

STRATEŠKI PLAN MREŽE RESURS CENTARA



Dokument su pripremile članice Mreže resurs centara:

*** RESURS CENTAR NIŠ**

TPC Kalča, II sprat, lam. A, lok. 28, 18000 Niš
Tel.: + 381 18 526236; 526237
Fax: + 381 18 526232
E-mail: office@rcnis.org.yu

*** RESURS CENTAR NEGOTIN**

12. septembra 5, 19300 Negotin
Tel. + 381 19 541817; 547059
Fax: + 381 19 541956
E-mail: office@rcnegotin.org.yu
Web site: www.rcnegotin.org.yu

*** RESURS CENTAR BOR**

Kralja Petra I br.14 Bor
Tel./Fax: + 381 30 45664
E-mail: office@rcbor.org.yu

*** RESURS CENTAR LESKOVAC**

Strahinjića Bana 03 / P.Fah 72, 16000 Leskovac
Tel./Fax: + 381 16 232811; 232 812
E-mail: office@rcleskovac.org.yu
Web site: www.rcleskovac.org.yu

Mreža resurs centara -background info-

Mreža RC je nastala 2002. godine sa osnovnom idejom da se stvori i kanališe građanska energija na lokalnom nivou sa ciljem da se njihov rad održava, uvećava i diversifikuje inovativnim programskim aktivnostima.

Početna ideja je bila stvoriti mesta u lokalnim zajednicama koja će okupljati različite interesne grupe, pomagati manje privilegovanim grupama da ostvare svoja prava i inicirati programe koji će doprineti stvaranju energije i poboljšanju kvaliteta života u lokalnim zajednicama.

Mreža RCa je osnovana pod lidrestvom Švedskog Helsinškog Komiteta i Savetodavnog Odbora Mreže RCa koju su činili REX, YUCOM, ŠHK i CHRIS Mreža.

Nakon par godina svog delovanja Mreža RCa je bila mišljenja da je neophodno uraditi reviziju svog delovanja i postaviti nove parametre rada koji su u saglasnosti sa dinamičnim unutrašnjim i spoljnim okruženjem u kom Mreža RC trenutno radi.

Strateški plan zasnovan na detaljnim strateškim i marketinškim analizama Mreže RC je pokušaj da se odgovori svim potrebama i korisnicima lokalnih zajednica u kojima Mreža RC radi i zbog kojih postoji. Mreža RC je svesna da se bez jasnog plana i usmerenja dobri rezultati ne postižu.

Mreža RC je zahvalna svima koji su doprineli da se ovaj sveobuhvatan dokument formira a pre svega onima koji su to i finansijski i idejno podržali – ŠHK i SO.

Na Mreži RC je da uloženo poverenje svih opravda i to pre svega realizacijom ovog dokumenta.

U to ime svim snagama napred !!!

April, 2005

STRATEŠKI PLAN

Strateška analiza

1. SWOT analiza Mreže RC:

a) Koje su snage Mreže RC:

- Ljudski resursi, koje u svakom od četiri RCa čine tim lideri, projekt menadžeri, projekt asistenti, volonteri, kao i Tim lidera mreže i eksterni Savetodavni odbor. Timove RCa odlikuju dobre leaderske sposobnosti, motivisanost, sposobnosti za dobre programske orijentacije, saradnju, komunikativnost, kao i dobra profesionalna i ljudska pozicioniranost u lokalnim zajednicama što je preduslov za ispunjavanje bazične misije Mreže RCa. Eksterni Savetodavni odbor, u funkciji pružanja stručne i iskustvene pomoći Mreži RCa, takođe čine članovi koji su profesionalno orijentisani na rad civilnog sektora i napredak lokalnih zajednica u sprezi sa NVO sektorom, pa su tako, sa pozicija ekspertskeg rada u stanju da usmeravaju i pružaju pomoć za ostvarivanje strateškog plana Mreže RCa. Kada je reč o struktura zaposlenih, radi se o mladom i ambicioznom kadru spremnom za učenje i sticanje novih znanja i iskustava. Iskustvo članova timova, stečeno tokom postojanja i rada Mreže RCa i ranijeg profesionalnog angažovanja članova timova, dopunjeno je edukacijom unutar Mreže, pre svega u sferi bazičnih znanja o radu u NVO.
- Tehnički resursi
- Programski resursi
- Izgrađena struktura, koja je postavljena pri samom osnivanju Mreže RCa a potom razrađena i dopunjena kroz rad, što omogućava bolja rešenja (na osnovu pozitivnih i negativnih iskustava u dosadašnjem radu).
- Eksterni kapaciteti (Savetodavni odbor) kao preduslov za kvalitetniji rad u sferi obezbeđivanja saveta, konsultativne pomoći i eventualnih dobrih kontakata sa donatorima.
- Pozicioniranost (u odnosu na ostale segmente lokalne zajednice) za rad u domenu pomoći lokalnoj zajednici u okvirima strateškog plana Mreže RCa.
- Ugled i prepoznatljivost, na bazi prethodnog rada i učešća u brojnim pozitivnim demokratski usmerenim akcijama i projektima, pre svega u sferi promocije izgradnje tolerantnog društva i pomoći lokalnim inicijativama za implementaciju ljudskih prava.
- Dobri kontakti sa stakeholderima, zasnovani na prethodnim iskustvima Mreže RCa i iskustvima pojedinačnih RCa u lokalnim zajednicama.
- Izgrađena partnerstva i saradnje
- Transparentnost koja se ogledala u potpunoj otvorenosti samih članica Mreže prema korisnicima i ciljnim grupama, kao i u dostupnosti javnosti putem medijske promocije rada i rezultata rada.
- Geografska (teritorijalna) pokrivenost
- Širi spektar rada
- Sposobnost za "ad hoc" reagovanje, koje je moguće zbog fleksibilnosti Mreže RCa i njene spremnosti da se uključi u sva neohodna dešavanja u lokalnim

zajednicama, bez opterećivanja administracijom i sporim, glomaznim sistemom odlučivanja. Svest o potrebi brzog reagovanja i usmeravanja potencijalnih resursa i snaga na aktuelne i važne teme, jedan je od preduslova dobrog rada Mreže.

- Entuzijizam
- Uspešno započeti programi pružanja usluga
- Različiti pristupi istom problemu

b) Koje su slabosti Mreže RC:

- Nepostojanje mrežnih projekata
- Nepostojanje stručnih timova u Mreži
- Nepostojanje lidera, neprepoznavanje i nedefinisanje potrebe njegovog postojanja
- Nedovoljan timski rad, koji tokom prve faze projekta RC Mreže nije istican kao prioritetan, zbog ispunjavanja drugih ciljeva Mreže RCa, kao što su pojedinačno pozicioniranje RCa u lokalnim zajednicama unutar Mreže i ovladavanje većim znanjima u sferi NVO rada.
- Nepostojanje jasne podele dužnosti i odgovornosti, u okvirima timova Mreže što je moguće jasnije definisati u daljem radu.
- Nedovoljna komunikacija između pojedinačnih RCa
- Preširok obim aktivnosti, nema tačno utvrđenih prioriteta
- Nedostatak volontera i povremeno angažovanih osoba u skladu sa potrebama, što je, pre svega, rezultat nerazvijenog volontarizma uopšte u našem društvu.
- Finansijska zavisnost
- Nerazvijen "fundraising"

c) Kakve su mogućnosti Mreže RC:

- Definisanje misije i strategije Mreže
- Institucionalno jačanje Mreže
- Realizacija mrežnih/dugoročnih projekata, na osnovu jasno definisane strategije Mreže, stečenih iskustava za rad na većim projektima i potrebe lokalnih zajednica za realizacijom takvih projekata.
- Podrška institucija na lokalnom nivou, koje bi trebalo da prepoznaju, u sve većoj meri, potrebu za povezivanje sa NVO sektorom kao bitnom pokretačkom polugom progresivnih pomaka u društvu.
- Dobra komunikacija i saradnja sa drugim NVO, pre svega zbog jasno definisanog strateškog cilja Mreže, koji može biti od pomoći i drugim NVO u zajednicama.
- Strateško povezivanje sa drugim organizacijama u zemlji i inostranstvu
- Formiranje stručnih timova
- Pristup novim fondovima i donatorima
- Zajedništvo

d) Koje su pretnje Mreže RC:

- Loša i promenljiva politička klima (česte promene lokalne vlasti i rukovodećih struktura) – politička nestabilnost
- Nepostojanje pravnog okvira/regulative koji bi regulisao rad NVO, što je definisano kao problem i u okvirima rada čitavog NVO sektora u Srbiji.
- Nerazvijenost lokalne zajednice

- Nedovoljno učešće građana u procesima odlučivanja
- Nepoverenje lokalne zajednice prema radu NVO
- Neinformisanost i pasivnost javnog mnjenja i biznis sektora
- Smanjen broj donatora - objektivno stanje u najširoj zajednici, na šta se ne može mnogo uticati

a) Kakvi su tehnički kapaciteti Mreže RC:

- Adekvatan poslovni prostor
- Kancelarijski nameštaj
- Tehnička oprema
 - 32 PC računara
 - 5 printera
 - 5 skenera
 - UPS napajanja
 - dodatna prateća kompjuterska oprema
 - 2 video projektora
 - video beam
 - digitalna video-kamera
 - digitalni foto-aparati
 - 5 TV prijemnika
 - 5 video rekordera
 - fax aparati
 - telefonski aparati
- Ostala oprema
 - flip-chart table

Relizacijom novih projekata RCi u okviru Mreže su konstantno (svaki zasebno) dobijali novu opremu.

b) Kakvi su ljudski kapaciteti Mreže RC:

- RC timovi
 - 4 direktorke
 - 3 projekt menadžera
 - 1 logističar
 - 5 domaćina
- Savetodavni odbor
- Angažovane stručne osobe na osnovu potreba
- Volonteri

2. Ko su interesne grupe Mreže RC:

- Civilni sektor
- Vladine institucije na lokalnom i nacionalnom nivou
- Lokalna samouprava - veoma neosposbljena i nesenzibilisana na zahteve rada u okvirima modernih evrointegracijskih procesa
- Lokalna zajednica

- Druge NVO, zbog toga što je malo NVO na lokalnom nivou koje imaju dovoljne kapacitete za rad u okvirima svojih strateških ciljeva pa je zajednički rad preduslov za ostvarivanje boljih rezultata.
- Udruženja (profesionalna, kulturna...), zbog nefunkcionalnog rada u prošlim periodima, opterećenosti glomaznim hijerarhijskim radom, slabom edukacijom u sferi modernih tehnologija.
- Pojedinci koji raspolažu značajnim profesionalnim sposobnostima i idejama koji u okvirima bazičnih institucija ne nailaze na razumevanje i pomoć za realizaciju progresivnih ideja.
- Zaposleni u okviru Mreže RCa
- Korisnici usluga
- Donatori
- Mediji
- Građani
- Mladi
- Manjine i marginalizovane grupe

Opređenje za date interesne grupe proizilazi iz činjenice da se radi o relevantnim segmentima sredine u okviru koje Mreža RCa deluje i sa kojima je neophodno uspostaviti efikasnu saradnju i partnerstva kako bi Mreža ostvarila svoje strateške ciljeve.

Pri identifikaciji interesnih grupa vodilo se računa da to budu sve one grupe koje su do sada nalazile interes u radu pojedinačnih članica Mreže a da će isto tako svoj interes naći i u radu Mreže resurs centara.

3. Analiza programa Mreže RC:

a) Koji su jaki postojeći projekti:

Mreža nije imala jake zajedničke projekte ali je imala zajedničke akcije:

- *JAVNA TAJNA* - projekat REX-a u čiju realizaciju su bili uključeni svi RCi osim RCa Negotin
- Obeležavanje Dana planete Zemlje - 22. april
- Gostovanje švedskog pozorišta za gluvo-neme *SILENT THEATRE*
- Akcije *KNJIGA ZA ZATVOR*
- *MOJ USPEŠAN PROIZVOD PROTIV DISKRIMINACIJE* (u realizaciji 2 RCa)
- Izložba *ŠLIC KLUB TOUR*
- Projekcija dokumentarnog filma *TRAGOM ISTINE - GDE SU*
- Projekcija filmova sa Festivala etno filma u Kučevu
- Projekcije filmova *GLOBALIZACIJA ODOZDO, SRBIJA U KONTEJNERU*
- Slike tranzicije
- Leto u Centru (Negotin)
- Nedelja borbe protiv rasizma
- Međunarodni dan ljudskih prava
- Kursevi za rad na računarima
- Kursevi stranih jezika
- Nedeljnik

- Mesečnik
- Web prezentacije
- Press centri

b) Koji su jaki potencijalni projekti:

- Programi EU, kao i progami drugih donatora prisutnih u Srbiji
- Evrointegracije - projekat podrazmeva aktivno učešće građana, edukaciju, podizanje svesti građana u lokalnim zajednicama o standardima Evropske unije kroz seriju tribina, seminara, radionica, itd.
- Projekti koji se, kao strateški cilj Mreže RCa, uklapaju u veće donatorske programe koji se bave prioriternim temama za dalji razvoj zajednice i društva u celini.
- Projekti koji se na *inovativan način* bave temama u okviru strateških ciljeva Mreže (ciljevi detaljnije opisani u nastavku SP).
- Podizanje kapaciteta Mreže je projekat koji bi podrazumevao ulaganje u ljudske resurse, jasno definisanje upravljačke strukture, jačanje saradnje unutar Mreže i uspostavljanje partnerstava u skladu sa strateškim ciljevima.
- Monitoring sprovođenja Zakona o dostupnosti javnih informacija
- Borba protiv diskriminacije – projekat antidiskriminacije podrazumeva aktivno učešće građana, edukaciju, podizanje svesti o po pitanju poštovanja različitosti. Razlozi zbog kojih treba pokrenuti priču o diskriminaciji je i nepoznavanje pojma diskriminacije, nepoštovanje principa različitosti, netolerantno društvo, nepostojanje pravne regulative.

c) Koji su isplativi projekti:

- Potencijalne usluge koje obezbeđuju delimičnu samoodrživost Mreže RCa:
 - edukacija za rad na računaru (delimično isplativo)
 - kursevi stranih jezika
 - usluge prevođenja
 - tehničke usluge (ustupanje prostora i/ili opreme drugim organizacijama za njihove programe)
 - asistiranje pri pisanju i realizaciji projekata
 - savetovanje manjih organizacija
 - izrada web prezentacija i sl.

d) Koji su projekti sa minimalnim rezultatima a izuzetno skupi:

- Projekti koji tematski i metodološki nisu podobni za Mrežu RCa, koji su sami sebi cilj i tretiraju ciljnu grupu radi nje same
- Mreža treba da se usredsredi na iniciranje razvojnih procesa, mora nastojati da osnaži ciljne grupe i podstakne ih na aktivnu participaciju kako bi ostvarila širi i dugoročniji uticaj na razvoj lokalne zajednice.

Marketinška analiza

1. Imidž Mreže RC:

a) Mrežu RC zelimo da vidimo kao:

- Kao institucionalno jaku, prepoznatljivu Mrežu, koja će svojim angažovanjem (projekti, aktivnosti, kampanje, akcije...) raditi na osnaživanju lokalne zajednice i poboljšanju kvaliteta života u Južnoj i Jugoistočnoj Srbiji kao i zalaganju za poštovanje ljudskih prava.
- Kao pokretača i motornu snagu procesa transformacije nerazvijenih lokalnih zajednica u snažne lokalne samouprave u kojima se poštuju principi građanskog demokratskog društva (u saradnji sa drugim organizacijama i institucijama na lokalnom i republičkom nivou).
- Kao prepoznatljivog učesnika svih promena u društvu koje su u skladu sa integracionim evropskim procesima.
- Nosilac inicijativa i lokalnih akcija – mesto susreta lokalnih interesnih grupa.

b) Vidljivost Mreže RC treba da bude:

- Prepoznatljiva, pre svega na teritorijama lokalnih zajednica (pružajući mogućnost građanima da uzmu aktivno učešće u aktivnostima; ljudi iz lokalnih zajednica bi naročito trebalo da znaju šta je Mreža RCa i čime se ona bavi) a i šire, od strane stakeholdera u sferama strateškog angažovanja Mreže po kvalitetnim programima, uslužnosti i kompetentnosti.
- Prepoznatljivost od strane bazičnih, strateških donatora
- Izdvojenost u odnosu na ostale NVO u lokalnim zajednicama na osnovu strateškog delovanja i projektnog angažovanja (jasno formulisano mesto u zajednici).

c) Reputacija Mreže RC:

- Kvalitetnim marketinškim aktivnostima javnost treba da stekne pozitivno mišljenje i jasnu sliku o radu i mogućnostima koje RC Mreža pruža.
- Građani treba da prepoznaju Mrežu RCa kao mrežu koja se bori za ostvarenje ljudskih prava i kvalitetniji život samih građana, da vide u Mreži RCa mogućnost za realizaciju inicijativa, mesto gde će naći najrazličitije informacije koje su im neophodne; Mreža RCa bi trebalo da u građanima budi mišljenje o sebi kao maksimalno profesionalnoj, tolerantnoj, transparentnoj i mreži okrenutoj ka budućnosti.
- Mreža RCa treba da bude otvorena i dostupna za saradnju na realizaciji svake pozitivne ideje koja može doprineti razvoju lokalnih zajednica.
- Mreža RCa treba da bude uspesna u domenima svojih angažovanja, sa karakteristikama stručnosti, tačnosti i preciznosti u svom radu.
- Mreža RCa treba da bude prilagodljiva interesima i potrebama korisnika
- Mreža RCa treba da bude otvorena prema medijima
- Mreža RCa treba da bude prepoznata po četiri „poštene“ organizacije, usmerene pre svega ka građanima i organizacije koje svoje programe formiraju prema potrebama lokalne zajednice, ali i podižu svest na teme o

kojima se ne govori svakodnevno (diskriminacija, sida, homoseksualnost, nepotizam, rad lokalne samouprave, položaj mladih u društvu, dece van socijalnih tokova,...)

d) Razlike Mreže RC u odnosu na druge:

- Mreža resurs centara nije formalno registrovana mreža
- Mreža resurs centara je jedna od retko održivih mreža koja je okrenuta razvoju lokalnih zajednica u regionima Južne i Jugoistočne Srbije i slične Mreže u ovim regionima ne postoje (jedna je od retko održivih mreža koja pokriva navedene regione).
- Mreža RCa je imala bolju početnu poziciju - solidna početna finansijska i tehnička podrška Mreži RCa stvorila je dobre uslove za rad, neopterećenost materijalnim problemima i veću posvećenost misiji.
- Zaposleni u Mreži RCa su eksterno angažovani.
- Budući da su u Mreži angažovani isključivo mladi ljudi, njihov rad je pre svega rezultat motivisanosti za širenje pozitivnih ideja i vrednosti a ne samo implementacije do sada stečenog profesionalnog znanja.
- Inovativnost, kreativnost, fleksibilnost - u dosadašnjem radu Mreža RCa je pokazala fleksibilnost u saradnji sa partnerskim organizacijama.

e) Da li Mreža RC zadovoljava potrebe tržišta:

Mreža RCa je već radila i konstantno radi na istraživanju potreba tržišta u svojim lokalnim zajednicama. Na teritoriji na kojoj deluje Mreža RCa, potrebe tržišta nisu zadovoljene. Mreža RCa implementira aktivnosti vezano za promociju ljudskih prava, edukaciju stanovništva i podizanje moralnih vrednosti. Većim angažovanjem, povećanjem resurasa i njihovim boljim iskorišćenjem, svakako bi i zadovoljenje potreba tržišta bilo veće.

Ogroman broj nagomilanih i nerešenih problema pruža mogućnosti za veće angažovanje Mreže RCa na realizaciji njenih aktivnosti kao i za podizanje njenih kapaciteta kako bi adekvatno odgovorila na izazove sredine.

U skladu sa svojim delovanjem i mogućnostima Mreža RCa nudi usluge i programe koji su relevantni za lokalnu zajednicu kroz popularne cene usluga (na osnovu podataka o proseku primanja i broju nezaposlenih) i programe koji analiziraju potrebe lokalnih sredina što daje jasnu sliku tržišta na teritoriji delovanja (rezultati ukazuju na potrebe zajednice, metodologiju i načine koje treba koristiti).

f) Ostalo:

Imidž Mreže RCa zavisi od samih njenih članica i njihovog rada.

2. Pozicioniranje Mreže RC:

a) Koje potrebe zajednice Mreža RC može da zadovolji:

- Mreža poklanja naročitu pažnju jačanju civilnog sektora, tako da u ovom domenu i može pružiti adekvatnu podršku razvoju lokalne zajednice i podizanju njenih kapaciteta za započete, neophodne, integracione procese.

- Razvijanjem saradnje sa ključnim stakeholderima i implementacijom raznovrsnih programa Mreža RCa može pružiti odgovarajući doprinos jačanju vladavine prava, socijalnoj integraciji diskriminiranih i marginalizovanih grupa, razvijanju tolerancije i poštovanja drugosti i različitosti, kao i podizanju svesti pripadnika lokalne zajednice o neophodnosti usvajanja naprednih i pozitivnih ideja.
- Raznolika ponuda edukativnih programa tj. edukacija građana iz različitih oblasti: obuka za rad na racunarima, škola stranih jezika, biblioteka, knjižara, omogućavanje građanima da slobodno pristupaju informacijama
- Promocija ljudskih prava i moralnih vrednosti

b) Kojim rezultatima se Mreža RC može nadati:

- Povećanju ciljne grupe / Povećanju broja korisnika
- Većem angažovanju stručnjaka po pojedinim oblastima shodno strateškom planu
- Boljoj strukturi i samom funkcionisanju Mreže
- Većoj prepoznatljivosti Mreže kako u regionima delovanja (kao sastavnog dela lokalne zajednice - kao na partnere a ne spoljašnji, „ubačeni“ faktor) tako i od strane donatora.
- Da metodologija kojom se Mreža RCa koristi bude prihvaćena kao »lokalno vlasništvo« i primenjuje nezavisno od Mreže RCa
- Povećanju režišta
- Izazivanje višestrukog efekta / multiplikovanje – načini rada Mreže RCa da budu primenjivani i u drugim regionima.
- Promovisanje i prenošenje usvojenih zajedničkih principa od strane korisnika
- Da zajednica postane svesnija važnosti poštovanja demokratskih principa

c) Koji spoljni faktori mogu pomoći ili odmoći Mreži RC:

Mreži RC mogu **pomoći:**

- Usvajanje Zakona o NVO, kao i uspostavljanje saradnje sa organizacijama i udruženjima sa kojima Mreža deli srodnu viziju.
- Učinivši prve korake ka integraciji u EU, SCG se suočila sa brojnim nerešenim problemima koji otvaraju prostor za šire i dugoročno angažovanje NVO sektora.
- Ulazak susednih zemalja u EU, kao i nacionalne strategije o različitim bitnim pitanjima takođe mogu uticati na rad Mreže RCa s obzirom da Mreža RCa mora aktivno da prati promene u okruženju i strateski i projektno bude deo tih promena.
- Donatori
- Lokalna zajednica (organi uprave i građani)
- Volonteri

Mreži RC mogu **odmoći:**

- Usvajanje Zakona o NVO
- Mreža deluje u veoma nestabilnom političkom okruženju i bez postojanja odgovarajuće pravne regulative.

- Nerazvijenost lokalne zajednice ne omogućava kontinuitet u radu i oslanjanje na stalne partnere (stakeholdere) u pojedinim projektima.

d) Koji unutrašnji faktori mogu pomoći ili odmoći Mreži RC:

Mreži RC mogu **pomoći**:

- Mreža već ima izgrađen imidž u lokalnim zajednicama kao i uspostavljenu saradnju sa ključnim stakeholderima.
- Dosadašnji zajednički, mrežni, rad je preduslov za dobru komunikaciju, nesebičnu saradnju i razmenu iskustava između pojedinačnih RCa.

Mreži RC mogu **odmoći**:

- Nedovoljno timsko angažovanje, nemotivisanost i nedostatak komunikacije između pojedinačnih RCa smanjuje mogućnost realizacije aktivnosti koje bi imale širi i značajniji (mrežni) uticaj na rešavanje lociranih problema.
- Rizik da Mreža «zaboravi» na eksterno savetodavno telo koje joj može pomoći u radu i održivosti ili pak da slabo iskoristi postojeće trziste pameti.
- Rizik da Mreža ne prepozna probleme na vreme te kasno reaguje, kako interne tako i eksterne.
- Nedovoljna tehnička opremljenost pojedinih RCa

e) Koji su realni ciljevi Mreže RC:

- Umrežavanje, saradnja, interakcija sa lokalnom zajednicom i podrška lokalnim inicijativama na teritoriji na kojoj Mreža RCa deluje
- Implementacija projekata
- Unapređenje položaja ciljnih grupa
- Unapređenje civilnog društva, vladavine prava, podrška procesu EU integracija, unapređenje ljudskih prava
- Stvaranje stabilne mreže sa jasno definisanom strategijom i kvalitetnim projektima u skladu sa kapacitetima kroz dobro pozicioniranje u lokalnim zajednicama uz obezbeđenu samoodrživost, jačanje i povećanje vidljivosti Mreže

c) Koje korisnike Mreža RC može da zadovolji:

- Članove lokalne zajednice (stakeholderi u razvojnim strateškim procesima lokalne zajednice)
- Pripadnike diskriminiranih, marginalizovanih i manjinskih grupa
- Mlade
- Nezaposlene
- Medije (naročito one koji nemaju dovoljno izgrađene i razvijene kapacitete)
- Pojedince i organizacije kojima je potrebna pomoć u realizaciji ideja koje su u skladu sa strateškim ciljevima Mreže RCa
- NVO (lokalne, regionalne, međunarodne)

d) Ko su suparnici Mreže RC:

- Jake NVO sa dobro izgrađenim imidžom i pozicijom u lokalnim zajednicama, koje imaju kvalitetnije programe koji zadovoljavaju potrebe zajednice, partnera i tržišta.
- U svakoj lokalnoj zajednici u kojoj Mreža RCa deluje, postoji bar nekoliko prepoznatljivih i strateški dobro angažovanih NVO koje članice Mreže RCa mogu smatrati suparnicima i u odnosu na koje mogu strateški da dimenzioniraju svoj rad, pre svega kvalitetnim i dugoročnijim projektima koji obezbeđuju dobro pozicioniranje.
- Suparnici Mreže RC su samo oni koji su bolji kvalitetom od nje same.

e) Ko su partneri Mreže RC:

- Druge NVO - čija se misija podudara sa misijom Mreže RCa
- Javne institucije
- Lokalna vlast / samouprava
- Mediji
- Biznis sektor
- Profesionalna udruženja, stručnjaci i pojedinci
- I do sada i još uvek partneri Mreže RCa su: CHRIS, YUCOM, REX

Partneri koje Mreža RCa traži su organizacije koje mogu aktivno da učestvuju u projektima Mreže RCa a ne samo slovo na papiru radi prijavljivanja na određeni konkurs.

Navedeni partneri nalaze se u sferi strateških ciljeva Mreže RCa i svojim angažovanjem kako u projektima Mreže RCa tako i u akcijama unutar Mreže RCa mogu da doprinesu ne samo razvoju lokalnih zajednica već i boljem imidžu same Mreže RCa.

3. Marketinška kampanja - komunikacija:

a) Kako Mreža RC da obelodani imidž:

- Prepoznatljivim vizuelnim znakom (logotip Mreže RCa)
- Stalnim prisustvom u medijima (akcijama, projektima, pozitivnim idejama, saradnjom sa drugim partnerima koji su, takođe, zastupljeni u medijima).
- Prepoznatljivim simbolima koji se u određenim vremenskim intervalima distribuiraju u javnosti (česti štampani promo-materijali)
- Učestalom komunikacijom sa korisnicima i ciljnim grupama (kroz različite vrste javnih skupova – tribine, okrugli stolovi, neformalna druženja, organizacija obeležavanja značajnih datuma vezanih za aktivnosti Mreže RCa).
- Transparentnim i intenzivnim radom
- Pojačanim marketingom
- Lobiranjem

b) Kakva poruka Mreže RC treba da bude:

- Jasna
- Nedvosmislena
- Strateški usmerena i definisana.
- U skladu sa strateškim ciljevima cele zajednice.
- Prepoznatljiva kao bitan nosilac pozitivnih promena u zajednici.
- Jednostavna i razumljiva poruka, koju treba da osmisli i usvoji tim lidera Mreže RCa zajedno sa svim zaposlenima i putem nje široj javnosti približi misiju i viziju Mreže RCa.
- Da govori o Mreži RCa kao fokus mestu građanskog aktivizma, edukacionom centru, otvorenom informacionom centru - „Dođite da naučite, saznate i uključite se u promene!“
- „Inicijative za zdravu lokalnu zajednicu“

c) Koje tehnike Mreža RC treba da koristi:

- Medijska promocija putem audio/video materijala, gostovanjima na lokalnim medijima, konferencije za štampu - uz nastojanje da se mediji privuku da stalno prisustvuju promocijama aktivnosti Mreže RCa.
- Štampanje propagandnog materijala - flajera, postera, lifleta po projektu - osim informacija o projektu, dizajnom, tehnikom i pristupom se daju informacije i o organizaciji koja radi projekat, u smislu koliko je ozbiljna i profesionalna (dakle, koristiti projektne aktivnosti i za marketinšku kampanju Mreže RCa)
- Mrežni sajt - pruža informacije o radu Mreže RCa i upoznaje korisnike sa delovanjem Mreže RCa i to ne samo one koji žive u lokalnoj zajednici već i one izvan nje.
- Štampanje godišnjeg izveštaja, strateškog plana - namenjeno donatorima i partnerima radi upoznavanja sa radom Mreže RCa.
- Izrada Mesečnika - sa temom meseca bitnom za rad Mreže RCa, NVO sektora ili lokalne zajednice, trenutnim aktivnostima i sl. Mesečnik bi se u početku radio u elektronskoj formi i distribuirao na veliki broj e-mail adresa dok se ne pronađu sredstva po projektu koja bi bila namenjena štampanju ove publikacije. Možda bi RCi mogli sami da plaćaju štampu preko sredstava koja zarađuju od samoodrživih aktivnosti / programa.
- Informatori (u elektronskoj i štampanoj formi).
- Druge vrste publikacija

4. Evaluacija dosadašnjih rezultata marketinškog procesa Mreže RC:

a) Šta je bilo dobro:

- U svom dosadašnjem radu su svi RCi Mreže prilikom medijskog promovisanja koristili zajednički logo čime su doprineli boljoj prepoznatljivosti Mreže RCa.
- Postojanje inicijative za izradu mrežnog sajta i lifleta Mreže RCa.
- Permanentno pojavljivanje u javnosti i dobra komunikacija sa lokalnim medijima, čemu su doprineli i sami partneri i saradnici svojom medijskom promocijom RCa. Izveštaji medija o Mreži RCa bili su korektni.

- U toku dvomesečnog podizanja kapaciteta Mreže RCa za strateško planiranje (februar-april 2005), radilo se i na segmentima marketinškog procesa Mreže RCa što je preduslov za dalji jasniji marketinški plan i nastup.
- Porast broja ljudi koji znaju za Mrežu RCa i povećanje znanja o Mreži RCa

b) Šta nije bilo dobro:

- Osim pojedinačnih promotivnih kampanja koje su imale lokalnog uspeha, mrežni marketing je na niskom nivou; izostala je izrada lifleta, mrežnog sajta, i sl.
- Svaki RC je radio na sopstvenoj promociji stavljajući u drugi plan promociju Mreže RCa.
- Nedostatak primene drugih promotivnih metoda kao što su video klipovi i radio džinglovi i nerealizacija postojećih inicijativa takođe predstavljaju loš pristup marketinškom procesu.
- I dalja neinformisanost (a kao posledica toga i predrasude) građana o samoj suštini postojanja i rada NVO sektora, pa sa tim i Mreže RCa.

c) Šta bi za idući put trebalo uraditi:

- Više se angažovati na odabranim tehnikama medijske promocije (sa tačnim planom).
- Mrežni sajt (koji će pružati aktuelne informacije o radu Mreže RCa, najavljivati aktivnosti i gde će korisnici moći da se prijavljuju za volonterski rad, popunjavaju ankete, daju svoje komentare i mišljenja...).
- Distribucija Mrežnih izdanja na veći broj adresa van Mreže RCa (lokalna smaouprava, biznis sektor, javne institucije, donatori, partneri, NVO, itd.)
- Jača kampanja u elektronskim medijima.
- Štampanje lifleta i drugog propagandnog materijala.
- Izrada promotivne video prezentacije (Mreža RCa se trenutno može samo usmeno predstaviti).
- Imati jasan marketinški plan koji bi bio matrica za sve aktivnosti Mreže RCa (ne raditi od slučaja do slučaja)
- Usredsrediti se na direktan kontakt sa potencijalnim korisnicima i pojednostavljeno i razumljivo objašnjenje da Mreža RCa postoji zbog njih i da može na najbolji mogući način odgovoriti njihovim potrebama.

d) Šta bi trebalo ponoviti:

- Negovati i dalje dobre odnose sa medijima.
- Ponovljati zajedničke medijske nastupe sa drugim NVO.
- U daljem radu Mreža RCa bi trebalo da u svom marketinškom procesu zadrži i nastavi sa upotrebom zajedničkog logotipa.

STRATEŠKI PLAN MREŽE RC **ZA PERIOD 2005-2008**

I Koja bi trebalo da bude vizija Mreže RC:

Razvijena i otvorena lokalna zajednica u kojoj građani aktivno participiraju u procesu donošenja odluka i kreiranju smernica za razvoj i poštovanje demokratskog društva.

II Koja bi trebalo da bude misija Mreže RC:

Mreža RCa kao interlokutor razvoja lokalnih zajednica koja podiže svest građanima pokretanjem i realizacijom lokalnih, regionalnih i međunarodnih inicijativa, razvojnih i održivih programa usmerenih ka promociji i osnaživanju civilnog društva, vladavine prava, ljudskih prava i sloboda kao osnovnim preduslovima za priključivanje modernim i demokratskim društvima u EU.

III Na kojim vrednostima i kulturi/kodeks ponašanja treba da bude zasnovana Mreža RC:

- Dobar ugled u lokalnoj zajednici
- Transparentnost u radu
- Stručnost
- Inovativnost i kreativnost
- Tolerantnost
- Komunikativnost
- Uslužnost
- Partnerstvo
- Entuzijazam
- Timski duh (razmena znanja i iskustva, razvijanje kulture dijaloga)
- Međusobna podrška
- Otvorenost za saradnju i uspostavljanje partnerstava
- Poštovanje dogovorenih pravila (jasno definisane dužnosti i odgovornosti)
- Otvorenost za nove i pozitivne ideje (koje su u skladu sa vrednostima na kojima počiva Mreža RCa i koje mogu doprineti boljem kvalitetu života u lokalnim zajednicama)
- Okrenutost ka Mreži (međusobna saradnja, uvažavanje i solidarnost; zajedničko donošenje odluka)

IV Šta su prioriteti za Mrežu RC:

- Institucijalno jačanje Mreže RCa kroz povećanje transparentnosti, ugleda i prepoznatljivost Mreže RCa u regionu, poboljšanje saradnje i kontakata sa ključnim stakeholderima, izgradnju i jačanje kapaciteta (ljudskih, organizacionih, tehničkih) Mreže RCa kroz različite zajedničke dugoročne programe.
- Pomovisanje uloge civilnog društva u jačanju lokalne zajednice.

- Promovisanje, ostvarivanje i zaštita ljudskih prava (kao i podizanje nivoa svesnosti građana o pravima koja im pripadaju).
- Unapređenje vladavine prava kroz zajedničko delovanje na promovisanju izgradnje tolerantnog društva širenjem alternativnih ideja i vrednosti koje afirmišu prihvatanje i postovanje tuđih interesa, potreba i različitosti, položaja i socijalna integracija manjinskih i marginalizovanih grupa.
- Animiranje lokalnog javnog mnjenja u cilju podsticanja njegovog participiranja u rešavanju problema i jačanju lokalne zajednice, podržavanju procesima priljučenja EU.
- Izgradnja partnerstava sa lokalnom samoupravom i institucijama radi kreiranja stalne komunikacije građana i organa vlasti.
- Uspostavljanje saradnje sa drugim NVO i mrežama (prekogrančna saradnja).

V Kojih strategija/radne filozofije/politike razmišljanja bi Mreža RC trebalo da se drži:

- Interdisciplinarnost i interkulturalnost u smislu da rad Mreže RCa treba da bude usmeren ka traženju rešenja i metodoloških pristupa u što većem broju nauka, struka i kulturama koje postoje kako u našoj zemlji tako i u inostranstvu a koje mogu ponuditi nova rešenja, veštine, iskustva i ekspertizu.
- Participacija korisnika rada Mreže RCa treba da bude maksimalna u smislu da se svi aktivno uključuju u akcije i da rešenja za svoje probleme i sami nude i nalaze uz naravno metodološku podršku Mreže RCa. Nivo participacije treba da se postepeno odvija od proste komunikacije i razmene informacija do aktivnog uključivanja u delove programa ili projekata namenjenim upravo istim korisnicima.
- Sinergija i komplementarnost sa sličnim projektima, razmena iskustava i upravljanje znanjem u cilju multiplikovanja dobrih praksi i postizanja ujednačenog regionalnog napretka.
- Interakcija sa korisnicima i ključnim interesnim grupama u lokalnoj zajednici i šire. Ostvarivanje i održavanje komunikacije kroz permanentnu saradnju koja ima duh obostranog interesovanja za rad na odredjenim temama i oblastima koje su ključna polja delovanja Mreže RCa. Posebna pažnja treba da se obrati na medije i njihovo uključivanje u proces lobiranja programskih i projektnih ideja Mreže RCa.
- Podizanje kapaciteta kao konstantno prisutan programski princip rada Mreže RCa koja prepoznaje da bez stalnih edukacija, usavršavanja i profesionalizacije, prenosa znanja i iskustva ni sam razvoj lokalne zajednice nije moguć a time ni razvoj i poštovanje demokratskih principa.
- Grassroot delovanje koje treba da bude zasnovano na blagom pritisku na lokalnu zajednicu odozdole nagore i od vrha nadole kako bi se neophodne promene vršile a u smislu da su neophodne za razvoj lokalne zajednice i bolji suživot njenih građana. Mreža RCa svojim delovanjem mora da ima širi uticaj na promenu svesti građana i sve njene programske aktivnosti moraju da vrše pritisak na okruženje kako kroz direktne korisnike tako i indirektno.
- Transparentnost i otvorenost rada Mreže RCa mora da bude stalno prisutna kako bi i dostupnost informacijama bila aktivnija. Bolja razmena informacija vodi ka boljem identifikovanju problema kao i bržem, inovativnijem i efektivnijem rešenju.

- Holistički pristup radu Mreže RCa bi trebalo da omogući da korisnici kroz programske akcije Mreže RCa prepoznaju zašto su im one potrebne, kakvom boljitku doprinose i da su upravo oni ključni faktor za ostvarenje napretka i razvoja.
- Follow up ili princip praćenja ostvarenih rezultata kao i provera da li je ono što je Mreža RCa uradila imalo efekta. Mreža RCa bi trebalo da kao regularne metode koristi produžene aktivnosti u kojima će glavnu implementatorsku ulogu imati korisnici.
- Mreža RCa treba da koristi jasne, objektivne i verifikovane pokazatelje uspešnosti tako što će uspostaviti kriterijume, kvalitativne i kvantitativne indikatore za svaku od svojih programskih realizacija. Redovnim merenjem uspešnosti Mreža RCa će biti u stanju da objektivno proceni i sveukupni sopstveni uticaj na okruženje i promene koje vode ostvarenju vizije i misije Mreže RCa.

VI Koji su strateški ciljevi Mreže RCa:

1. JAČANJE VLADAVINE PRAVA

Vladavina prava u demokratskom društvu ne podrazumeva samo postojanje formalnog pravnog okvira, već predpostavlja prepoznavanje i poštovanje najviših vrednosti pojedinaca od strane društva. Ona zahteva stalno širenje ideje o potrebi poštovanja, zaštite i unapređenja ljudskih prava i sloboda.

Ovaj strateški cilj sadrži u sebi sledeće podciljeve:

1.1. Socijalna i ekonomska integracija diskriminiranih i marginalizovanih grupa - predstavljanje i afirmisanje multikulturalnog društva, kroz integraciju manjinskih i marginalizovanih grupa kao manje privilegovanih grupa lokalne zajednice ali uz očuvanje svake vrste samosvojnosti, u okviru koga bi se poštovali i razmenjivali različiti životni stilovi, iskustva i vrednosti.

Iako je teritorija na kojoj deluje Mreža RCa multietnička i multikulturalna sredina, lokalne zajednice ne poznaju kulturu, običaje i principe onih drugih. Mreža RCa će raditi na promovisanju poštovanja:

- Principa različitosti
- Rodne ravnopravnosti
- Drugosti
- Principa socijalne i ekonomske integracije

1.2. Transformacije konflikta i jačanje mladih - prevencija vršnjackog nasilja i upravljanje konfliktima u obrazovnim institucijama, razvijanje pozitivnih, nenasilnih modela komunikacije kroz različite programe.

1.3. Promovisanje slobodnog pristupa informacijama kao neophodnog uslova za transparentni rad javnih organa, nezavisnost medija i aktivno učešće građana u donošenju odluka organa javne vlasti.

1.4. Suočavanje sa prošlošću i doprinos procesu pomirenja i prihvatanja odgovornosti. Bez suočavanja sa događajima iz prošlosti, prihvatanja odgovornosti i

reintegraciji u procese u regionu, nema ni bolje budućnosti i prekogranične saradnje sa najbližim susedima. Mreža RCa će u saradnji sa sličnim mrežama i organizacijama u zemlji i regionu širiti svest o važnosti poštovanja izbora i neophodnosti integracije generacija koje dolaze u tokove društva, ali uz upoznavanje sa sopstvenom prošlošću kako bi se izbegle slične situacije u budućnosti.

2. PROMOVISANJE ZNAČAJA CIVILNOG SEKTORA ZA RAZVOJ LOKALNE ZAJEDNICE

Ovaj strateški cilj sadrži u sebi sledeće podciljeve:

2.1 Mreža RCa će raditi na izgradnji partnerstava između civilnog, javnog i biznis sektora delujući kao fokus mesto za pokretanje različitih inicijativa od interesa za razvoj lokalne zajednice radi kreiranja stalne komunikacije građana i organa vlasti.

2.2. Upoznavanje lokalne zajednice sa ulogom, metodologijom i iskustvom civilnog sektora radi poboljšanja njegove vidljivosti, vrednovanja rada i imidža. Ohrabrivanje, motivisanje i podsticanje pojedinaca da aktivno učestvuju u razvijanju inicijativa koje mogu doprineti podizanju nivoa znanja, kritičkog misljenja, individualnosti i otvorenosti za raznovrsne i drugačije ideje i vrednosti.

2.3. Promovisanje građanskog aktivizma i volonterizma kao alata za unapređenje zajednica u kojima delujemo kroz iniciranje delovanja građana/ki od najnižih stupnjeva organizovanja (grass roots organizovanje).

Mreža RCa će u saradnji sa lokalnim interesnim grupama formirati male fondove za razvoj ovog tipa organizovanja članova lokalne zajednice.

2.4. Pružanje podrške i transfer znanja radi podizanja kapaciteta i svesti članova lokalnih zajednica kroz različite edukativne programe kako bi se razvijali ljudski resursi koji mogu aktivno doprineti razvoju lokalne zajednice i demokratizaciji društva, uključivanjem u procese donosenja odluka

2.5. Promovisanje poznavanja i upotrebe novih, informacionih tehnologija kako bi lokalna zajednica osnažila svoje kapacitete i išla u korak sa trendovima na globalnom nivou

3. PODRŠKA PROCESIMA EU INTEGRACIJE

Ovaj strateški cilj sadrži u sebi sledeće podciljeve koji treba da doprinesu pripremi lokalne zajednice za process EU integracija kroz permanentnu interakciju sa lokalnom zajednicom i njenim građanima:

3.1. Razgradnja mitova o Evropskoj Uniji upoznavanjem lokalnih zajednica sa principima na kojima ona počiva. Približavanje duha i ideje EU građanima promovisanjem osnovnih principima i načela na kojima počiva EU zajednica a koja prevashodno podrazumeva dijalog, poštovanje ljudskih prava, liberalizaciju tržišta, izgradnju i poštovanje institucija, pluralizam, otvoreno društvo, različitost, praćenje i rešavanje devijantnih društvenih pojava kao što su trgovina ljudima, korupcija i sl.

3.2. Približavanje Evropske Unije građanima kroz pružanje praktičnih informacija i pojašnjenjem mehanizama po kojima Unija funkcioniše - promovisanje usklađivanja rada lokalne samouprave sa evropskim standardima.

3.3. Promovisanje usvajanja evropskih modela, vrednosti i principa korišćenjem alata bliskih lokalnoj zajednici radi njihovog lakšeg usvajanja i primene u praksi. Praksa i standradi koji se primenjuju u procesima razvoja lokalnih zajednica: fondovi EU za razvoj lokalnih zajednica, process apliciranja kod EU i načini prikupljanja sredstava, implementacija i praćenje realizacije projekata EU.

3.4. Zastupanje prekogranične i panevropske saradnje razmenom iskustava, informacija i ideja sa sličnim mrežama i organizacijama, ali i upoznavanjem lokalnih zajednica sa primerima dobre evropske prakse.

4. PROMOCIJA I IMPLEMENTACIJA LJUDSKIH PRAVA

Ovaj strateški cilj sadrži sledeće pod ciljeve:

4.1. Promovisanje i zastupanje osnovnih ljudskih prava i sloboda kroz niz edukativnih programski i projektnih aktivnosti usmerenih ka podizanju budnosti i svesti građana ka npr. trening radionice, okrugli stolovi, seminari i sl. Ovim ciljem Mreža RCa ima nameru da građane upozna šta su ljudska prava, kako ih mogu uživati i u isto vreme kako ih mogu zaštititi.

4.2. Izgradnja partnerstva sa NVO u regionu koji se isključivo bave nadzorom povreda ljudskih prava, pokretanjem sudskih procesa, davanjem pravnih saveta i uopšte radom sa žrtvama povreda ljudskih prava.

4.3. Izgradnja odnosa i partnerstava, komunikacionog kanala sa ključnim institucijama koje se bave obezbeđenjem i zaštitom ljudskih prava građana: policijom, centrima za socijalni rad, biroima za tržište rada, javnim preduzećima, kulturnim, obrazovnim i zdravstvenim institucijama, sudovima i sl.

4.4. Upućivanje građana kojim su povređena ljudska prava na nadležne institucije lokalne zajednice i NVO.

4.5. Obeležavanje svih kalendarskih dana koje su u konotaciji sa ljudskim pravima, njihovom promocijom i zaštitom i to koristeći sledeća sredstva: TV, radio, štampane i elektronske medije.

5. PODIZANJE KAPACITETA MREŽE RCa

Ovaj strateški cilj sadrži u sebi sledeće podciljeve:

5.1. Jasno definisanje i pojednostavljivanje upravljačke i organizacione strukture, tačna podela uloga i odgovornosti i maksimalna upotreba postavljene ljudske, organizacione i programske strukture.

5.2. Jačanje saradnje unutar Mreže, međusobnog uvažavanja i postovanja, intenziviranje komunikacije, obaveštavanja i razmene informacija.

5.3. Podizanje kapaciteta Mreže putem in-house treninga, eksternih radionica i realizacijom mrežnih projekata.

5.4. Unapređenje saradnje i uspostavljanje partnerstava u skladu sa strateškim ciljevima i jačanje prepoznatljivosti i ugleda Mreže u regionu.

5.5. Predefinisiranje postojećih pravnih dokumentata i akata u cilju registracije Mreže.

5.6. Jačanje pozicije Mreže RC u NVO sektoru putem implementacije projekata, medijskom kampanjom i saradnjom sa drugim NVO van Mreže RCa, dostići prepoznatljivost i poštovanje. U svakom trenutku treba znati šta se dešava u okruženju, šta rade druge NVO, koji su donatori aktivni, koji su trenutno konkursi otvoreni. Treba napraviti baze podataka o ciljnim grupama, NVO, donatorima i sl.

VII Akcioni plan realizacije strateških ciljeva Mreže RC:

SVEUKUPNI PLAN AKCIJE ZA 2005.

Br.	Zadaci/Aktivnosti	Rezultati	Vremenski rok	Indikatori	Izvori verifikacije	Resursi (ljudski/tehnički)	Rizici	Kontra mere
1	Redovni sastanci Mreže RCa - TIM LIDERKI MREŽE RC	Bolja komunikacija, koordinacija	1 mesečno do kraja 2005.	Zapisnici sa sastanaka	Zapisnici sa sastanaka	Mreža RCa	Nedovoljna saradnja, nemogućnost dogovora	MoU*
2	Izrada baze podataka o potrebama, donatorima, NVO, interesnim grupama	Baza podataka	Maj 2005.	Broj podataka u bazi	Mrežni sajt, publikacije	Mreža RCa	Nemotivisanost, upravljanje vremenom	MoU
3	Izmena pravnih akata	Rad Mreže RCa u skladu sa zakonom i programima definisanim kroz SP	Maj-jun 2005.	Usaglašeni i kvalitetno izmenjeni akti	Statut Rešenja o registraciji	Tim liderki, projekt menadžeri i advokat	Neusaglašavanje u okviru Mreže RCa	MoU
4	Marketinške aktivnosti: kampanje, promocije, savetodavne usluge, Nedeljnik i sl.	Veća vidljivost Mreže RCa, prepoznatljivost	Konstantno do kraja 2005.	Mrežni sajt, lifleti, javni nastupi	Izveštaji, publikacije, istraživanja, medijska pokrivenost, sajt Mreže RCa	Mreža RCa	Nemotivisanost, upravljanje vremenom	MoU

5	Pisanje predloga projekata i praćenje konkursa -fundraising	Broj i kvalitet napisanih i odobrenih projekata, održivost	Konstantno do kraja 2005.	Broj odobrenih projekata	Odobreni projekti	Mreža RCa	Nemotivisanost, upravljanje vremenom	MoU
6	Izrada akcionog plana za 2006.	Izrađen i usvojen akcioni plan za 2006.	Septembar-oktobar 2005.	Dokument akcionog plana	Dokument akcionog plana	Mreža RCa	Nemotivisanost, upravljanje vremenom	MoU
Total:								

* Po prihvatanju SP Mreže RCa sve članice Mreže RCa će potpisati i pečatirati MoU (Memorandum of Understanding = Memorandum o razumevanju) kojim prihvataju moralnu i profesionalnu obavezu da implementiraju usvojeni SP i PLM Mreže RCa u skladu sa definisanom ljudskom i programskom orijentacijom. Kao Annex MoU naći će se SP i PLM Mreže RCa.

IX Kako obezbediti finansijska sredstva za realizaciju SP:

- Stalnim praćenjem aktuelnih konkursa za finansiranje projekata u domenu strateških ciljeva Mreže RCa
- Pisanjem konkurentnih mrežnih projekata
- Lobiranjem kod donatora
- Praćenjem društvenih tokova i procesa u okruženju
- Programima koji će Mreži RCa doneti samoodrživost – edukacije, izrada publikacija, izrada web sajtova, održavanje web sajtova, i sl.