoj debati o feminizmu. Postoji apsolutna saglasnost da RŽF ima znanje i iskustvo koje je nedovoljno prepoznato u javnoj debati od strane šire i zainteresovane javnosti. Sa druge strane, RŽF može biti nosilac vrednosti otvorenosti pokreta, Fond koji brine da u feminizmu ima mesta za različita iskustva žena, koji brine da je diskusija otvorena za različita razmišljanja i moguće pravce razvoja pokreta. Na ovaj način, RŽF ne nameće rešenja, već je prostor bezbednog susreta u kojem se otvoreno razmenjuju stavovi, bez osuda, sa jakim fokusom na argumente. RŽF bi ovakav pristup, ukoliko ga usvoji na predlog svoje baze, trebalo snažnije da promoviše i u svojim promotivnim materijalima, na sajtu, kao i na svim sastancima sa donatorima, partnerskim organizacijama i korisnicama.

RŽF PODRŠKA GRUPAMA

SLIKA FONDACIJE UNUTAR PODRŽANIH GRUPA

Sve podržane grupe govore o tome da RŽF nije kao drugi donatori. Svi prepoznaju da je RŽF pre svega partner, fondacija koja osim novca daje i znanje, deli iskustvo, daje i prima savete. RŽF se u odnosu na grupe koje podržava postavlja kao aktivan partner i grupe cene takav ravnopravan odnos. Svim akterima u okruženju RŽF-a se dopada neformalna priroda odnosa koji se često pretvori u prijateljstvo.

Zaposlene u RŽF su prepoznate kao ažurne, savesne i izuzetno brze u komunikaciji i to kada je najpotrebnije. Generalno, primećeno je da RŽF u izgradnji odnosa sa grupama i ljudima najviše prepoznaje značaj otvorenosti i saradljivosti grupa.

PODRŠKA GRUPAMA ZA FANDREJZING

Mali broj grupa koje su prošle kroz fandrejzing akcije RŽF su nastavile same da praktikuju slične načine prikupljanja sredstava. RŽF, pogotovu Zoe, pruža veliku podršku grupama kada se organizuje prikupljanje sredstava za njih. Upravo taj rad pomaže da akcije budu uspešne, što je prepoznato od svih grupa sa kojima sam razgovarao. Iako su grupe bile u prilici da same vide kako se organizuje fandrejzing manifestacija za njih, iako sve prepoznaju koliko su takve akcije značajne za njih, retko koja se odlučila da pokuša sama da proba nešto slično. Zašto?

Postoji više razloga i verovatno bi trebalo uticati na svaki od njih da bi se desila promena u fandrejzing praksama organizacija i grupa:

- Za razliku od RŽF, grupe nemaju svoju pravu bazu.
- Napisati projekat je mnogo lakše nego prikupljati sredstva od pojedinaca/ki i firmi.
- Potrebno je dosta vremena da se prikupi značajna suma novca na lokalnom nivou.
- Zakonodavni okvir za prikupljanje sredstava u Srbiji nije najjasniji većini grupa.

U tom smislu, ukoliko RŽF želi da jača kapacitete grupa da budu uspešne u prikupljanju sredstava, potrebno je da se ojačaju sledeća znanja i veštine:

- Komunikacija sa javnošću i definisanje publike i aktera
- Izgradnja baze za organizaciju
- Strateški pristup prikupljanju sredstava i tehnike prikupljanja.

Uz ovaj segment, izuzetno je važno podržati grupe da naprave i strukturalne promene koje bi obezbedile da se i unutar samog tima ljudi kreiraju potrebne uloge koje će značiti za dalji razvoj i primenu znanja iz gore navedenih oblasti.

KAPACITETI LOKALNIH GRUPA

Na samom početku treba napraviti značajnu razliku između kapaciteta organizacija i grupa iz Beograda, Novog Sada i drugih većih gradova, i kapaciteta grupa iz malih mesta. Grupe u Beogradu i većim gradovima pokazuju veće kapacitete, a razlike u razvoju kontinuirano rastu. Pritom, to ne treba dovoditi u vezu sa početnim kapacitetima grupa ili čak sa obrazovanjem. Kod novih grupa, bez obzira na mesto odakle su, primetno je da postoje isti problemi i izazovi, kao i slični kapaciteti. Ipak, u većim gradovima postoji i veći broj ljudi koji je u aktivizmu, pa se ostvaruje i značajnija razmena iskustava, kao i pozitivno „kopiranje“ praksi koje dobro rade. Dijalog između aktivističkih grupa je esencijalan za njihov razvoj. U većim mestima, dijalog se može odvijati i u većim krugovima, čak i u različitim ideološkim okvirima (npr. aktivne su i levičarska i liberalna zajednica u Beogradu). U manjim zajednicama jednostavno ima manje ljudi koji su deo ovog dijaloga, a ostrašćenost oponenta feminističke zajednice čini aktivizam još težim. Sa druge strane, više od polovine stanovništva u Srbiji živi u malim mestima. Prosečni glasač na izborima u Srbiji živi u tim malim mestima i svaka vlast se prilagođava njihovim stavovima, ako želi da bude na vlasti. Ne sme se potceniti značaj rada u malim mestima u Srbiji i uticaj tog rada na nacionalne tokove. Ukoliko se feministička aktivistička zajednica izgubi u tim sredinama, posledice će se svakako osećati i na nacionalnom nivou.

Finansijska održivost ženskih grupa je takođe ugrožena širom Srbije. Jedan broj ženskih grupa se ugasio jer nema novca. Kapaciteti za prikupljanje sredstava nisu jaki, a projektna orijentacija u prikupljanju sredstava je donela nestabilnost koja najčešće ili „gura“ aktivistkinje da traže stalan posao izvan sektora ili da rade projekte izvan svoje misije i vizije kako bi popunile „rupe“ u budžetu.

Možda i više od toga, veliki broj aktivističkih grupa sa kojima sam bio u kontaktu tokom evaluacije pokazuju izuzetno slabu povezanost sa ljudima koji ne pripadaju aktivističkoj zajednici. Usled takve situacije, te grupe slabo poznaju ljude, njihove stavove i pozicije, pa i način komunikacije koji bi bio odgovarajući da se pristupi ljudima koji su trenutno izvan aktivizma.

PODRŠKA ORGANIZACIJAMA DA STRUKTURALNO PREĐU NA DRUGE IZVORE FINANSIRANJA

Ključni eksterni izazovi sa kojima se susreću grupe, kako je utvrđeno i tokom intervjua ali i kroz desk istraživanje, su:

- Niska kultura filantropije u lokalnim zajednicama kada su razvojne teme u pitanju,
- Pojedinci i pojedinke nemaju dovoljno novca za davanje
- Organizacije nemaju kapaciteta da rade prikupljanje na lokalnu
- Niska javna podrška „težim“ temama, kao što je i feminizam.

Kada ove eksterne izazove dodamo na listu iz prethodnog poglavlja, jasno je da je pred organizacijama veliki posao u pokušaju da mobilišu lokalne zajednice da doniraju njima sredstva. Iako sve grupe govore o tome da im jeste strateški cilj da krenu u prikupljanje sredstava na lokalnu, retko koja se odlučuje da krene ozbiljno u ovaj poduhvat. Ovo odlaganje pre svega ima korena u tome što je podela uloga, formalna ili neformalna, unutar timova u lokalnim grupama takva da jednostavno iscrpljuje vreme na već postojeće aktivnosti koje su uglavnom projektno orijentisane. Ključni problem od gore navedenih je zapravo nepostojanje strukture, znanja i veština u organizacijama da bi se krenulo u prikupljanje sredstava na lokalnu.

Kao mogući među-korak između čistog projektnog delovanja i ozbiljnijeg delovanja u izgradnji odnosa u zajednicama, RŽF bi mogao da razmotri ili finansiranje projekata koji su posvećeni odnosima u zajednici, ili pak da se ta komponenta jasnije uvede u kriterijume konkursa RŽF, pa čak i indikatore uspeha. Uostalom, izgradnja zajednica i jeste definisana kao „izgradnja socijalnih i ekonomskih odnosa između ljudi u zajednici“.

RŽF PRISTUP PRIKUPLJANJU SREDSTAVA

PRINCIPI PRIKUPLJANJA SREDSTAVA

U skladu sa metodologijom „World Wide Fundraising Handbook“, ovde je predstavljena kraća analiza principa uspešnog fandrejzinge i ocena praksi RŽF u odnosu na ove principe.

- Princip 1. Da bi ti neko dao sredstva, moraš da pitaš. Ovaj princip zapravo govori o tome da je potrebno pitati na pravom mestu u pravo vreme. Praksa RŽF jeste da se za donacije „pita“ putem manifestacija za prikupljanje sredstava, putem Internet sajta, kao i putem trajnih naloga koji su promovisani saradnicima. Prve dve tehnike nisu prvenstveno okrenute ka prikupljanju sredstava. Manifestacije, iako u pozivu jasno stoji da su donatorskog tipa, za učesnike su pre svega društveni događaji i prilika da se sretnu ljudi iz aktivističke zajednice. Donatorski segment je u drugom planu. Što se sajta tiče, njegova prvenstvena namena nije poziv na doniranje. Rad na promociji trajnih naloga takođe nije još uvek sistematičan i stalan. Potrebno je razviti strateškiji pristup pozivanju donatora, koji će jasnije obezbediti da se poštuju principi fandrejzinge.
- Princip 2. Prikupljanje sredstava je posao sa ljudima. Sve tehnike za prikupljanje sredstava okrenute su trenutno istoj aktivističkoj grupi. Potrebno je proširiti krug donatora, posebno imajući u vidu ograničena sredstva koja su dostupna aktivističkoj zajednici. U tom smislu, RŽF bi trebalo da definiše nekoliko ciljnih grupa potencijalnih donatora i da razvije poruke i materijale, kao i samu tehniku doniranja, a sve u skladu sa senzibilitetom i mogućnostima/potrebama te grupe. Ukoliko se razmišlja o firmama i privredi, ne treba zaboraviti da je i ovde princip rada sa ljudima ključan.

Drugim rečima, konkretan ishod davanja je značajna lična motivacija za vlasnike ili direktore firmi, bez obzira čime se te firme bave.

- Princip 3. Treba tražiti specifičan iznos. U ovom trenutku ovaj princip se ne primenjuje dovoljno u prikupljanju sredstava kod RŽF. Specifičan iznos se odnosi na dve poruke:
 - a) Koliko ukupno novca je potrebno sakupiti kroz neku akciju – da li je cilj da se za jedno veće prikupi 50.000 dinara? Ako jeste, to treba najaviti unapred. Sa druge strane, da li RŽF želi da kroz godišnju kampanju davanja prikupi 10.000 EUR? Ako jeste, čemu će služiti taj novac i koja je veze svrhe davanja i motivacije potencijalnih donatora?
 - b) Koliki je iznos očekivane donacije? Iz intervjuja se jasno dobilo da učesnici manifestacije „Sestre to rade najbolje“ su spremne da potroše oko 1.000 dinara na donaciju i piće zajedno. To je praksa koja je ustaljena, nastala iz navike, ne iz upravljanja očekivanjima od strane RŽF. Potrebno je da RŽF da neku jasnu smernicu i za druge tehnike prikupljanja, što kroz navođenje iznosa neke prosečne ili minimalne donacije, što kroz izveštaj iz prethodnog perioda, ili pak na neki kreativan način (npr. šoping lista na kojoj je naveden „budžet“ akcije za koju se prikuplja i na kojoj ljudi biraju tačno u šta će uložiti novac).
- Princip 4. Što ličnije, to uspešnije. Ovaj princip je dosta dobro primenjen u RŽF. Ideja ovog principa jeste da u svakom fandrejzingu treba težiti što ličnijoj komunikaciji sa publikom. RŽF je neko ko povezuje ljude koji rade fantastične stvari i ljude koji su spremni da to pomognu. RŽF je neka vrsta „preporuke pouzdanog prijatelja“ i ta komunikacija bi trebalo da se nastavi u tom pravcu.
- Princip 5. Razumeti gledište donatora. RŽF odlično razume aktivističku i kreativnu zajednicu i nudi joj ono što je njoj potrebno. U tom delu je jasno da nema problema. Ipak, da li dosadašnje neširenje ka drugim publikama i potencijalnim donatorima zapravo dolazi iz toga što RŽF ne poznaje te ljude? Svakako bi bilo neophodno da pre nego što se proširi poziv i na druge potencijalne donatore, RŽF posveti vreme upoznavanju „neaktivističke“ zajednice kojoj se obraća.
- Princip 6. Ljudi doniraju organizaciji kojoj veruju i koju poznaju. RŽF ovaj segment ima odlično razvijen unutar aktivističke zajednice. Preporuka je da se izvrši taj transfer poverenja kroz priče drugih o RŽFu. Potrebno je da to poverenje steknu i drugi potencijalni donatori.
- Zahvaliti se na svakoj donaciji. RŽF ovaj segment takođe dobro radi.
- Izveštavanje je prioritet. RŽF neposredno nakon akcije jasno izvesti o prikupljenom iznosu i uspehu svojih akcija. Ipak, nedostaje produžena evaluacija – priča o tome šta se nakon te večeri desilo, pa čak i priča kako se npr. dve godine nakon neke akcije i dalje osećaju rezultati onoga što je urađeno.
- Ne tražiti jednokratnu podršku, već gajiti dugoročna partnerstva sa donatorima. Uvođenje trajnih naloga je svakako značajan korak u tom pravcu. Veliki broj donatora na akcijama „Sestre to rade najbolje“ su pokazali spremnost da redovno daju sredstva. Ne bi bilo loše da RŽF razvije još neke mehanizme dugoročnog davanja poput trajnih naloga.

TEHNIKE PRIKUPLJANJA

RŽF koristi vrlo malo od raspoloživih tehnika za prikupljanje sredstava u okviru programa lokalne filantropije. Pritom, pri izboru tehnika se uvek mora voditi računa o odnosu efikasnosti naspram efektnosti izabranih tehnika. Sledeći dijagram možda i najjasnije pokazuje odnos efikasnosti (definisane kao rad uz najmanje korišćenje resursa) i efektivnosti (definisane kao postizanje očekivanog maksimalnog efekta).

Maksimalnu efektivnost, uz visoku efikasnost dobijamo kada uz malu upotrebu resursa postizemo efekte i ciljeve koje smo definisali. Kod tehnika prikupljanja svakako treba voditi računa da se primenjuju tehnike koje ne iscrpljuju ljude i resurse u organizaciji, a ostvaruju najveći uspeh u iznosu prikupljenog novca, kao i drugih očekivanim ishodima akcija (npr. povezivanje aktivističke zajednice, promocija inovativne ideje...).

U ovom delu predstavljene su neke od najčešće korišćenih tehnika kroz indikativnu (i svakako ne konačna) listu tehnika koje se primenjuju širom sveta. Sveobuhvatniji pregled se svakako može dobiti putem sajta www.sofii.org.

- Uspostavljanje grupe za fundraising za RŽF – ideja je da se uspostavi jedna ili više grupa ljudi koji privremeno ili stalno rade prikupljanje sredstava za RŽF. To mogu da budu i lokalne grupe, to može da bude Upravni odbor organizacije, klub prijatelja ili nešto sasvim drugačije. Te grupe organizuju akcije ili manifestacije iz „svog domena“ na kojima se prikupljaju sredstva. Neke lokalne grupe rade jednom godišnje svoju akciju, neke kontinuirano. Svakako je tim ljudima potrebna podrška iz same organizacije. Tehnika je visoko efikasna jer najčešće ne troši previše kapaciteta i resursa organizacije.
- Organizovanje događaja – u okviru „Sestre to rade najbolje“, ali i kroz druge akcije RŽF već organizuje manifestacije na kojima se prikupljaju sredstva. Ipak, manifestacije treba obogatiti na način koji obezbeđuje da se doniranje dešava i pre, i tokom i posle događaja. Uz poziv za događaj je svakako moguće dostaviti i poziv da se doniraju sredstva i ukoliko neko nije u prilici da dođe. Tokom događaja je potrebno obezbediti što više načina za davanje – osim Čakane i procenta od pića, ponuditi ljudima i mogućnost trajnih naloga, učešće u mini nagradnoj igri koja se organizuje uveče, potražiti sponzore za neki deo manifestacije ili materijal na manifestaciji, ponuditi naručivanje pesme za određenu cenu, dati prostor za promociju neke firme koja je vrednosno u skladu sa vrednostima RŽF... Svakako se mogu naći kreativni načini da se omogući da sama manifestacija generiše više sredstava. Ukoliko se postavi cilj da se prikupi kroz akciju određena suma, i to se ne postigne tokom dešavanja, uvek se pusti poziv i ljudima na akciji, ali i na društvenim mrežama da „dodaju“ donacije kako bi se ispunila svrha za koju je novac namenjen. Tako se akcija produžava i nakon manifestacije, a obezbeđuje se i postizanje cilja akcije koja onda postaje merljivija i izazovnija.
- Donatorske kutije na javnim mestima. Sa ovom tehnikom svakako treba biti oprezan jer je važno da kutije budu pod nadzorom. U tom smislu, kao najefektivnije akcije su se pokazale kutije u prostoru gde se već vrše plaćanja ili na poznatijim manifestacijama (npr. Nisville ili Egzit festival).

- Direktno pismo. Ovo zna da bude skupa tehnika zbog poštarina, ali može dati dobre rezultate ako se uradi na pravi način. Pismo treba da sadrži: predstavljanje akcije za koju se skupljaju sredstva, predstavljanje organizacije, uplatnicu ili uputstvo za on line donaciju.
- Lično zagovaranje. U suštini se svodi na obilazak pojedinaca i pojedinki ili kompanija. Razgovori se vode u partnerskom tonu. Većina grupa koje prikupljaju od firmi na ovaj način najviše prikupljaju sredstva.
- Digitalno prikupljanje sredstava. Putem dugmeta „doniraj“ na sajtu ili pak putem crowdfunding platformi.
- Pružanje usluga ili prodaja robe. To mogu da budu usluge i roba donirani od strane podržavaoca RŽF, kreirane od strane korisnika/ca RŽF ili pak samostalna delatnost RŽF.

TRAJNI NALOZI

Trajni nalozi su odličan mehanizam prikupljanja sredstava i RŽF svakako treba dalje da radi na unapređivanju ove tehnike. RŽF je među retkim organizacijama koje su započele ovu praksu. Moć ove tehnike jeste da vremenom okuplja sve više ljudi i obezbeđuje sve više novca. Ipak, potrebno je unaprediti pristup promociji trajnih naloga, kao i izveštavanju donatora o ishodu tog davanja. Iz razgovora sa sagovornicama, ali i iz teorijske osnove, RŽF bi trebalo da:

- RŽF bi trebalo da razvije i „topli“ i „hladni“ pristup promociji trajnih naloga. Topli pristup je okrenut ljudima koje RŽF dobro poznaje. Hladni ljudima koje ili ne poznaje ili slabo poznaje.
- Kod toplog pristupa, RŽF je već radio okupljanja prijatelja organizacije u svojim prostorijama. Na tim dešavanjima jednom broju sagovornica nije do kraja bilo jasno da li se promovise rad RŽF ili je to poziv za davanje preko trajnih naloga. U svakom slučaju, to mora da bude daleko jasnije da su trajni nalozi u prvom planu.
- Kod toplog pristupa, potrebno je naći i druge modele prilaženju potencijalnim donatorima osim okupljanja sa prezentacijom – mejlovi sa uputstvom koje je lako odštampati i odneti u banku, podela uputstva i kratkog teksta na svim dešavanjima RŽF, slanje ličnih pisama (ako postoje sredstva za poštarinu i štampu)...
- Kod hladnog pristupa, treba svesti materijal koji se daje na kratko predstavljanje RŽF i poziv na davanje trajnim nalogima, uz poziv da ljudi posete RŽF ili makar Internet stranicu. Poziv može da se deli na dešavanjima RŽF ili drugih feminističkih organizacija (naravno uz dogovor sa njima), prilikom sastanaka sa potencijalnim partnerima i dobavljačima, na međunarodnim skupovima...
- Stipendistkinje imaju želju da pomognu RŽFu i sa njima se svakako treba obaviti razgovor na temu trajnih naloga.
- Newsletter se nije pokazao kao najbolja forma izveštavanja o prikupljanju i potrošnji novca. Iz različitih razloga, Newsletter ne čitaju ljudi koji ga prime, što je svakako šteta u odnosu na trud koji se uloži u njega.
- Ljudi koji daju kroz trajne naloge bi trebalo da dobijaju redovne (poželjno mesečne) izveštaje o tome šta se dešava sa RŽFom, to jest šta su oni to podržali. S obzirom da su trajni nalozi direktna podrška celokupnom radu RŽFa, to bi bili kratki mesečni izveštaji, u čitljivoj formi, po mogućstvu sa više fotografija nego teksta. Takođe, tu bi

stavljali i podatak koliko je do sada ukupno prikupljeno sredstava kroz trajne naloge, da se jasno ima uvid u to kako rastu ovi prihodi. Ovaj izveštaj bi trebalo da bude kratak i jednostavan za pripremanje.

- Preporuka je da RŽF definiše željeni broj novih trajnih naloga koje želi da ostvari svake godine i da radi intenzivno na postizanju tog broja. Važno je u proces prikupljanja sredstava uneti merljive elemente, indikatore i targete, koje je potrebno dostići. Samo u odnosu na merljive indikatore RŽF može odrediti da li je program u jednoj godini bio uspešan ili nije.
- Trajni nalozi su odlični i za komunikaciju sa firmama koje zapošljavaju veliki broj ljudi. Naravno, ovaj segment zavisi od odluke RŽF da li će raditi sa takvim firmama. Ali kod firmi koje imaju pristojne plate za radnike, kao i veliki broj radnika (npr. Ball Packaging u Zemunu), dogovor sa HR odeljenjem i zajednička promocija u fabrici može da donese solidan broj trajnih naloga, pa čak i da firma preuzme obavezu mečiranja. Mečiranje ne treba zahtevati od njih, jer obično sama firma ponudi takvu opciju.
- Treba razmisliti da li da se napravi dogovor sa nekom bankom (opet u zavisnosti od politike RŽF prema korporativnoj filantropiji) da se za 8. mart u bankama promovišu kroz flajer i poster trajni nalozi, potencijalno sa lepo definisanom porukom da ženama pripadaju i svi drugi dani u godini osim 8. marta i da to ljudi mogu podržati kroz trajne naloge. Trajni nalog za trajne promene u životima žena u Srbiji.

INDIKATOR USPEHA – OČUVANJE POSTOJEĆE ZAJEDNICE I ULAZ NOVIH LJUDI U PRIČU RŽF

RŽF bi trebalo da uvede set indikatora i targeta kojima će meriti uspeh u svom prikupljanju sredstava. Na osnovu uvida u prethodnim mesecima, konsultant je slobodan da predloži da se prvi indikatori postave tako da mere:

- Step en očuvanja i širenja postojeće baze koja se okuplja oko akcija u Beogradu. Za zajednicu koja se okuplja, dešavanja RŽF kao što su „Seste to rade najbolje“ postala su veoma važna. Kroz praćenje broja ljudi koji dolazi na manifestacije, RŽF može da prati i trendove povećanja ili smanjenja. Ne treba očekivati od ovih manifestacija da privuku neku novu publiku u velikom broju, ali je njihov značaj veliki za zajednicu koja se okuplja. Potrebu za „novim licima“ RŽF može da ispuni kroz gostovanje i razgovor sa odabranim ženama i muškarcima, izbor novih grupa oko kojih se organizuje skup i slično.
- Ulaz novih ljudi u priču RŽF. RŽF bi trebalo da definiše ciljne grupe kojima želi da pristupi i među njima da na godišnjem nivou bira prioritete. Kao što se aktivistička zajednica okuplja kroz RŽF akcije, tako je moguće kreirati neke drugačije akcije za drugačije zajednice koje bi RŽF okupljao. To dozvoljava da ta zajednica kreira svoje okruženje i svoj narativ. „Susret zajednica“ je takođe moguć, ali će za to biti potrebno vreme. Ulazak novih ljudi je jako značajan za dalji razvoj potencijala za prikupljanje sredstava kod RŽF.