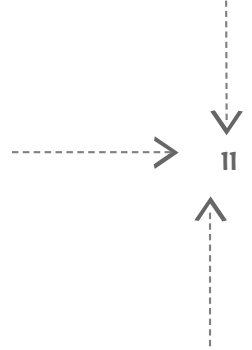


I dalis – Rėmimo šaltiniai



Jaunimo ir kitoms pelno nesiekiančioms su jaunimu dirbančioms organizacijoms yra daug prieinamų rėmimo šaltinių. Iš esmės galima išskirti tris rėmimo šaltinių rūšis:

- nuosavos lėšos, pajamos iš veiklos ir individualių rėmėjų paaukotos lėšos;
- viešasis finansavimas iš valdžios šaltinių, pradedant nuo tarptautinių ir europinių, baigiant vietine valdžia;
- nepriklausomi rėmėjai, dažniausiai – fondai.

Pirmojoje dalyje trumpai pristatysime visus šiuos rėmimo šaltinius ir juos apibūdin- sime. Turite juos visus atidžiai apgalvoti, kad galėtumėte susikurti individualią lėšų ieškojimo strategiją. Nesvarbu, ar ieškotumėte paramos konkrečiam projektui, ar visai savo organizacijai. Dažniausiai atskiram projektui galėsite panaudoti du ar tris finansavimo šaltinius. Jums, kaip rėmėjų ieškotojui, svarbu gerai suprasti jų skirtumus.

Pirmas skyrius – Nuosavos lėšos, pajamos iš veiklos ir individualių rėmėjų paieškos

Ieškodami įvairių rėmimo šaltinių, niekada nepamirškite padėti patys sau. Pirmiausia svar- bu nustatyti visus įmanomus būdus, kaip Jūsų organizacija gali gauti pinigų iš išorinio rėmėjo ar rėmėjos organizacijos. Kiekvienai organizacijai gyvybiškai svarbu apsvarstyti visus būdus, kaip tapti finansiškai patvariai. Patirtis rodo, kad geriausias būdas yra tapti kiek įmanoma mažiau priklausomam nuo tokių išorinių veiksmų, kaip dažni rėmėjo politikos pasikeitimai. Todėl norime parodyti, kaip galima greitai gauti pajamų iš savo artimiausios aplinkos ar bendruomenės.

1) Narystės mokestis – svarbiausias dalyvavimo ir nuosavybės įrankis

Dažniausiai jaunimo veiklą organizuoja jaunimo organizacijos, kurių nariai yra atskiri jau- nuoliai. Narystės mokestis svarbus ne tik todėl, kad suteikia pinigų. Svarbu ir tai, kad jis ugdo nuosavybės ir atsakomybės organizacijai jausmą. Narystės mokesčio mokėtojams periodiškai primenama, kad jie yra organizacijos, kuri egzistuoja jiems ir dėl jų, nariai. Na- riams paaiškinus, kaip panaudojami iš jų surinkti narystės mokesčiai, juos ir specialias aukas surinkti gali tapti lengviau.

Mokėtojai taip pat nori ką nors gauti mainais už savo pinigus: paslaugas, savanoriško darbo galimybių, dalyvavimą bendravimą skatinančiuose renginiuose, naujų pažinčių ir pan. Dėl viso to svarbu nustatyti narystės mokestį. Jei mokestis pernelyg mažas, narys gali jaustis nesvarbus kaip piniginio sandorio dalyvis. Kuo didesnis mokestis, tuo didesnė organizaci- jos narių motyvacija. Užtuot buvę pasyvūs, jie tampa aktyviais nariais.

Kojoto patarimas Nr. 1



Pernelyg didelis narystės mokestis gali diskriminuoti ar trukdyti iš nepalankios socialinės terpės kilusius jaunuolius. Kai kurie iš jų gali visiškai neturėti galimybės susimokėti narystės mokesčio. Tačiau tiesiog atleisti juos nuo mokėjimo ne visa- da yra tinkamas sprendimas. Geriau imti mokestį pagal jų finansines galimybes ar pakeisti jį kitokia paramos organizacijai forma. Niekada neužmirškite, kad narys- tės mokestis žmones daro atsakingais ir aktyviais organizacijos nariais. Mokesčiai gali „įdarbinti“ daugiau žmonių, kai reikia ieškoti projektų rėmėjų.



„T-Kit“ Rėmimo šaltiniai
ir finansų valdymas



2) Dalyvio mokestis – išjudinkite savo projektą

Nariai yra atsidavę savo organizacijai ir jos tikslams. Jie dažnai dalyvauja organizacijos veikloje ir renginiuose, tačiau nebūtinai yra vieninteliai dalyviai. Todėl gal norėsite turėti skirtingus dalyvio mokesčius organizacijos nariams ir jai nepriklausantiems. Dažnai organizacijos randa naujų narių susiedamos dalyvio mokestį ir narystę. Pranašumas tai, kad gausite papildomų lėšų projektui.

Kojoto patarimas Nr. 2

Jūsų renginiai ir veikla turi būti prieinama visiems jaunuoliams, kurie tuo domisi. Taigi dalyvio, kaip ir narystės, mokestis turi būti nediskriminuojantis ir pritaikytas jaunimo finansinei padėčiai. Mokesčiai neturi tapti kliūtimi dalyvauti.



Jeigu kas nors dalyvauja kokioje nors organizacijos veikloje ir iš projekto gauna tiesioginę naudą, turite teisę paprašyti prisidėti finansiškai. Kartais dalyvio mokestis yra simboliškas arba labai mažas, nes yra kitų finansavimo šaltinių. Tokiu atveju dalyvių mokesčius geriausia panaudoti kaip „nuosavų išteklių“ šaltinį projekto biudžete, kurio prašo rėmėjai. Dalyvio mokestis taip pat yra geras būdas patikrinti, ar Jūsų projektas yra tinkamas ir patrauklus tikslinei grupei. Iš anksto dalyvių sumokėta mokesčio dalis padės užtikrinti stabilėsius pinigų srautus projektui. Nes dauguma rėmėjų pinigų avansu tik nustatytomis datomis ir laiku. Jei projektas ypač svarbus ir patrauklus Jūsų tikslinei grupei, o surasti lėšų sunku, galima prašyti dalyvių savo mokesčiais padengti visas projekto išlaidas. Į tai įskaičiuojamos tokios netiesioginės išlaidos, kaip projekto administravimas, komandos sugaištos darbo valandos ir pan. Tokiu atveju dalyvio mokestis gali būti gana didelis. Tačiau verta visiems nustatyti vienodus dalyvio mokesčius. Taip išnaudosite visus finansavimo šaltinius, tačiau visi dalyviai vienodomis (ar bent jau panašiomis) finansinėmis sąlygomis. Kai kurioms jaunimo organizacijoms dalyvio mokesčiai yra svarbiausia jų biudžeto dalis. Tai ypač būdinga organizacijoms, siūlančioms darbo stovyklas ar organizuojančioms jaunimo mainus. Jos turi išsilaikyti iš susidomėjusių dalyvių mokesčių. Galimybė imti dalyvio mokestį rodo ir tai, kad Jūsų programa tinkama ir patraukli Jūsų tikslinei grupei.

Dalyvio mokestis

Kojoto patarimas Nr. 3

Dalyvių mokesčių rinkliava ne visada vykdoma tiesiogiai. Ji gali būti įskaičiuota į komercines paslaugas, kurias siūlote už pinigus. Kai kurios paslaugos Jūsų šalyje gali būti laikomos apmokestinamomis pajamomis ir nesutapti su Jūsų, kaip pelno nesiekiančios organizacijos, statusu. Kai kuriose šalyse visos rinkliavos laikomos mokesčiais ir apmokestinamos kaip pajamos iš komercinės veiklos. Kitose šalyse tik tam tikrą sumą viršijančioms rinkliavoms užlipinama komercinės veiklos etiketė. Tad svarbu išsiaiškinti teisinę dalyvio mokesčio rinkimo taisyklę.



3) Paslaugų teikimas – Jūsų slaptas finansinis potencialas

Jūsų organizacijos teikiamos paslaugos iš tiesų gali būti svarbiausia dalis darbo, kurio niekada negalvojote apmokestinti. Daugelis jaunimo organizacijų turi daug kitus dominančios patirties. Tai gali būti savanoriai ar komandos nariai, kurie yra mokymo ar kitų sričių, kuriose veikia Jūsų organizacija, ekspertai. Visos jaunimo organizacijos daug žino apie savo bendruomenės jaunimą. Šios žinios gali būti už užmokestį pasiūlytos įmonėms, kitoms organizacijoms ar privatiems asmenims. Jei nenorite ar negalite to daryti, lėšas rinkite sau „sukurdami darbo“ ir iš to uždirbdami. Jūsų organizacijos nariai ir savanoriai yra vertingi kaip žmogiškieji ištekliai, todėl jie gali pasiūlyti dirbti už pinigus, kuriuos paskui paaukos organizacijai.



„T-Kit“ Rėmimo šaltiniai
ir finansų valdymas

Paslaugų teikimas

Nesunku keletą valandų dalyti skrajutes ar plauti automobilius. Organizacijos narius ir savanorius gali suvienyti gera motyvacija. Taip galima uždirbti gana daug pinigų ir padengti biuro nuomą ar nupirkti mokymo priemonių neturtingiems vaikams. Kuo daugiau žmonių dalyvauja, tuo daugiau pinigų galima surinkti siūlant paslaugas savo bendruomenei. Nors tai skamba paprastai, prisiminkite, kad tokiam lėšų rinkimui reikia atidaus planavimo ir geros koordinacijos. Svarbiausia, kad žmonės jaustų, jog galų gale jie patys gaus kokią nors naudą.

Kojoto patarimas Nr. 4



Turite aiškiai žinoti, iš kur gaunami Jūsų banko sąskaitoje esantys pinigai. Privalote žinoti atsakymus į šiuos klausimus: Ar turiu už juos mokėti mokesčius? Kaip galiu nemokėti mokesčių? ir kt. Svarbu išsiaiškinti, kokia yra teisinė situacija dar prieš pradėdant ieškoti lėšų. Daugelyje Europos šalių dotacijos, bent jau iki tam tikro dydžio, neapmokestinamos. Taigi galite rengti renginius, kuriuose bandysite gauti lėšų savo organizacijai. Dotacijas gaunanti organizacija dažnai gali išrašyti sąskaitą, kad dotacija neapmokestinama. Taip rėmėjai taip pat gauna šiokios tokios naudos.

Gyvenimiška patirtis Nr. 1

„Schuler Helfen Leben“ – surinkite 3,5 mln. EUR per dieną

2002 m. birželio 18 d. buvo bendruomenės gerovės diena (*Sozialer Tag*). Šiaurės Vokietijos mokyklos ištuštėjo, nes mokiniai pasirinko vietoj pamokų dirbti bendruomenės labui. 210 000 mokyklinukų puoselėjo sodus, nešiojo lagaminus viešbučiuose, valė lėktuvus. Viską, ką jie uždirbo, paaukojo jaunimo organizacijai „Mokiniai padeda gyventi“ (*Schuler Helfen Leben*). Tą dieną buvo uždirbta apie 3,5 mln. EUR. Daugiau kaip 150 000 įmonių ir žmonių prisidėjo prie projekto, siūlydami darbus vienai dienai. Po jos mokiniai galėjo atsikvėpti, o organizacija su uždirbtomis lėšomis pradėjo sunkų darbą Bosnijoje ir Hercegovinoje bei Kosove. Daugiau informacijos galima rasti internete adresu: www.sozialertag.de.

4) Lėšų ieškojimo klasika

Nepamirškite, kad verslininkai sugalvoja, kaip beveik už viską gauti pinigų. Jei tai gali padaryti jie, galite ir Jūs. Ypač kai turite gerą motyvaciją. Galite gauti pinigų už daugelį dalykų. Siūlome keletą idėjų:

- sezoniniai turgūs;
- aukcionai;
- loterijos;
- lėšų rinkimas gatvėse;
- vakarėliai ir diskotekos;
- sporto renginiai.

Jei organizuojate renginį, kurio pagrindinis tikslas yra pritraukti lėšų, tai galite padaryti dviem būdais. Galite išlaidas sumažinti iki minimumo ir gauti kiek įmanoma daugiau pajamų. Išlaidų mažinimas nebūtinai reiškia paslaugų ar pasiūlos sumažinimą. Tai reiškia, kad galite sumažinti savo organizacijos išlaidas. Pajamos padidės, jei



„T-Kit“ Rėmimo šaltiniai
ir finansų valdymas

apgalvosite visus renginio aspektus ir pasinaudosite visais būdais gauti papildomų pajamų. Dažniausiai geriau surengti kelis didesnius renginius negu daug mažų. Dideli renginiai pritraukia daugiau lėšų ir reikalauja mažiau pastangų. Tai reiškia, kad nereikės žmonių prašyti tai kartoti.

Leidiniai

5) Leidiniai – sunkiai panaudojamas įrankis

Daug organizacijų leidžia savo leidinius. Kai kurios siekia didesnės nei tik jų nariai auditorijos. Didesnio tiražo leidiniai iš esmės gali „sukurti“ daugiau pinigų, negu kainuoja juos išleisti. Be to, galite parduoti reklamos plotą. Tačiau dabar daug organizacijų bendrauja internetu, o leidybos sąnaudos yra gana didelės, todėl verta atidžiai paskaičiuoti prieš einant į spaustuovę. Didžiausias iššūkis, su kuriuo susiduria leidiniai, yra geras platinimas. Visi esame matę dulkėtas brošiūrų lentynas jaunimo organizacijose. Jos dulka, nes niekas prieš leisdami nesukūrė plano, kaip jas tinkamai išplatinti. Tai gal verta pagalvoti apie reklamą savo interneto svetainėje?

Laiškų akcijos

6) Laiškų akcijos

Laiškų kampanijos yra ypatingas lėšų iš individualių rėmėjų paieškos būdas. Niekada nesutiksime daugelio žmonių, iš kurių prašysite pagalbos. Jūsų organizacija apie juos nežinos nieko, išskyrus jų adresus. Dauguma iš tų žmonių nieko nežinos ir apie Jus. Tad kampanijos sėkmė visiškai priklausys nuo Jūsų išsiųstos žinutės turinio, jos pristatymo bei patikimumo. Laiškų kampanijos sėkmę gali lemti ir tokie išoriniai faktoriai, kaip sąmoningas visuomenės žinojimas apie Jūsų bandomas spręsti problemas. Kartais tai visiškai priklauso nuo to, kiek dėmesio problemai skiriama žiniasklaidoje.

Pirma, prašykite pinigų tam, ką žmonės yra linkę paremti. Pavyzdžiui, žmonės nenorės sumokėti Jūsų biuro nuomos. Jūsų kampanijai ypač svarbi aiški ir iliustratyvi grafika, aiškus, nuoseklus prašymas, lengvai suprantamas ir maloniai parašytas tekstas bei geri Jūsų ankstesnių ir dabartinių veiklų pavyzdžiai. Svarbu pridėti informaciją, kaip gavėjas gali Jus paremti. Čia svarbiausia tai sutvarkyti kuo paprasčiau. Naudokitės kreditinėmis kortelėmis, banko pervedimu, čekiu. Ir užtikrinkite, kad jie tai galėtų padaryti nemokamai, pvz., iš anksto apmokėkite pašto išlaidas.

Europoje dėl tiesioginių laiškų siuntimo susiklostė skirtingos kultūrinės tradicijos. Kai kuriose šalyse žmonės yra įpratę padėti tokiu būdu ir pasitiki organizacijomis. Kai kuriose šalyse, ypač Rytų Europoje, tiesioginių laiškų kampanijos turi mažai šansų būti sėkmingos. Kitas svarbus faktas tai, kiek pasiturintys yra žmonės, į kuriuos kreipiatės. Labai neturtingi neturi išteklių, o itin turtingiems gali patikti asmeniškės kreipimasis. Galite sulaukti neigiamos reakcijos dėl neprašytų laiškų. Kai kurie žmonės kai kuriose šalyse tai vertina kaip jų privatumo pažeidimą. Laiškų siuntimo kampanijos turi būti atidžiai suplanuotos ir aptartos, juk eikvojami pinigai. Jei planuojate tokią kampaniją, nors ir nedideliu mastu, pasitarkite su tai jau dariusiais Jūsų bendruomenėje. Jų patirtis gali padėti išvengti klaidų.



„T-Kit“ Rėmimo šaltiniai
ir finansų valdymas

7) „Auka iš atlyginimo“ – įdomi galimybė kai kuriose šalyse

Vienas iš privačių lėšų ieškojimo būdų, kuriam reikia darbdavio palaikymo, yra vadinamoji „auka iš atlyginimo“. Organizacijos darbuotojai sumano paremti kokį nors pro-

jektą ar organizaciją tiesiogiai atiduodami savo darbo užmokesčio dalį. Su darbdaviu aptariama, kam norima aukoti, ir sukuriama sistema, kaip lėšos bus išskaičiuojamos. Kai kuriose šalyse nuo iš algos paaukotos sumos neišskaičiuojami pajamų mokesčiai. Kai kuriose šalyse reikalaujama, kad darbdavys padengtų administracines tokios darbuotojų iniciatyvos išlaidas.

Gyvenimiška patirtis Nr. 2

Kastlo miesto katalikiškas jaunimas visus metus mobilizavo vietinius išteklius

„Katalikiškas Kastlo jaunimas“ (*Katholische Jugend Kastl*) yra 1 500 gyventojų kaime Pietų Vokietijoje registruota jaunimo grupė. Ją sudaro apie 70 narių, iš kurių aktyviai veikia apie 30. Tai savarankiškai susivienijusi grupė, ir jos veikla dažniausiai skirta nariams: jaunimo klubas, ekskursijos, vakarėliai, vietinės tinklinio varžybos, dalyvavimas aplinkinių kaimų jaunimo organizuojamuose sporto renginiuose. Visi nariai moka nario mokesčių, kuris padengia tik draudimo išlaidas.

Grupė aktyviai organizuoja renginius, kurie naudingi ir kaip bendruomeniniai įvykiai, ir kaip lėšų rinkimo būdas.

- Diskoteka karnavalo metu. Diskoteką rengia pati organizacija, o pinigai renkami imant įėjimo mokesčių ir iš parduotų gėrimų gauto pelno. Iš renginio uždirbta apie 2000 EUR, o išlaidos – diskotekos vedėjas, įrangos nuoma ir pan. – minimalios.
- Tradicinė gegužės 1 d. šventė („Maibaum“ arba „Maypole“⁴). Grupei pavedama nupirkti, pastatyti ir papuošti medį kaimo centre. Savanoriai taip pat rūpinasi maistu ir gėrimais. Iš renginio gaunama apie 500 EUR.
- Joninės (vok. *Johannisfeuer*), kita tradicinė šventė vasaros pradžioje. Iš vietinių žmonių surenkamos medienos atliekos ir malkos didžiuliam laužui. Vakare laužas uždegamas, o jaunimo grupė vėl pardavinėja maistą bei gėrimus ir gauna apie 500 EUR pelno.
- Kalėdų turgus, kuriame parduodami grupės narių sukurti kalėdiniai papuošalai.
- Kaimas kartą per dešimt metų rengia didelę šventę. Tai yra puiki galimybė grupei organizuoti didesnius renginius. Pastarąjį kartą jie surengė roko koncertą, iš kurio gavo apie 10 000 EUR pajamų.

Nė vienas iš šių renginių neskirtas vien lėšoms rinkti. Jaunimas rengia šventę vietos bendruomenei. Renginiai gerai lankomi, nes yra laukiami vietinių gyventojų. Tuo pačiu metu jaunimo grupė išnaudoja visas renginių metu atsirandančias lėšų rinkimo galimybes. Išlaidas jie sumažina bendradarbiaudami su kitomis vietinėmis grupėmis (pvz., gaisrininkais), naudodami savanorių darbą bei asmeninius ryšius, kad gautų palankesnę reikalingų daiktų kainą.

Renginiuose surinktos lėšos skiriamos padengti tokioms grupės išlaidoms, kaip naudojamo kambario šildymas, ekskursijos ir stovyklos (iš dalies, nes dalį jų išlaidų padengia dalyviai) ar maži vakarėliai aktyviausiems grupės nariams. Grupė dažnai aukoja pinigų labdarai, pvz., visas lėšas, surinktas per Kalėdų mugę.



„T-Kit“ Rėmimo šaltiniai
ir finansų valdymas

⁴ „Gegužės medis“ (gėlėmis, kaspinais papuoštas stulpas, aplink kurį šokama Gegužės 1-ąją Anglijoje).