

Projekat „Žene na izborima u Bosni i Hercegovini“



PRIKUPLJANJE SREDSTAVA I MENADŽMENT

Sadržaj

Uvod	3
Finansiranje	4
Crowdfunding - Grupno finansiranje	4
Modeli, alati i metode crowdfundinga	5
Benefiti crowdfundinga	6
Platforme za digitalni crowdfunding	7
Rješavanje konfliktnih situacija	7
Savjeti i koraci za rješavanje sukoba	8
Verbalna komunikacija	10
Neverbalna komunikacija	10
Tvrđi orasi – mansplaining, maninterrupting i monolozi	12
Mačopametovanje	12
BBC/Kim Goodwin	13
Time management - upravljanje vremenom	14
Eisenhower princip: Hitno – Važno	14
1. Važno i hitno	15
2. Važno, ali ne i hitno	15
3. Nije važno, ali hitno	15
4. Nije važno i nije hitno	16
Planiranje unatrag	17

Uvod

„Žene na izborima u Bosni i Hercegovini“ je projekt UNDP-a s ciljem jačanja ženskog liderstva i učešća u javnom životu stvaranjem baze potencijalnih žena lidera kroz prilagođene aktivnosti.

Glavni cilj projekta Žene na izborima (WiE) je ojačati žensko vodstvo i sudjelovanje u političkom životu. Vođen strogim poštivanjem najviših standarda političke neutralnosti, projekt želi omogućiti okruženje u kojem bi se biralo više žena na svim nivoima donošenja odluka u Bosni i Hercegovini. Projekt podržava angažman žena u javnom životu i procesima donošenja odluka, s ciljem da im se osigura realna i jednaka šansa za društveni angažman i političko učešće.

Jačanje ženskog vodstva i sudjelovanja u političkom životu primjenjuje dvosmjerni pristup: vertikalno, predlaganjem strukturnih prilagodbi kako bi se prilagodilo većem broju žena u politici; i horizontalno, njegujući sljedeću generaciju žena lidera u zajednicama kroz prilagođene inicijative umrežavanja i izgradnje kapaciteta.

Da bi se stvorilo ohrabrujuće okruženje za ovu društvenu transformaciju, projekat je fokusiran na izgradnju kapaciteta kroz prilagođene pakete obuke usmjerene na jačanje političkih kompetencija, mekih vještina, kampanja i vještina crowdfundinga žena lidera.

Ovaj priručnik je dio programa obuke od pet modula koji kombinuje teorijsko znanje sa praktičnim primjerima koji su usmjereni na različite nivoe znanja. Struktura svakog modula na platformi sadržava sljedeće:

- Tutorial o određenoj temi (video format)
- Priručnik (pdf format)
- Praktični primjeri (pdf ili word format)
- Zoom sesija (snimak sesije)
- Samoprocjena znanja (u formi kviza)

Pojedinačni moduli su:

- Umrežavanje (Networking)
- Finansiranje i menadžment
- Odnosi s medijima
- Komunikacija, lobiranje i zagovaranje
- Korištenje prilike za napredak

Materijal je dostupan na mrežnoj platformi www.wf4d.ba.

Finansiranje

Finansiranje organizacija, projekata, inicijativa ali i političkih tijela i subjekata imaju mnogo sličnosti i zajedničkih osnova. Decenijama su se koristili isti pristupi, a inovacija i nove mogućnosti su došli pretežno sa tehnološkim razvojem i dolaskom platformi koje omogućuju drugačiji pristup.

Rapidni razvoj komunikacijskih kanala i raspoloživih tehnologija su imali veliki uticaj na pristup komunikaciji sa ciljnim skupinama. Omogućen je direktan pristup koji je neformalan i u velikoj mjeri interaktivan. Pored lakšeg pristupa ciljnoj skupini, jeftinijih komunikacijskih rješenja i brže komunikacije, spomenute promjene su uticale i na način prikupljanja sredstava. Digitalna komunikacija i digitalno plaćanje su doveli do razvoja modela finansiranja u kojem se okrećemo upravo onoj skupini koja prije nije imala ulogu – građani bez velike finansijske moći.

Crowdfunding - Grupno finansiranje

Politički crowdfunding može se definirati kao postupak u kojem mnogi pojedinci doniraju male iznose političkoj inicijativi, vrlo često političkoj stranci, pretežno digitalnim putem.

Političke stranke uvijek su prikupljale male donacije od pojedinaca u obliku članarina i fizičkih 'kutija' za donacije. Ovakve kolekcije (koje su nedavno opisane kao „crowdfunding“) su istovremeno napori za izgradnju zajednice i napori za prikupljanje novca.

Crowdfunding, pogotovo online putem, takođe može poboljšati osjećaj zajedništva između političkog subjekta i njene baze. Od ljudi koji nemaju velike količine novca rijetko se tražilo da finansijski podrže političke subjekte. Pojavom crowdfundinga to se promijenilo i pristalice s relativno niskom finansijskom snagom sada se vide kao ogroman resurs za većinu političkih stranaka i subjekata.

Oslanjanje na velike donacije relativno malog broja ljudi može ovim donatorima dati prednost nad strankom. Snižavanjem praga doniranja za prosječnog građanina, crowdfunding može doprinijeti smanjenju uticaja velikih donatora. Takođe spušta prag za nove političke stranke i kandidate za prikupljanje investicija, jer crowdfunding nudi put za prikupljanje sredstava koji je neovisan o odnosima s velikim donatorima.

Sve veća upotreba internetskog prostora od strane građana takođe otvara put političkim strankama da se ponovno povežu s njima i prikupe sredstva. Štaviše, crowdfunding može stvoriti bolje stranačko razumijevanje njenog biračkog tijela. Informacije prikupljene velikim brojem malih donacija mogu se analizirati i koristiti za osmišljavanje aktivnosti i kampanje. I na kraju, u mnogim slučajevima, crowdfunding ima pojačan učinak, jer će mali donatori sa pojačanim osjećajem identifikacije vjerovatnije dijeliti informacije u svojoj društvenoj mreži i podržavati stranku i na druge načine. Vrlo mala donacija, može funkcionirati kao prva, i simbolična i stvarna, posvećenost stranci i njenom cilju. To znači da podrška stečena donacijom ima kvalitativni aspekt, povećanu dodatnu vrijednosti, u smislu da nadilazi svoj novčani značaj. Jednostavno rečeno, donacija može funkcionirati kao način dobivanja “kože u igri” i stoga povećati aktivno sudjelovanje.

Modeli, alati i metode crowdfundinga

Crowdfunding izvorno potiče iz korporativnog sektora, malih start-up inicijativa i neprofitnih inicijativa. Tradicionalni oblici crowdfundinga razlikuju **kapitalno finansiranje i crowdfunding zasnovano na nagradama**.

Kapitalno finansiranje je bliže ulaganju u dionice, koje se nazivaju i akcijama. Ljudi i institucije koji financiraju poslovanje putem kapitalnog financiranja kupuju udio u poslu: taj posao može propasti, u tom slučaju investitor može izgubiti ulaganje ili može napredovati, u kojem slučaju investitor može biti u redu za uredan povrat.

Finansiranje zasnovano na nagradi odnosi se na proces u kojem investitor financira projekt, ali ne očekujući finansijski povrat. Ako projekt uspije, investitori obično dobiju neki oblik nagrade: ovo može biti nešto simbolično, poput potpisanog primjerka knjige ili neki drugi oblik simboličnog benefita. Ako se u cjelini ne prikupi dovoljno sredstava, potpornici gube ulaganja ne videći da projekt zaživi. Ovaj se modul fokusira na crowdfunding temeljen na nagradi, ili čak prostoj podršci vašeg programa, s obzirom na to da model kapitalnog financiranja (još uvijek) nije popularan među političkim strankama/subjektima. Pored toga, takav model bi zahtijevao vrlo dobru regulaciju i monitoring finansiranja političkih djelatnika i stranaka, te bi u trenutnim okolnostima predstavljao veliki rizik za stranku/kandidata u političkoj areni.

Neposredna svrha crowdfundinga je prikupljanje finansijskih doprinosa. Međutim, sekundarni cilj može biti jačanje veze između stranke i njenih povezanih članova, koji još uvijek nisu snažno posvećeni stranci. To se može poboljšati dizajnom poziva za crowdfunding. Koji god način stranka izabrala za prikupljanje donacija, ona bi trebala biti popraćena strategijom koja opisuje način upućivanja poziva za donacije i komunikacijskim planom za informisanje ciljnih grupa o inicijativi za prikupljanje sredstava. Stručni politički aktivisti ističu rizik od prečestog traženja donacija, što bi moglo rezultirati “umorom donatora”. Oni koji već redovno daju doprinose (npr. mjesečno) vjerovatnije će pozitivno odgovoriti na pozive za dodatne donacije putem Interneta za politički crowdfunding od nekoga ko je samo jednom donirao. Neki subjekti također testiraju e-poštu za crowdfunding kako bi otkrile koja verzija najbolje funkcioniра, šaljući dvije ili tri verzije malom uzorku mailing liste kako bi procijenile koja je najefikasnija, a zatim ovu verziju šalju na cijelu mailing listu.

Benefiti crowdfundinga

Finansiranje se generalno osniva na zajedničkim vrijednostima. Radilo se o određenom fondu, korporaciji ili građaninu, potrebne su zajedničke vrijednosti (i u nekoj mjeri zajednički interesi) na osnovu kojih će donator uzeti u obzir vašu inicijativu i donijeti odluku da je podrži.

Pored toga, crowdfunding nudi nekoliko benefita koji imaju veliku relevantnost ako govorimo o političkom djelovanju u Bosni i Hercegovini.

Ako su stranke voljne javno objaviti svoje podatke o prihodu na internetu, mogu pronaći sinergiju između metoda prikupljanja sredstava putem crowdfundinga i metoda dijeljenja ovih informacija sa svojim pristalicama i širom javnošću. To im pomaže da steknu kredibilitet i ojačaju odgovornost stranke prema svojim glasačima.

Kao novi put koji je otvoren za sve, crowdfunding može funkcionirati kao sredstvo za sudjelovanje u politici za grupe koje su inače isključene iz političkog odlučivanja. Mnogi uvjeti koji omogućavaju građanima da se uspješno kandidiraju za političku funkciju ovise o raspoloživosti dovoljnih sredstava za kampanju. Konkretno, žene kao grupa često imaju manje finansijskog kapitala i manje pristupa velikim donatorima, što im otežava konkurenciju pod jednakim uslovima. Kada pomaže kandidatkinji da izgradi političku platformu i stekne javnu vidljivost, crowdfunding bi mogao biti moćan alat za prikupljanje sredstava za obespravljene ljude, te pomoći osobama koje će se istinski boriti za njihova prava da dođu do pozicije koja će im to i omogućiti.

Platforme za digitalni crowdfunding

Sljedeće platforme mogu poslužiti kao konkretan alat ili pak kao inspiracija za kreiranje vlastite kampanje.

Fundly: <http://www.fundly.com>

Osnovan 2013. godine, baziran u SAD-u. Nudi mogućnost prilagođavanja stranice bez naplate, po uplati Fundly naplaćuje proviziju od 4,9 centi.

Goteo: <https://en.goteo.org>

Goteo je otvorena mreža za crowdfunding, saradnju i treninge. Stranicu vodi Goteo fondacija iz Španije.

Indiegogo: <https://www.indiegogo.com>

Osnovan 2008. godine kao jedna od prvih stranica ovog tipa. Omogućuje prikupljanje sredstava za sve vrste ideja i inicijativa, takođe naplaćuje proviziju od 5 centi po uplati.

Rješavanje konfliktnih situacija

U radu se nerijetko susrećemo sa konfliktnim situacijama. Sukob ljudima nije neobična stvar. Neke situacije su male te ih možemo lako riješiti, ali neke su većeg kalibra i imaju širi uticaj na naše djelovanje, način na koji obavljamo svoj posao, ali takođe utiču na nas i kada se na kraju dana vratimo kući. Međutim, čak i mali sukob može izrasti u veliki problem ako ne pristupimo rješavanju sukoba na pravilan način, koristeći adekvatne korake i tehnike.

Ljudska bića sukobe doživljavaju u svakodnevnom životu - sa svojim prijateljima, porodicama i još više u profesionalnom životu. Na radnom mjestu sukob izaziva masivan stupanj frustracije, bola, nelagode, tuge, kao i ljutnju. To je normalan životni aspekt. U današnjem svijetu organizacije zapošljavaju zaposlenike sa različitim kulturnim i intelektualnim porijeklom, kao i različitim gledišta. Čak i manje organizacije koje imaju vrlo jasan cilj i opredjeljenje, pa time i uposlenici te organizacije dijele vrijednosti i opredjeljenja organizacije, naići ćemo na dijametralna mišljenja i pristupe. U radnom okruženju u kojem ljudi imaju različita gledišta na iste probleme, neslaganja će se sigurno dogoditi. Tim više ako se bavimo poslom koji je usko vezan za životna, društvena i politička uvjerenja.

Drugim riječima, sukobi su neizbježni u svakodnevnom životu osobe. A kada se dogode, ideja nije pokušati ih spriječiti (jer je to nemoguće), već ih na učinkovit način riješiti i upravljati njima. Kada ljudi koriste odgovarajuće alate za rješavanje da bi se pozabavili problemima, moći će spriječiti da njihove razlike pređu u veće probleme.

Da biste efikasno upravljali sukobom, morate biti vješt komunikator. To uključuje stvaranje otvorenog komunikacijskog okruženja u vašoj organizaciji i ohrabrivanje zaposlenih/članova tima da razgovaraju o problemima. Slušanje njihovih briga i problema podstaći će otvoreno okruženje. Važno je pobrinuti se da zaista razumijete šta vaše kolege govore postavljanjem pitanja i fokusiranjem na njihovu percepciju problema.

U ovom modulu se fokusiramo na osnovne tehnike verbalne i neverbalne komunikacije koje vrijedi savladati kako biste stvorili povjerenje kod drugih osoba i postavili sebe u poziciju gdje će vaše riječi imati željeni uticaj i efekat.

Savjeti i koraci za rješavanje sukoba

Pored dole navedenih koraka koje možemo pratiti kako bi kanalisali i efikasno vodili razgovor i riješili sukob, za početak trebamo uvijek imati neke osnove pred očima:

- Trebamo naći tačke zajedničkog shvatanja, nešto u čemu se svi slažu i za šta se možemo uhvatiti kada diskusija skrene sa šina
- Fokusiramo se na zajedničke benefite i postavljamo scenu u kojoj svi teže da ih postignu
- Krajnji cilj je svima jasan i držimo ga uvijek pred očima svih uključenih
- Posređujemo na način da stvaramo kompromisna rješenja

Pored ovih osnova kojih se vrijedi pridržavati i usvojiti ih kao prvu osnovu, sljedeći koraci predstavljaju jedan od mogućih pristupa rješavanju sukoba:

- **Priznajte da postoji teška situacija**

Iskrenost i jasna komunikacija igraju važnu ulogu u procesu rješavanja. Upoznajte se sa onim što se događa i budite otvoreni u vezi s problemom.

- **Neka pojedinci izraze svoja osjećanja**

Neki osjećaji bijesa i / ili povrijeđenosti obično prate konfliktne situacije. Prije bilo kakvog rješavanja problema, ove emocije treba izraziti i priznati.

- **Definirajte problem**

Koji je navedeni problem? Koji je negativan uticaj na posao ili veze? Jesu li različiti stilovi ličnosti dio problema? Prvo se sastanite sa zaposlenima i ispitajte ih o situaciji.

- **Utvrđite osnovnu potrebu**

Cilj rješavanja sukoba nije odlučiti koja je osoba u pravu ili ne; cilj je postići rješenje s kojim svi mogu živjeti. Prvo traženje potreba, a ne rješenja, moćan je alat za generiranje win-win ishoda. Da biste otkrili potrebe, morate pokušati otkriti zašto ljudi žele rješenja koja su u početku predložili. Jednom kad shvatite prednosti koje njihova rješenja imaju za njih, otkrili ste njihove potrebe.

- **Pronađite zajednička područja dogovora, bez obzira koliko su mala:**

- Dogovorite se oko problema
- Dogovorite se o proceduri koju treba slijediti
- Dogovorite se o najgorim strahovima
- Dogovorite se o nekoj maloj promjeni koja će pružiti iskustvo uspjeha

- **Pronađite rješenja koja će zadovoljiti potrebe:**

- Rješavanje problema generiranjem višestrukih alternativa
- Odredite koje će se radnje poduzeti
- Obavezno se uključite u akcije. (Potpuna tišina može biti znak pasivnog otpora.) Obavezno se dogovorite sa svima.

- **Odredite follow-up kojim ćete nadzirati radnje**

Možda biste trebali zakazati sljedeći sastanak za otprilike dvije sedmice kako biste utvrdili kako stoje sve uključene strane.

Verbalna komunikacija

Loša komunikacija uvijek rezultira nesporazumima i na kraju sukobima. Naša komunikacija mora biti jasna i precizna kako bi se izbjegli sukobi, a kada se nađemo u situaciji da moramo riješiti sukob ona treba biti još jasnija i preciznija.

Prvo, sami budite vrlo jasni šta namjeravate prenijeti drugoj osobi. Misli moraju biti pažljivo stavljene u razumne i relevantne riječi da bi ih ostali dobro razumjeli. Nikada nemojte koristiti riječi koje bi mogle povrijediti osjećaje drugih i izbjegavajte koristiti pogrdne rečenice. Ne koristite previše komplicirane terminologije jer ih druga osoba možda neće dobro razumjeti.

Nikada nemojte biti glasni i uvijek budite vrlo pažljivi u pogledu visine i tona. Budite ljubazni i ubjedljivi. Jasno izrazite svoje stajalište, ali ne vičite na druge jer bi se mogao osjećati loše i to bi moglo ići protiv vas. Svaki pojedinac ima pravo izraziti svoje stavove i prvo mora slušati ono što druga osoba ima za reći, a vi možete to pokazati primjerom i pobrinuti se da imate konstruktivan dijalog u kojem ćete osigurati da svako dođe na red i bude saslušan do kraja.

Sažeto, možemo reći da je ključno postaviti ispravnu atmosferu za razgovor, izabrati prigodno mjesto i vrijeme gdje i kada će se razgovor održati, te u početku postaviti odgovarajući ton - bez dizanja glasa, smireno i koristeći jezik koji je razumljiv i prihvatljiv sagovornicima. Taj početak može biti težak i možda će vam trebati nekoliko minuta da sve učesnike uvedete u taj način vođenja diskusije. Ne treba se obeshrabriti i dopustiti emocijama da preuzmu, već se držati ovih pravila kako bi ostatak razgovora prošao na konstruktivan način i doveo vas do rješenja.

Neverbalna komunikacija

Ljudi su rijetko svjesni uticaja neverbalne komunikacije na uspjeh razgovora. Kada je riječ o zahtjevnim situacijama i sukobima, neverbalna komunikacija može igrati još važniju ulogu. Govor našeg tijela, izrazi našeg lica, pokreti naših ruku, pozicija nogu, pravac u kojem su nam okrenuta stopala, sve su izrazi komunikacije koji prenose vrlo jasne poruke sagovornicima. Većina toga se odvija na nesvjesnom nivou, kako naši postupci, tako i percepcija istih kod osobe koja vas sluša, odnosno gleda. Ali imaju veliki uticaj na ono što ćemo svjesno reći ili uraditi.

Ako prekrstite ruke, govorite da se osjećate napadnuto ili da vam dotična osoba smeta.

Ako vam je čelo namršteno ili vam se obrve skupe, govorite da ne razumijete šta osoba govori ili vas to što čujete uznemirava.

Ako su vam stopala ili kukovi okrenuti prema vratima, znači da samo čekate da napustite prostoriju.

Ako puno gestikulirate rukama, govorite da ste nesigurni, da ne znate baš o čemu pričate ili da niste dovoljno elokventni da se adekvatno izrazite.

Kad su ljudi uznemireni, riječi koje koriste rijetko prenose probleme i potrebe u srži problema. Kada osluškujemo ono što se osjeća - kao i ono što se govori - dublje se povezujemo sa vlastitim potrebama i osjećajima, kao i s potrebama drugih ljudi. Slušanje na ovaj način nas takođe jača, informiše i olakšava drugima da nas zaista čuju.

Kada ste usred sukoba, posebna pažnja na neverbalne signale druge osobe može vam pomoći da shvatite što ta druga osoba zaista govori. To će vam omogućiti da odgovorite na način koji gradi povjerenje i dolazi do korijena problema. Mirni ton glasa, umirujući dodir ili zainteresiran ili zabrinut izraz lica mogu uvelike doprinijeti opuštanju napete razmjene.

Vrste neverbalnih znakova na koje pogotovo trebamo obratiti pažnju, kako kod sebe tako i kod drugih su:

- Izraz lica
- Pokreti tijela i držanje tijela
- Geste
- Kontakt očima
- Dodir
- Fizički prostor
- Glas

Vaša sposobnost preciznog „čitanja“ druge osobe ovisi o vašoj vlastitoj emocionalnoj svijesti. Što ste svjesniji vlastitih osjećaja, to će vam biti lakše prihvatiti tragove bez riječi koji otkrivaju što drugi osjećaju.

Tvrđi orasi – mansplaining, maninterrupting i monolozi

Mačopametovanje

Merriam-Webster definiše ovu praksu kao “ono što se događa kad muškarac snishodljivo razgovara s nekim (posebno sa ženom) o nečemu o čemu ima nepotpuno znanje, uz pogrešnu pretpostavku da o tome zna više od osobe s kojom razgovara.”

Nažalost ovo je još uvijek česta pojava, pogotovo u određenim profesijama. U zadnjih nekoliko godina je napisano mnoštvo stručnih radova, tražeći objašnjenje za takvu prisutnost mačopametovanja.

Razloge možemo naći u pristupu odgoja i obrazovanja djevojčica i dječaka, gdje se, na primjer, u školi dječaci više nagrađuju za dugo objašnjavanje od djevojčica ili kada se u kućnom odgoju pridaje veća pažnja onome što muškarci imaju da kažu.

Mnogi tvrde da čak muškarci koji žele da budu oprezni i ne upuštaju se u mačopametovanje, često nisu svjesni kada upravo to rade. Pogotovo kada je riječ o stručnjacima koji su redovno pozvani da drugim kolegama objasne nešto, oni će često nesvjesno objašnjavati drugima i ‘pametovati’ bez poziva ili bez povoda.

S ovakvim slučajevima se relativno lako nositi. Ipak se radi o osviještenim osobama koje nemamjerno rade krivu stvar. Ozbiljniji problem nastaje kada muškarci misle da je potrebno da ženama objašnjavaju stvari u kojim su same stručnjaci, samo zato što misle da su superiorniji i da znaju bolje. Jer, Bože, kako da žena zna bolje od njih!?

U takvim situacijama, sa takvim osobama, emocije će vas sigurno pokušati preuzeti te će vas to onesposobiti da situaciju imate pod kontrolom i da na mačopametovanje i/ili prekidanje reagujete instinktivno, emocionalno i bez uspjeha.

Ovdje takođe vrijedi koristiti tehnike verbalne i neverbalne komunikacije, ali i pristupiti razgovoru strateški, smireno i sa velikim samopouzdanjem.

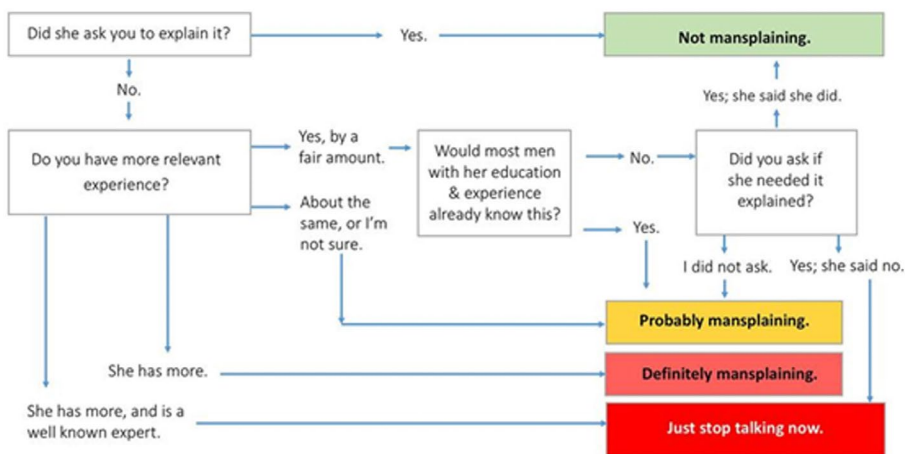
Kristi Hedges, profesorica MBA je za Forbes napisala:

Imam izričitu praksu da pozovem one studente koji su tihi, saznam ko su pravi stručnjaci i isključim prekidače. Takođe ocjenjujem učenike na njihovom doprinosu iskustvu u učionici, a te evalu-

acije nagrađuju slušanje i nadogradnju na idejama drugih (ne samo vježbanje vlastitih rečenica u mislima dok čekaju na razgovor). Organizacije bi mogle koristiti ove prakse. Mogli bi razviti smjernice za sastanke koji zahtijevaju od svake osobe da podijeli svoje stajalište ili upute vođi sastanka da ukine mansplaining i podrži žene koje govore. Usput, nije dovoljno samo produžiti vrijeme za pitanja ili rasprave sa nadom da će žene više govoriti ili će muškarcima ponestati stvari za reći. Istraživački eksperimenti pokazuju da to ne funkcioniše. Dalje, ocjene učinka mogu se prilagoditi sankcionisanju mansplaininga i nagrađivanju slušanja i nadogradnje na idejama drugih članova tima.

Kim Goodwin je pak napravila shemu koja vrlo jasno dočarava šta je mačopametovanje i daje uputu kada prestati govoriti. Objavila ga je na svom Twitter nalogu i u vrlo kratkom roku imala desetine hiljada reakcija, dok je shema čak prevedena i objavljena na jednom srbijanskom blogu.

Am I mansplaining?



BBC/Kim Goodwin

U ovom dijelu modula saradujemo sa jednom vrsnom eksperticom za posredovanje, koja ima ogromno iskustvo u radu sa srednjovjekovnim muškarcima na visokim pozicijama. Tu često nailazimo na ljude koji pogotovo vole da slušaju sebe, a žene, pogotovo mlade žene, ne uzimaju baš za ozbiljno.

Time management - upravljanje vremenom

Upravljanje vremenom je uvijek izazov, a danas kada je život izuzetno brz, kada imamo jako puno obaveza na poslu, pa onda kod kuće, a pored toga trebamo da nađemo i vrijeme za sebe, svog partnera i/ili djecu, planiranje vremena je postalo ključno.

Pandemija nam takođe nije pomogla, dobili smo dodatne uloge u životu, ili su te uloge nadograđene - brinemo u puno većoj mjeri o starijima a djeci smo postali učiteljice/učitelji, zabavljači, treneri... Radno vrijeme je na neki način izgubljeno, radimo stalno – na mailove odgovaramo kasno naveče, pozive i poruke dobijamo u svako doba dana i večeri. Ovakav način života većina ne može i neće dugo trpiti, a tragove koje može ostaviti na fizičko i mentalno zdravlje su nesa- gledivi.

Zato je od tolike važnosti da vrijeme planiramo dobro, detaljno i da za to imamo tehnike koje će nam pomoći. Ovaj modul pokriva dva dijela – planiranje prateći princip 'Hitno – Važno' i planiranje aktivnosti tzv. Planiranjem unatrag (backward planning).

Obje tehnike će vam pomoći da efikasnije planirate osobno vrijeme i poslovne aktivnosti, na način da će vaši planovi biti realni, rijetko se morati prilagoditi te na najefikasniji način vam omogućiti da obavite sve obaveze, uspješno obavite posao i osigurate da imate i vrijeme za sebe, porodicu, odmor, hobi.

Eisenhower princip: Hitno – Važno

U jednom govoru 1954. godine, bivši američki predsjednik Dwight D. Eisenhower, citirajući dr. Roscoea Millera, predsjednika Northwestern Univerziteta, rekao je: "Imam dvije vrste problema: hitne i važne. Hitni nisu nikad važni, a važni nikad nisu hitni."

Tako nastaje ovaj 'Eisenhowerov princip', koji nalaže da moramo trošiti vrijeme na važne stvari, a ne samo na hitne. Da bismo to učinili i smanjili stres zbog previše kratkih rokova, moramo razumjeti ovu razliku: Ishod važnih aktivnosti je naše postizanje ciljeva, bilo da su to profesionalni ili lični ciljevi. Hitne aktivnosti zahtijevaju hitnu pažnju i obično su povezane s postizanjem tuđih ciljeva. Često se baš na njih koncentrišemo i pridajemo im našu pažnju, jer ako to ne uradimo, posljedice dolaze odmah.

Kad znamo koje su aktivnosti važne, a koje hitne, možemo prevladati prirodni nagon da se usredimo na nevažne hitne aktivnosti, tako da možemo osloboditi dovoljno vremena da učinimo ono što je neophodno za naš uspjeh. Ovo je način na koji prelazimo iz “gašenja požara” u položaj u kojem možemo razvijati svoje poslovanje i karijeru.

1. Važno i hitno

Postoje dvije različite vrste hitnih i važnih aktivnosti: one koje niste mogli predvidjeti i druge koje ste ostavili do zadnjeg trenutka. Aktivnosti u zadnji trenutak možete eliminirati planiranjem unaprijed i izbjegavanjem odugovlačenja. Međutim, neke probleme i krize ne možete uvijek predvidjeti ili izbjeći. Ovdje je najbolji pristup ostaviti malo vremena u svom rasporedu za rješavanje neočekivanih problema i neplaniranih važnih aktivnosti. (Ako se pojavi velika kriza, morat ćete preurediti druge zadatke.) Ako imate puno hitnih i važnih aktivnosti, utvrdite koje ste od njih mogli predvidjeti i razmislite o tome kako biste mogli rasporediti slične aktivnosti na vrijeme, tako da one ne postanu hitne.

2. Važno, ali ne i hitno





To su aktivnosti koje vam pomažu da postignete svoje lične i profesionalne ciljeve i završite važan posao. Uvjerite se da imate dovoljno vremena za pravilno obavljanje ovih stvari, kako ne bi postale hitne. Takođe, ne zaboravite da u svom rasporedu ostavite dovoljno vremena za rješavanje nepredviđenih problema. To će vam maksimizirati šanse da ostanete na pravom putu i pomoći vam da izbjegnute stres od posla koji postaje hitniji nego što je potrebno.

3. Nije važno, ali hitno

Hitni, ali ne i važni zadaci stvari su koje vas sprečavaju u postizanju ciljeva. Zapitajte se da li možete da ih prebacite ili delegirate. Ili pokušajte imati vremenske termine kada budete dostupni, tako da ljudi znaju da mogu razgovarati s vama tada. Dobar način da to učinite je da organizujete redovne sastanke s onima koji vas često prekidaju, tako da možete odjednom riješiti sve njihove probleme. Tada ćete se moći duže koncentrisati na svoje važne aktivnosti.

4. Nije važno i nije hitno

Ove aktivnosti samo odvlače pažnju - izbjegavajte ih ako je moguće. Mnoge od njih možete jednostavno ignorisati ili otkazati. Međutim, neke mogu biti aktivnosti koje drugi ljudi žele da radite, iako one ne doprinose vašim željenim ishodima. Recite pristojno “ne” ako možete i objasnite zašto to ne možete učiniti. Ako ljudi vide da su vam jasni ciljevi i granice, često će izbjegavati da od vas traže ‘nevažne’ stvari u budućnosti.

	Hitno	Nije hitno
Važno	<p>URADI ODMAH</p> <p>Stvari sa jasnim rokom i posljedicama ako se ne urade odmah.</p>  <p>Primjeri:</p> <ul style="list-style-type: none">- Završiti projekat za klijenta- Predati članak- Odgovoriti na neke e-mailove- Otići po bolesno dijete u školu	<p>ZAKAŽI</p> <p>Aktivnosti bez roka koje vas dovode bliže vašem cilju. Lake su za odgoditi.</p>  <p>Primjeri:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strateško planiranje- Profesionalni razvoj- Umrežavanje- Tjelesna vježba
Nevažno	<p>DELEĆIRAJ</p> <p>Ono što se mora učiniti, ali ne zahtijeva vaše specifične sposobnosti.</p>  <p>Primjeri:</p> <ul style="list-style-type: none">- Upload bloga/teksta- Planiranje/zakazivanje sastanaka- Odgovaranje na maillove- Kuhanje	<p>UKINI</p> <p>Smetnje od kojih se kasnije osjećate loše. Mogu biti u redu, ali samo u malim dozama.</p>  <p>Primjeri:</p> <ul style="list-style-type: none">- Društveni mediji- Gledanje televizije- Video igre- Konzumacija brze hrane

Probajte ovaj princip odmah. Uzmite list papira i podijelite ga na četiri polja, prateći podjelu kao što je vidite na grafikonu iznad.

Počnite sa zadnjim poljem – **Ukini**. Tu navedite stvari koje vas ometaju da iskoristite vaše vrijeme na najefikasniji način. Razmislite na šta gubite vrijeme, šta vam odvlači pažnju i na kraju

ne daje osjećaj satisfakcije. Dešava li vam se da vam 'nestane' pola sata kad otvorite Facebook aplikaciju? Provede li sate gledajući televiziju naveče, znajući da vas ujutro čekaju razne obavještajne? Analizirajte svoj dan i svoje ponašanje, tražite aktivnosti koje vam nepotrebno oduzimaju vrijeme i energiju. Budite iskreni prema sebi i u ovo polje stavite sve te stvari. Pripremite ih za bacanje. To se ne mora desiti odmah, ali bar znate čega se trebate riješiti i planirajte kako će te to ostvariti.

Pređite na **Delegiranje**. Napravite spisak stvari koje se moraju učiniti, ali razmišljajte ko ih može učiniti za vas. Napravite raspodjelu. Sa dotičnim osobama će te razgovarati o tome kako da ih obave.

Sada prelazite na sve što je **Važno, ali nije hitno**. Znači ono što možete adekvatno planirati, nije vas 'zaskočilo', počinjete na vrijeme planirati. Budite vrlo obazrivi kada planirate koliko vam vremena treba da obavite određeni zadatak i planirajte realno. Ostavite i vrijeme za pauzu, za zdrav obrok ali i za one važno-hitne stvari, baš te koje će vas zaskočiti. I na kraju, šta je **hitno i važno?** Ovo polje planirajte kratkoročno, ali prvenstveno imajte na umu da ove stvari neće te uvijek moći planirati, već u vašem planu ostavite prostor za njih, kada iskrсну da im se možete hitno posvetiti bez da to utiče na sve ostalo.

Planiranje unatrag

U planiranju, većina nas obično započne svoj plan počevši od početka, pa radimo prema kraju. Šta moramo učiniti prvo, drugo, treće i tako dalje? I do kojeg datuma treba obaviti svaki korak?

Međutim, postoji još jedan jednostavan, ali manje korišten metod postavljanja ciljeva koji može biti podjednako moćan. Zove se unazadno planiranje ili planiranje unatrag.

Ideja je započeti sa svojim krajnjim ciljem, datumom kada sve treba biti završeno, a zatim odatle raditi unazad da biste razvili svoj plan. Počevši od kraja i osvrćući se unazad, možete se mentalno pripremiti za uspjeh, mapirati određene prekretnice koje trebate postići i prepoznati gdje u svom planu morate biti posebno energični ili kreativni da biste postigli željene rezultate. Takođe, puno bolje ćete vidjeti koji se procesi preklapaju ili uvidjeti da će vam određeni proces napraviti problem za pokretanje idućeg, ako ne bude na vrijeme realizovan.

Slično je dobroj prezentaciji kada vam voditelj odmah na početku kaže kamo je krenuo. Zatim, kako se prezentacija razvija, lako vam je slijediti koncepte i kritički razmišljati o onome što se

govori. Ako morate shvatiti glavne stvari čim dođu, energiju ćete pogotovo potrošiti samo na to da pratite korak, da ostanete u toku.

Proces funkcionise na sljedeći način:

1. korak: Zapišite svoj krajnji cilj. Šta konkretno želite postići i do kojeg datuma? Primjer: “Do 1. juna 2023. bit ću direktorica odjela/predsjednica stranke.”

2. korak: Zatim se zapitajte koju prekretnicu morate postići neposredno prije toga kako biste postigli svoj krajnji cilj. Šta morate učiniti i do kada, da biste mogli postići svoj konačni cilj? Primjer: “Do 30. septembra 2022. godine, uspješno ću završiti izvršni program obuke i preuzeti određene menadžerske zadatke i obaveze.”

3. korak: Zatim radite još malo unazad. Šta trebate ispuniti prije tog posljednjeg cilja? Primjer: “Do 1. augusta 2021. godine, podnijet ću prijavu za program obuke za rukovodioce, u kojoj ću istaknuti svoje uspjehe kao menadžer ključnih procesa, i bit ću primljena u program.”

4. korak: Vratite se dalje nazad u vrijeme. Šta trebate učiniti kako biste bili sigurni da je postignut prethodni cilj? Primjer: “Do 1. juna 2021. godine navršit ću drugu godinu rukovođenja procesa u organizaciji/stranci i steći ću prestižnu nagradu unutar organizacije/stranke.”

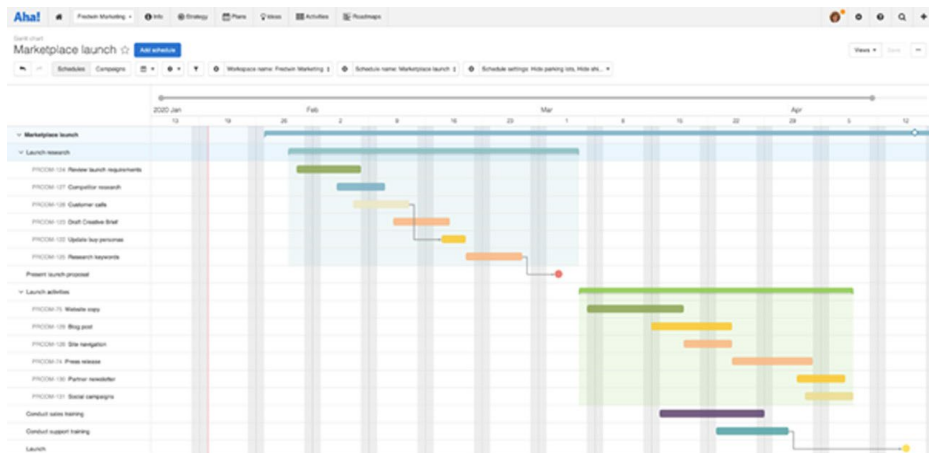
5. korak: Nastavite raditi na isti način, sve dok ne utvrdite prvu prekretnicu koju trebate postići. Primjeri: “Do 1. maja 2021. godine završit ću prvu godinu upravljanja procesima u stranci i biti predložena za napredovanje.”

Kada pročitate plan unatrag, on se ne razlikuje puno od tradicionalnog plana unaprijed. Međutim, stvaranje plana unatrag je vrlo različito. Morate se prisiliti na razmišljanje iz potpuno nove perspektive, kako biste vidjeli stvari koje bi vam mogle nedostajati ako koristite tradicionalni hronološki proces koji gleda u budućnost. Ovo vam takođe može pomoći da izbjegnute trošenje vremena na nepotrebne ili neproduktivne aktivnosti usput.

Nadalje, naglašava kritične tačke unutar plana, pokazujući gdje trebate biti posebno kreativni da biste uspješno napravili sljedeći korak.

Kao i u tradicionalnom planiranju, počinjete s osnovnom vizijom, a zatim se pitate što treba učiniti da biste je postigli. Planiranje unatrag, međutim, više je nego preokretanje smjera vašeg tradicionalnog plana. Radi se o usvajanju drugačije perspektive i, možda, identifikovanju različi-

tih prekretnica kao rezultata. To je izvrstan dodatak tradicionalnom planiranju i daje vam puno veću spoznaju o onome što je potrebno za postizanje uspjeha. Napokon, što više alternativa imate, to će vaš konačni plan vjerovatno biti bolji.



Korišteni izvori:

- International Institute for Democracy and Electoral Assistance, Online Political Crowdfunding Political Party Innovation Primer 2, 2018, SBN: 978-91-7671-177-4
- Fundly.com
- Goteo.org
- Indiegogo.com

Izrada Priručnika je realizovana u sklopu projekta Žena na izborima u BiH, koji finansira Vlada Švedske, a implementira Razvojni program Ujedinjenih nacija (UNDP) u BiH. Sadržaj pripremljenog materijala isključiva je odgovornost Rent a PR Consulting.