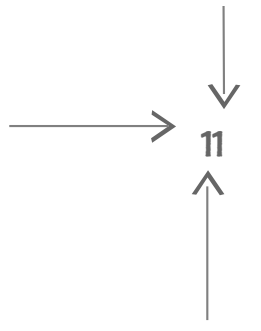


Kısım 1 - Fon kaynakları



Gençlik örgütleri ve gençlerle çalışan kâr amacı gütmeyen örgütler için ulaşılabilir birçok fon kaynağı vardır. Genel olarak üç çeşit fon kaynağından bahsedebiliriz:

- Öz kaynaklar, gelirler ve bireylerden gelen bağışlar;
- Uluslararası, Avrupa ya da yerel fonlara kadar çeşitli düzeylerdeki hükümet organlarından edinilmiş kamusal fonlar;
- Vakıflar esas olmak üzere, bağımsız bağışçılar.

Kısım 1, tüm bu fon kaynakları ve özellikleri hakkında kısa bir giriş bölümü. Örgütünüze özgü, gerek proje bazında gerek örgüt genelinde bir fon stratejisi geliştirebilmek için tüm bunları dikkatlice gözden geçirmeniz gerekir. Birçok durumda iki ya da üç fon kaynağı birleştirilir. Sonuç olarak bunlar arasındaki farkı iyice anlamanız başarıyla kaynak geliştirebilmeniz ve fon yönetimi yapabilmeyeniz için önemlidir.

Bölüm 1 – Öz kaynaklar, gelirler ve bireylerden gelen bağışlar

Çeşitli fon kaynaklarını araştırırken kendi içinizdeki kaynakları gözden kaçırmamalısınız: öncelikle, bir fon kaynağına ya da bağışçıya başvurmadan örgütünüzün içinde nasıl para bulabileceğinizi araştırmalısınız.

Bütün örgütler için sürdürülebilirliğe ulaşmanın tüm yöntemlerini ele almak esastır. Deneyimler göstermiştir ki bunu gerçekleştirebilmenin en iyi yolu, fonverenlerin sıkça değişen politikaları gibi dış faktörlerden etkilenmeyecek kadar bağımsız olmaktır. Bu nedenle finansal kaynağınızı daha çok yakın çevrenizden ve kendi topluluğunuzdan edinebileceğinize dikkat çekmek istiyoruz.

1) Üyelik aidatları – sahiplenme ve katılımın anahtarı

Gençlik faaliyetlerinin çoğu, bireysel üyeleri gençler olan gençlik örgütleri tarafından düzenlenir. Üyelik aidatları, sadece toplanan para açısından değil, bunun ötesinde üyelerin örgütü sahiplenmesi ve örgüte karşı bir sorumluluk geliştirmeleri açısından değerlidir. Üyelik aidatı ödeyen kişiler belli aralıklarla, kendileri için ve kendileri sayesinde var olan örgütün bir parçası oldukları mesajını alırlar. Eğer üyeler aidatlarının nerede kullanıldığı bilgisine sahip olursa, aidatları arttırmanız ya da özel bağışlar talep etmeniz kolaylaşır.

Aidat ödeyen üyeler bir yandan da paralarının karşılığında bir şey almayı beklerler: hizmet, gönüllü çalışma fırsatı ve katılım, sosyal etkinlikler, yeni arkadaşlar vb. Bu nedenle uygun aidat miktarı belirlemek önemlidir. Eğer aidat fazla düşükse, üye olmakla finansal yükümlülük arasında anlamlı bir bağlantı kurulamaz. Dolayısıyla aidat yükseldikçe üyeler daha çok motive olur. Pasif üye olmaktan uzaklaşır, aktif katılımcı olurlar.

Coyote'nin ipucu #1



Bir gençlik kuruluşunda eğer aidat çok yüksek belirlenirse, dezavantajlı gruplardan gelen üyelere karşı ayrımcılık ortaya çıkar. Bazıları aidatı ödeyemeyecektir bile. Yine de onları aidat ödemekten muaf tutmak her zaman çözüm getirmez. Finansal güce göre aidatı ayarlamak ya da aynı bir takım katkılarla değiştirmek daha iyi bir çözümdür. Unutmayın ki aidat ödemek insanların sorumluluk hissetmelerini ve örgüt faaliyetlerinin bir parçası olduklarını düşünmelerini sağlar. Aidatlar aynı zamanda üyelerin gelecekteki kaynak geliştirme çabalarına katılmalarını sağlar.

Öz kaynaklar



Kaynak Geliştirme ve
Fon Yönetimi
Eğitim Kılavuzu

2) Katılım ücretleri – projenizi gerçekleştirin

Üyeler bağlı oldukları gençlik örgütüne ve hedeflerine kendilerini adarlar. Genellikle faaliyetlere katılırlar ancak katılanlar sadece onlar değildir. Bu nedenle üye olanlar ve olmayanlar için farklı katılım ücretleri saptamayı düşünebilirsiniz. Örgütler genellikle, katılım ücretleriyle birlikte ödenebilecek aidatlar sayesinde yeni üyeler edinirler. Bu uygulama, esas projenin ötesinde kaynak yaratma avantajı getirir.

Coyote'nin ipucu #2

Gençlik faaliyetleri konuyla ilgilenen tüm gençlere açık olmalıdır, bu nedenle de üyelik aidatları-katılım ücretleri ayrımcı olmamalı ve gençleri finansal durumları gözetilerek saptanmalıdır. Katılım için bir engel yaratmamalıdır.



Genel olarak, eğer bir kişi bir etkinliğin içinde yer almak istiyorsa ve söz konusu projeden doğrudan bir fayda görüyorsa, kendisinden mali katkı istemek için iyi bir neden var demektir. Bazen katılım ücretleri çok düşük olur, çünkü başka fon kaynakları mevcuttur. Bu gibi durumlarda katılım ücretleri, bütçelerde yer alan ve fonverenlerin ya da bağışçıların talep ettiği "örgüt katkısı" bölümü için ideal bir kaynak oluşturur. Katılım ücretleri aynı zamanda, projenizin hedef kitle açısından geçerli ve çekici olup olmadığının bir göstergesidir. Katılımcılardan ödemekle yükümlü oldukları paranın bir kısmını önceden ödemelerini istemek projeniz için iyi bir nakit akışı sağlayabilir: çoğu fonveren sadece önceden belirlenmiş ödeme planına uygun ödemeler yapar.

Bir projenin işin içindeki herkes açısından çekici ve geçerli olduğu ancak fon bulunmayan durumlarda, tüm proje maliyetini katılımcıların karşılamaları beklenebilir. Bu, yönetim, personel zamanı gibi dolaylı harcamaları da içerir. Bu gibi durumlarda katılım ücretleri yüksek olabilir ancak yine de herkes için ödenebilir olan bir miktar belirlemek mümkündür. Bu durumda herkesin eşit (en azından benzer) miktarlarda kat kıda bulunmasını sağlamak üzere bir havuz oluşturabilirsiniz.

Bazı gençlik örgütlerinde katılım ücretleri bütçenin önemli bir kısmını oluşturur. Özellikle çalışma kampları ve değişim etkinlikleri düzenleyen kuruluşlar, bu etkinliklerle ilgilenen insanlardan topladıkları para ile döner. Eğer katılım ücreti toplayabiliyorsanız bu projelerinizin hedef kitleniz için ne kadar geçerli ve çekici olduğunu gösterir.

Coyote'nin ipucu #3

Katılım ücretlerinin toplanması her zaman kolay olmaz. Katılım ücreti toplamak sizi ticari bir ortama sokar, bir ücret karşılığı hizmet sunuyor olursunuz. Ücret almak, ülkeniz yasalarına göre bir vergi ödemesi doğurabilir ve örgütünüzün kâr amacı gütmeyen statüsü ile çelişebilir. Bazı ülkelerde ücret adı altındaki her şey ticari bir faaliyet sonucu elde edilen gelir kapsamına girer, diğer bazı ülkelerde ise belli bir miktarın altındaki kazanç vergiye tabi değildir. Bu nedenle katılım ücretleri saptanırken geçerli yasaları incelemek doğru olur.



3) Hizmet sağlama – gizli finansal potansiyeliniz

Bir takım hizmetler sağlanmak örgütünüzün ana çalışma alanlarından biri olabilir ve hiçbir zaman bunları ücret karşılığı yapmayı düşünmemiş olabilirsiniz. Çoğu gençlik örgütünün başkalarına yararlı olabilecek uzmanlıkları vardır. Bu uzmanlıklar, gönüllülerinizin ya da personelinizin örgütünüzün çalıştığı alanla ilgili eğitim ve diğer hizmetler konusunda yetkin olmaları şeklinde olabilir. Bütün gençlik örgütleri kendi toplumları içindeki gençler konusunda geniş bilgiye sahiptir. Bu bilgi ve deneyim, karşılığında ödeme yapmaya hazır olan şirketlere, diğer kuruluşlara ve bireylere sunulabilir.

Eğer bilgi ve deneyim aktarmak istemiyorsanız ya da yapamıyorsanız, örgütünüz için "iş yaratabilir" ve bundan para kazanabilirsiniz. Üyeleriniz ve gönüllüleriniz çalışarak para kazanabilecek ve örgüte bağışta bulunabilecek değerli insan kaynaklarıdır.

Hizmetler



Birkaç saat için gazete dağıtmak ya da araba yıkamak çok yorucu değildir. Örgüt üye ve gönüllüleri örgüte yararlı olmak amacıyla harekete geçirilebilir. Buradaki yarar, ofis kirasını ödemek üzere para kazanmak ya da fakir çocuklar için eğitim malzemesi almak olabilir. Toplumunuza bir takım hizmetleri sunmak üzere ne kadar çok kişi çalışırsa o kadar çok para toplanabilir. Bu yöntem uygulaması kolay gibi gözükse de dikkatli planlama ve eşgüdüm gerektirir. En önemlisi de insanların bundan kendilerinin de bir şey aldıklarını hissetmeleridir.

Coyote'nin ipucu #4



Örgütünüzün banka hesabına para girmesi ile, bu hesabın niteliğini netleştirmeniz gerekir. Kendinize sorun: “Bu para vergilendirilecek mi?”, “Vergi ödememek için ne yapmalıyım?” vb. Bir kaynak geliştirme faaliyetine başlamadan önce yasal durumu gözden geçirmeniz önemlidir.

Çoğu Avrupa ülkesinde bağışlar üzerinden (en azından belli bir miktara kadar) vergi ödememiz gerekmez, bu nedenle insanların örgütünüz yararına bağış kazanmaları için etkinlikler düzenleyebilirsiniz. Örgütler bağış kabul ettiklerinde, genellikle bağışın vergiden düşülebileceğini gösteren bir makbuz verirler, böylelikle bağışçılar da bundan belli bir fayda görürler.

Gerçek yaşam deneyimi #1

Schüler Helfen Leben – Günde 3.5 milyon Euro toplayın

“18 Haziran 2002 refah günüydü (*Sozialer Tag*). Kuzey Almanya’daki (Schleswig-Holstein, Hamburg, Aşağı-Saksonya ve Berlin) okullarda sınıflar boşaldı, öğrenciler derslere girmek yerine sosyal bir amaç için çalıştılar. 210.000 okul çocuğu bahçelerle ilgilendi, otellerde çanta taşıdı, uçak temizledi. Tüm kazandıklarını *Schüler Helfen Leben* (Okul Çocukları Yaşam Yardımında) örgütüne bağışladılar. Refah gününde 3.5 milyon Euro toplandı. 150.000’den fazla şirket ve birey projeyi destekledi ve bir gün için iş verdiler. Bu günden sonra Kuzey Almanya’daki okul çocukları dinlendiler ancak *Schüler Helfen Leben* için Bosna Hersek ve Kosova’da gerçekleştirecekleri zor görev yeni başlıyordu.”

Almanca olarak daha fazla bilgi www.sozialertag.de

4) Kaynak geliştirme klasikleri

İş dünyasında her şeyden para kazanılabilir olduğunu unutmayın. Eğer iş dünyası bunu yapıyorsa siz de yapabilirsiniz, özellikle de iyi bir amaç için olduğundan. Her şeyden para kazanabilirsiniz, bu alanda çok deneyim vardır. Kaynak geliştirmek üzere yapılabilecek etkinliklere dair birkaç fikir verelim:

- pazarlar
- müzayedeler
- tombalalar
- sokak satışları
- partiler/diskolar
- spor karşılaşmaları
- piyangolar

Para toplama amacıyla bir etkinlik düzenlemenin iki yolu vardır. Giderleri en aza indirir ve toplayabildiğiniz kadar para toplarsınız. Maliyet düşürmek, hizmetleri ve olanakları kısmak demek değildir. Örgütünüz için harcamaları kesmişsiniz demektir. Ge-



lirin artırılması, etkinliğin her alanını iyice gözden geçirmek ve daha fazla para yaratabilecek tüm alanları kullanmak demektir. Genel olarak birçok küçük etkinlikten bir büyük etkinlik daha iyidir, insanlara tekrar tekrar başvurmamış olursunuz.

5) Yayınlar – zor bir araç

Birçok kuruluş kendi yayınlarını üretir. Bazıları kendi üyelerinden daha geniş bir kitleyi hedef seçer. Geniş bir dağıtıma sahip yayınlar genellikle üretim maliyetlerinin üzerinde gelir sağlar. Buna ek olarak reklam yeri de satabilirsiniz. Fakat birçok kuruluş internet üzerinden iletişimde bulunur ve basılı yayın üretme maliyeti yüksektir, bu nedenle yayın işine girmeden önce dikkatli hesaplamalar yapmanız gerekir. İyi bir dağıtım yayın işinin temel zorluklarından biridir. Hepimiz gençlik örgütlerinin arka odalarında toz içinde bekleyen yayın paketleri görmüştük. Bunun nedeni kimsenin önceden uygun bir dağıtım planlaması yapmamış olmasıdır. Peki web sitenizdeki reklamlar ne durumda?

6) Posta kampanyaları – Avrupa çeşitliliği

Posta kampanyaları bireylerden bağış toplamanın özel bir yöntemidir. Destek istediğiniz kişilerin büyük bir bölümü ile hiç karşılaşmamışsınızdır. Örgütünüz bu kişilerin hakkında, adresleri dışında hiçbir bilgiye sahip değildir. Büyük olasılıkla onlar da sizin örgütünüzü hiç duymamışlardır, bu nedenle kampanyanızın başarısı büyük ölçüde mesajınıza, bunun sunulmasına ve güvenilirliğine bağlıdır. Bir posta kampanyasının başarısı, söz ettiğiniz konu ile ilgili bir kamu bilinci oluşmuş olması gibi dışsal faktörlerden de etkilenebilir. Bu genellikle konunun basında ne kadar yer almış olması ile bağlantılıdır.

İlk olarak insanların desteklemek isteyecekleri bir konu için yardım istediğinizden emin olun. Bir örnek vermek gerekirse insanlar ofis kiranızı ödemek için para vermeye pek istekli olmayacaklardır. Mükemmel bir grafik görünüm, net bir mesaj, önceki ve şu andaki faaliyetlerinize dair iyi örnekler, kolay anlaşılır bir metin ve hoş bir tarz kampanyanızın başarısı için temel oluşturacaktır.

Mesajın, katkının nasıl yapılacağına dair net bilgiler içermesi de önemlidir. Mümkün olduğunca basit tutun. Örneğin insanların kolaylıkla geri gönderebileceği formlar (kredi kartı formu, banka hesap formu vb.) kullanın. Eğer bu formlardan kullanırsanız bağışçıların bunları ücret ödemediğinizde size geri postalaması için gerekli düzenlemeyi yapın (bu, geri postalama işini sizin ayarlayacağınız ve ödeyeceğiniz anlamına gelir).

Avrupa’da postalama konusunda önemli kültürel farklılıklar vardır. Bazı ülkelerde insanlar bu yöntemle bağış yapmaya alışkındırlar ve örgütlere güvenirlir. Diğer ülkelerde ise (örneğin Orta ve Doğu Avrupa’nın birçok yerinde) posta kampanyalarının başarıya ulaşma şansı düşüktür. Diğer önemli bir faktör de hedeflediğiniz insanların durumudur. Çok fakir olanlar büyük ihtimalle yardım etme olanağından yoksun olacaklardır, finansal olanakları çok geniş olanlar ise daha bireysel yollar peşinde olacaklardır. Mesajlarınıza olumsuz tepkiler de alabilirsiniz. Bazıları böyle mektupları mahremiyetlerine karşı saygısızlık olarak alır, bu tepkilerle bazı ülkelerde daha yaygın olarak karşılaşılır.

Posta kampanyaları, herşeyden önce pahalı yöntemlerdir, iyi planlanmalı ve örgüt içinde enine boyuna tartışılmalıdır. Eğer, küçük bile olsa bir kampanya yürütmek istiyorsanız, kendi topluluğunuzda daha önce benzer kampanyalar yürütmüş kişilerle görüşmelisiniz. Onların deneyimleri size rehberlik edebilir.

7) Maaştan bağışlar – kimi ülkelerde uygulanan ilginç bir seçenek

Çalışanların desteğini almak için uygun bir kaynak geliştirme yöntemi maaş yoluyla yapılan bağışlardır. Bu, bir yerde maaşlı çalışanların bir proje ya da örgütü desteklemek yönünde karar alması ve bunu da doğrudan maaşlarından yapması ile gerçekleşir. Çalışanlar bağış yapmak istedikleri örgüte karar verirler ve işveren de aylık ya da



haftalık ödemelerden belli miktarda kesinti yaparak o örgüte gönderilmesi için gerekli düzenlemeleri yapar.

Bazı ülkelerde maaştan yapılan bu bağışlar vergiden düşülebilir. Bazı ülkelerde ise işveren çalışanlarının yaptığı bu bağışların genel giderlerini karşılamak zorundadır.

Gerçek yaşam deneyimi #2

Kastl Katolik Gençliği – yerel kaynakları yıllık olarak harekete geçiriyorlar

Kastl Katolik Gençliği (*Katholische Jugend Kastl*) Güney Almanya’da 1.500 nüfuslu bir köy olan Kastl’da kayıtlı bir gençlik grubudur. Grubun 30’u aktif olmak üzere 70 üyesi vardır. Kendi kendine organize olan bir gruptur ve faaliyetleri daha çok üyeleri içindir: bir gençlik kulübü, geziler, partiler, yerel voleybol yarışmaları ve çevre köylerde düzenlenen spor turnuvalarına katılım. Tüm üyeler sadece sigorta masraflarını karşılayan bir üyelik aidatı öderler.

Grup, üyeleri ve tüm yerel topluluk için, hem sosyal hem de kaynak geliştirme amacıyla aktif bir şekilde etkinlikler düzenlemektedir.

- Karnaval sırasında bir disko: tümüyle grup tarafından düzenlenir. Para, giriş ücretleri ve içeceklerin satışı ile toplanır. Etkinlik sonucu 2.000 Euro civarında para toplanır-grup dışı maliyetler mümkün olduğunca düşük tutulur (DJ’ler, ekipman kirası vb.).
- 1 Mayıs’ta geleneksel bir kutlama (“*Maibaum*” ya da “*Maypole*”). Grup, köy merkezindeki ağacı satın almak, yerleştirmek ve süslemekle sorumludur. Gönüllüler yiyecek ve içecek standları hazırlarlar. Etkinlik yaklaşık 500 Euro getirir.
- Yaz başındaki geleneksel bir kutlama olan Johannisfeuer. Çevredeki insanlardan artık odunlar toplanır ve büyük bir şenlik ateşi hazırlanır. Ateş gece yakılır. Etkinlik sırasında grup yine yiyecek ve içecek satar. Gelir 500 Euro civarındadır.
- Bir Noel pazarı: grup üyelerinin hazırladığı Noel süsleri satılır.
- Köyde her on yılda bir büyük bir kutlama düzenler – gençlik grubunun büyük etkinlikler düzenlemesi için iyi bir fırsat. Geçen sefer bir rock müzik konseri düzenlediler. 10.000 Euro’ya yakın para topladılar.

Bu etkinliklerin hiçbirinin sadece kaynak geliştirme etkinliği olmadığına dikkatinizi çekeriz. Gençlik grubu yerel topluluk için kutlamalar düzenliyor. Etkinliklere katılım yüksek düzeyde çünkü topluluk ilgi gösteriyor. Aynı zamanda grup tüm bu etkinlik fırsatlarından yararlanarak para toplamış oluyor. Diğer örgütlerle ortak çalışarak gönüllüleri ve kişisel ilişkileri kullanarak iyi fiyatlar alıyor ve maliyetleri düşürüyorlar.

Etkinlikler sonucu toplanan para, grubun kullandığı odayı ısıtmak, geziler ve kamp- lar (katılımcılar harcamaların bazılarını ödediği için bu harcamanın bir kısmı) gibi grup harcamalarını karşılamakta, aktif üyeler için ufak partiler düzenlemekte kullanılır. Grup genellikle hayır için bağışlar yapıyor – örneğin Noel pazarından kazanılmış olan tüm para bu amaçla kullanıldı.

