

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
FAKULTET ZA ODGOJNE I OBRAZOVNE ZNANOSTI

Poslijediplomski specijalistički studij Vođenje i upravljanje odgojno-obrazovnim ustanovama

Goran Podunavac

**Marketinške aktivnosti pri prikupljanju sredstava u odgojno-obrazovnoj ustanovi:
Šareni tavan kreativnosti**

Osijek, 2026.

UVOD

Projekt „Šareni tavan kreativnosti“ planira se realizirati putem crowdfunding kampanje, kao suvremenog modela financiranja koji omogućuje prikupljanje sredstava uz istovremeno uključivanje šire zajednice u podršku projektu.

Cilj kampanje je osigurati sredstva za nabavu materijala koji će omogućiti aktivno korištenje postojećeg prostora za kreativne aktivnosti učenika. Kampanja je osmišljena tako da jasno komunicira problem, rješenje i očekivani utjecaj projekta na učenike i školsku zajednicu. Učenici će dobiti priliku sudjelovati u različitim oblicima stvaralaštva, poput crtanja, slikanja, izrade igara, pisanja ili rada s različitim materijalima. Na taj način nedovoljno kvalitetno iskorišteno slobodno vrijeme pretvara se u priliku za učenje kroz iskustvo, razvoj kreativnog mišljenja i opuštanje.

Provedba kampanje planirana je tijekom studenog i prosinca. Ovo razdoblje odabrano je jer su učenici i roditelji već prilagođeni školskim obvezama, a istovremeno još nisu opterećeni završnim aktivnostima i praznicima. Dodatno, blagdansko razdoblje često potiče veću spremnost zajednice na sudjelovanje i doniranje, što može pozitivno utjecati na uspješnost kampanje.

Ciljana publika kampanje obuhvaća roditelje učenika, djelatnike škole, bivše učenike, lokalnu zajednicu te sve osobe zainteresirane za razvoj kreativnosti i obrazovanja djece. Komunikacija će se prilagođavati navedenim skupinama kako bi poruka kampanje bila što učinkovitija.

Platforma crowdfunding kampanje

Kampanja će se provoditi putem platforme WhyDonate, koja omogućuje jednostavno prikupljanje donacija uz minimalne troškove. Prednost ove platforme je što ne naplaćuje naknadu za korištenje (0%), čime se osigurava da najveći dio prikupljenih sredstava bude usmjeren na realizaciju projekta. Dodatno, platforma omogućuje donatorima dobrovoljno pokrivanje troškova obrade uplata, čime se može osigurati da puni iznos donacije bude namijenjen projektu. Odabir platforme temelji se na jednostavnosti korištenja, transparentnosti i prilagođenosti projektima koji se oslanjaju na lokalnu i nacionalnu zajednicu.

Vremensko razdoblje kampanje

Crowdfunding kampanja planirana je u razdoblju od studenog do prosinca. Odabrano razdoblje omogućuje stabilizaciju školskih obveza na početku školske godine, a istovremeno prethodi završnim aktivnostima i praznicima. Dodatno, blagdansko razdoblje često potiče veću spremnost zajednice na sudjelovanje i doniranje, što može pozitivno utjecati na uspješnost kampanje.

Tekst kampanje

Jedan prostor. Neograničena kreativnost.

Svakodnevno učenici Osnovne škole Popovac provode vrijeme čekajući prijevoz ili izvannastavne aktivnosti – bez sadržaja, poticaja i prilike za stvaranje. Umjesto da to vrijeme prolazi neiskorišteno, želimo ga pretvoriti u prostor ideja.

„Šareni tavan kreativnosti“ postat će mjesto gdje učenici mogu slikati, izrađivati rukotvorine, stvarati, eksperimentirati i izražavati sebe – bez pritiska ocjena, bez straha od pogreške.

Vaša donacija pomaže nam nabaviti materijale za rad koji će ovaj prostor pretvoriti u živu učionicu kreativnosti.

Podržite ovu kampanju i pomozite nam pretvoriti slobodno vrijeme u priliku za razvoj, stvaranje i inspiraciju.

Financijski plan kampanje

Cilj crowdfunding kampanje iznosi 3000 eura. Ovaj iznos procijenjen je kao realan i dovoljan za nabavu potrebnih materijala za provedbu planiranih aktivnosti. Prikupljena sredstva raspodijelit će se na sljedeći način:

- role papira za crtanje: 575 €
- samoljepljiva folija crna za pisanje kredom; 75 €
- materijali za tekstilne tehnike (obruči, platno, konci, igle, punch needle setovi) – 450 €
- svjetleći stol za crtanje pijeskom – 2 kom: 325 €
- set likovnog pribora za male umjetnike (papir za crtanje, papir za crtanje u boji, sjajni papir za izrezivanje oblika, tekuće ljepilo, tempere, veliki komplet kistova, drvene bojice, flomasteri, ugljen, akvarel, linorez): 1075 €
- potrošni materijal: 500 €

Provedba kampanje

Provedba crowdfunding kampanje planirana je kroz tri faze: prije kampanje, tijekom kampanje i nakon završetka kampanje.

Prije kampanje:

- izrada plana kampanje i definiranje ciljeva
- priprema promotivnih materijala i sadržaja
- izrada video materijala
- informiranje učenika, roditelja i lokalne zajednice

Tijekom kampanje:

- redovito objavljivanje sadržaja na društvenim mrežama
- komunikacija s donatorima
- dijeljenje napretka kampanje
- poticanje zajednice na sudjelovanje

Nakon kampanje:

- zahvaljivanje donatorima
- transparentno izvještavanje o utrošku sredstava
- realizacija projekta i početak aktivnosti
- diseminacija rezultata projekta
- diseminacija radionica/aktivnosti u novom prostoru škole

Promocija kampanje

Promocija crowdfunding kampanje provodit će se putem više komunikacijskih kanala kako bi se osigurala vidljivost projekta i dosegla što šira publika. Plan promocije uključuje:

- društvene mreže škole (Facebook, Instagram, TikTok) za redovite objave i vizualni sadržaj
- mrežnu stranicu škole za detaljnije informacije o projektu
- e-mail komunikaciju s roditeljima i djelatnicima škole
- roditeljske grupe kao važan kanal za brzo širenje informacija i poticanje angažmana
- lokalne medije radi informiranja šire zajednice.

Tijekom trajanja kampanje komunikacija će se prilagođavati njezinu tijeku i razini angažmana publike. Na početku kampanje planira se objavljivanje sadržaja jednom tjedno putem društvenih mreža škole, uz objavu u lokalnim medijima radi informiranja šire zajednice te slanje informativnih poruka roditeljima putem e-maila i roditeljskih grupa.

Kako kampanja bude napredovala, intenzitet objava povećavat će se na dva do tri puta tjedno, uz redovito dijeljenje napretka i poticanje publike na sudjelovanje. Paralelno s objavama na društvenim mrežama, roditelji će se povremeno informirati putem e-maila i roditeljskih grupa o tijeku kampanje i mogućnostima uključivanja. U sredini kampanje planira se objava videozapisa u kojem učenici predstavljaju projekt i zahvaljuju dosadašnjim donatorima.

U završnoj fazi kampanje ponovno će se povećati učestalost objava, s ciljem dodatnog poticanja donacija i uspješnog privođenja kampanje kraju. Po završetku kampanje objavit će se videoporuka zahvale učenika upućena svim donatorima i sudionicima projekta.

Projektne aktivnosti

Nakon uspješno provedene kampanje pristupit će se realizaciji projekta kroz sljedeće aktivnosti:

- uređenje i prilagodbu postojećeg prostora
- nabavu i organizaciju materijala i opreme
- organizacija otvorenja prostora i predstavljanja projekta
- provedbu kreativnih radionica (likovne, tekstilne, pisanje i drugih oblika stvaralaštva)
- diseminacija aktivnosti iz novog prostora - predstavljanje učeničkih radova i promocija rezultata projekta

Nagrade za donatore

Donatorima će biti ponuđene simbolične nagrade kao znak zahvalnosti i uključivanja u projekt:

- do 10 € – digitalna zahvalnica

- 11 - 50 € – unikatna čestitka + digitalna zahvalnica
- 51 - 100 € – likovni rad učenika (A4 papir) + digitalna zahvalnica
- 101 € i više – ime djeteta/natpis na cigli pri ulazu u sjenicu škole + digitalna zahvalnica

Mogući rizici i mjere ublažavanja

Provedba crowdfunding kampanje, kao i realizacija samog projekta, može biti praćena određenim rizicima koji mogu utjecati na uspješnost prikupljanja sredstava i provedbu aktivnosti. Za svaki od navedenih rizika planirane su odgovarajuće mjere ublažavanja.

Nedovoljno prikupljenih sredstava: Jedan od glavnih rizika je nedovoljno prikupljenih sredstava, što može dovesti do nemogućnosti realizacije projekta u planiranom opsegu. U tom slučaju projekt će se realizirati fazno, pri čemu će se prioritet dati nabavi osnovnih materijala za rad. Također, razmotrit će se dodatni izvori financiranja, poput prijava na lokalne natječaje ili uključivanja dodatnih donacija iz zajednice.

Nedovoljna vidljivost kampanje: Postoji rizik nedovoljne vidljivosti kampanje, osobito ako se ne provodi kontinuirana i ciljano usmjerena promocija. Ovaj rizik ublažit će se redovitim objavljivanjem sadržaja na društvenim mrežama, izradom promotivnih materijala te suradnjom s lokalnim medijima i mrežnim stranicama škole.

Nedostatak interesa i angažmana publike: Nedovoljan interes ciljane publike može negativno utjecati na broj donacija. Kako bi se to spriječilo, u promociju projekta aktivno će se uključiti učenici, roditelji i djelatnici škole kroz dijeljenje sadržaja, osobne preporuke i sudjelovanje u predstavljanju projekta.

Slab odaziv učenika nakon realizacije projekta: U fazi provedbe projekta može se pojaviti rizik nedovoljne iskorištenosti prostora. Ovaj rizik smanjit će se organizacijom raznovrsnih i zanimljivih aktivnosti, poput tematskih radionica i kreativnih izazova, kao i uključivanjem učenika u planiranje i osmišljavanje sadržaja.

Nepredviđeni troškovi: Tijekom provedbe projekta mogu se pojaviti nepredviđeni troškovi. Kako bi se taj rizik ublažio, planirana je financijska rezerva unutar proračuna te fleksibilnost u odabiru i prioritetima nabave opreme i materijala.

ZAKLJUČAK

Projekt „Šareni tavan kreativnosti“ predstavlja odgovor na potrebu kvalitetnijeg i smislenijeg korištenja slobodnog vremena učenika u školskom okruženju. Uvođenjem kreativnog prostora omogućuje se razvoj učeničke kreativnosti, samostalnosti i izražavanja kroz različite oblike stvaralaštva.

Korištenjem crowdfunding modela financiranja projekt ne osigurava samo potrebna materijalna sredstva, već uključuje i širu zajednicu u njegovo ostvarenje. Time se dodatno jača povezanost škole, učenika, roditelja i lokalne zajednice te potiče zajednička odgovornost za unapređenje odgojno-obrazovnog okruženja.

Planirane aktivnosti omogućuju dugoročnu održivost projekta i njegovu prilagodbu interesima učenika, čime se osigurava kontinuirana iskorištenost prostora. Projekt ima potencijal pozitivno utjecati na kvalitetu školskog života, potičući aktivno, kreativno i smisleno provođenje slobodnog vremena.

LITERATURA

Hafner, H. (2017). *Vodič za crowdfunding*. Udruga za razvoj civilnog društva SMART.

WhyDonate. (2024, 22. listopada). *Unlocking the power of crowdfunding for schools and nonprofits*. Dostupno na:

<https://whydonate.com/blog/crowdfunding-for-schools-and-nonprofits/>