

# Trumpas filantropijos gidas. 3 žingsniai

Marius Čiuželis

M. Čiuželio labdaros ir paramos fondo vadovas

Artėjant metinių pajamų deklaravimo sezono pabaigai dažnas susimąstome kam skirti savo 2 proc. gyventojų pajamų mokesčio paramą. Valstybinės mokesčių inspekcijos duomenimis gyventojai praėjusiais metais įvairioms paramos gavėjo statusą turinčioms organizacijoms – asociacijoms, viešosioms įstaigoms, labdaros ir paramos fondams, politinėms partijoms, biudžetinėms įstaigoms ir pan. (iš viso daugiau nei 22300) – tokiu būdu skyrė daugiau nei 50 mln. Lt. Sutikime, suma nemaža, nes tai kone paprasčiausias filantropijos būdas Lietuvoje. Ir skirstome gi „ne savo“, o, tarsi, svetimus – valstybės – pinigus.

Vis dėlto, filantropijos nauda gali būti kur kas didesnė, jeigu mes labai aiškiai suvoktume kokio poveikio savo parama siekiame. Skirkite truputį laiko asmeninių rėmimo tikslų apmąstymui ir įvardinimui, pažvelkite truputį toliau nei balandžio pabaiga į priekį ir, neabejoju, turėsite visas galimybes pasiekti dar daugiau.

Šis trumpas filantropijos gidas supažindins jus su trimis paprastais žingsniais, kurie padės sukurti didžiausią teigiamą jūsų filantropijos poveikį bei pasiekti keliamus tikslus.

## 1. Koks jūsų tikslas?

Taigi, pirmiausia turite sugalvoti, nuspręsti ir netgi rekomenduojama užsirašyti ko siekiate skirdamas savo paramą vienam ar kitam jos gavėjui. Tai turi būti gana asmeniška ir atspindėti jūsų vertybes, prioritetus, pasaulėžiūrą. Šie tikslai taps ir savotišku atskaitos tašku, padėsiančiu įvertinti jūsų rėmimo sėkmę.

Jūsų tikslai turi būtų sukoncentruoti į tai, kokio poveikio – kaip filantropijos rezultato – siekiate. Tai lyg savotiškas ketinimų pareiškimas. Pavyzdžiui, „Maisto bankas“ savo interneto svetainėje nurodo keliantis sau tikslą siekti, kad tinkamas vartoti maistas nebūtų išmetamas, bet pasiektų nepritekliuje gyvenančiųjų stalą. Galvodami apie tai kelkite sau klausimą „ką?“. Jūsų parama virs priemonėmis, kuriomis sieksite savo tikslų; tai bus atsakymas į klausimą „kaip?“. Grįžtant prie „Maisto banko“ pavyzdžio – bendradarbiaujant su maisto gamintojais ir prekybininkais.

Mąstydami apie savo asmeninius filantropijos arba rėmimo tikslus, atsakykite ir į tokius klausimus:

Kodėl jūs norite kam nors aukoti ar remti?

Pagalvokite, kas jus įkvepia rėmimui. Tai labiau emocinis ar vis dėlto racionalus veiksmas? Gal tai šeimos tradicija? Galbūt jums pikta dėl neteisybės / nelygybės pasaulyje? Aiškus savo motyvacijos aukoti ar remti suvokimas leidžia susikoncentruoti į

## M. Čiuželio labdaros ir paramos fondas

Jogailos g. 4, LT-01116 Vilnius, tel. 8 698 40 095, el. paštas [info@mcwealth.lt](mailto:info@mcwealth.lt)

Įmonės kodas 303474437

Banko sąskaita LT977300010141345061, bankas AB SWEDBANK, banko SWIFT kodas HABALT22

tikslą ir kryptingai jo siekti. Pavyzdžiui, remti galima net ir iš gailėsčio – pastebėjote bet kurioje srityje negerovę, kažko trūkumą ir nusprendėte tai pakeisti. Kiek jūsų jėgos ir galimybės leidžia.

Kokios jūsų vertybės?

Aiškus savo vertybių ar pasaulėžiūros suvokimas gali padėti filantropinę veiklą sutelkti būtent į svarbiausius dalykus. Rekomenduojama net raštu suformuluoti savo asmeninę „misiją“, kuri atspindėtų jūsų įsitikinimus ir požiūrį. Pavyzdžiui, „mano misija yra remti jaunus menininkus ir organizacijas, kurios skatina ir puoselėja kūrybiškumą“. Arba dar vienas pavyzdys: „tikiu, kad sudarydami sąlygas jauniems žmonėms aktyviai dalyvauti kultūriname gyvenime mes galime padėti jiems išsiugdyti kūrybiškumą, itin reikalingą kritiniais ir sudėtingais gyvenimo momentais“.

Tokiu būdu jūs aiškiai įsivardijate jums svarbias vertybes ir kryptingai siekiate jų sklaidos.

Kokia gyvenimiška patirtis jus sukretė?

Jūsų gyvenimiška patirtis gali apibrėžti ir jūsų potencialius paramos gavėjus. Galbūt jūsų draugai ar kaimynai savanoriauja kurioje nors organizacijoje ir tai jus įkvėpė prisidėti? Galbūt jūs atkreipėte dėmesį į tam tikras visuomenės grupes, kurios jau negali savarankiškai be išorinės pagalbos savimi pasirūpinti ir visavertiškai gyventi? Galbūt dramatiškai gyvenimo posūkiai privertė jus susidurti su iki tol nepažintomis realijomis sveikatos apsaugos, gamtos pasaugos, žmogaus teisių ir pan. srityse, kas įtakojo jūsų pasirinkimą? Ne retai tokios asmeninės „istorijomis“ ar „gyvenimo kelionėmis“ tampa filantropinės veiklos pradžia, padedančia ne tik užmegzti naujus, bet dar labiau sustiprinti jau esamus santykius. Ir užtikrinti visos filantropinės veiklos tęstinumą.

Kas jums rūpi?

Pagalvokite, kas jums iš tiesų rūpi. Ir kodėl. Ar kuri nors viena sritis ypatingai veikia / paveikė jūsų gyvenimą? Gal jums kaip tik norisi remti mažiau „populiarias“ sritis? Gal kuri nors sritis jums emociškai priimtinausia, pavyzdžiui, benamiai gyvūnai, psichinė sveikata ar vaikų išsilavinimas? Pabandykite sudaryti savo potencialių rėmimui sričių sąrašą nurodant ir motyvus kodėl jums tai rūpi – padės atskirti pelus nuo grūdų.

## 2. Strategija

Kai aiškiai įsivardijote savo tikslus ir prioritetus, jums reikia paversti tai veiksmų planu arba filantropijos strategija. Pastarąją, vėlgi, įtakos jūsų apsisprendimas šalinti įvardintos negerovės priežastis ar kovoti su jos pasekmėmis, jūsų turimi resursai, žinios ir patirtis įgyvendinant efektyviausias priemones.

Kurdami savo filantropijos strategiją, atsižvelkite į šiuos apsektus:

Kokia jūsų tikslinė sritis?

„Sveikata“ yra milžiniška sritis, tad verta pamąstyti apie konkrečios visuomenės narių grupės pasirinkimą ar vienos konkrečios problemos sprendimą. Kuo konkretesnė jūsų pasirinkta sritis, tuo didesnį poveikį jūsų strategija galės sukurti.

Jeigu jums norisi „prisiliesti“ prie kelių skirtingų sričių, ar šeimoje tiesiog negalite apsispręsti kurią prioretizuoti, tuomet patartina pasirinkti į metus po vieną arba kiekvienam šeimos nariui priskirti po konkrečią sritį.

Kokias organizacijas remti?

Atsakykite sau į klausimą kuo labiau tikite: maža, bet inovatyvia organizacija ar, vis dėlto, pirmenybę teikiate žinomai, jau daugelį metų veikiančiai ir savo veiklos ar projektų tęstinumui finansavimo ieškančiai organizacijai? Kaip ir investuodami, pasverkite savo apetitą rizikai ir galite suformuoti savotišką „filantropijos portfelį“, kuriame būtų tiek filantropijos startuolių, tiek ir jau radusių savo vietą po saule organizacijų. Pasidomėkite steigėjais, dalininkais ir vadovais, kad susidarytumėte išsamesnį vaizdą apie vadybos lygį bei jau vykdomos veiklos sukurtą ar dar tik planuojamą sukurti socialinį poveikį ir jo efektyvumą.

Kaip remti?

Priklausomai nuo jūsų strategijos, jūs galite padaryti vienkartinį įnašą, sudaryti reguliarių mokėjimų grafiką per nustatytą laiką ar nuolat remti savo pasirinktą organizaciją(-as). Be 2 proc. gyventojų pajamų mokesčio paramos šiandien Lietuvoje galimi ir periodiniai mokėjimai pasirinktai organizacijai, ir paramos teikimas trumposiomis žinutėmis (SMS), ir tiesioginiai pervedimai į sąskaitą, ir konkrečių projektų / akcijų / iniciatyvų rėmimai. Jūs taip pat galite pasiūlyti ir ne finansinį turtą kaip paramą organizacijoms; tai gali būti jūsų savanorystės laikas, žinios, turimi kontaktai socialiniuose ir verslo sektoriuose ir pan.

Viešumas ar privatumas?

Pagalvokite apie savo – kaip donoro – privatumą ir asmens duomenų atskleidimą. Tai lems jūsų (ne)sutikimą skelbti ir viešinti savo pavardę rėmėjų gretose. Paklauskite savęs, ar gerai jausitės sulaukę pakartotinių prašymų remti (galbūt ir iš kitų organizacijų). Iš kitos pusės, jeigu jūsų pavardė, padėtis visuomenėje, profesinė patirtis suteikia papildomo svorio ir motyvacijos kitiems potencialiems donorams – tai taip pat yra turtas, kuriuo galite naudotis įgyvendindamas savo filantropijos strategiją, padėdamas pasirinktai organizacijai ir siekdamas norimo socialinio poveikio.

Kiek norite įsitraukti?

Apsvarstykite kiek giliai norite įsitraukti į savo remiamos srities problematiką: ar jums svarbu įsitraukti į kasdienę organizacijos veiklą? Galbūt norite / galite veikti kaip valdybos narys, sprendžiantis strateginius klausimus? Gal jums pakanka tik reguliariai gauti naujienas? Jums svarbu, kad jūsų draugai ir šeimos nariai taip pat įsitrauktų, o verslo partneriai prisidėtų tiek finansais, tiek laiku ir žiniomis? Į šiuos klausimus nėra vieno teisingo atsakymo, kaip ir pats klausimų sąrašas nėra baigtinis, tačiau atkreipę į tai dėmesį, tikiu, galėsite lengviau suformuluoti asmeninę poziciją dėl įsitraukimo į rutininę organizacijos veiklą.

Kokio socialinio poveikio siekiate?

Į filantropiją žvelkite kaip į investiciją. Kokio augimo ar socialinio poveikio kūrimo tikėtės iš konkrečios organizacijos per tam tikrą laiko periodą? Galbūt žinote konkrečius mato vienetų? Kaip jūsų remiama organizacija matuoja savo veiklos sėkmę? Kalbėdamiesi apie tai su konkrečia organizacija būkite realistais: filantropijos startuolis gali neturėti pakankamai resursų periodiškai siųsti jums asmenines žinutes apie progresą, tačiau tam puikiai gali išnaudoti interneto svetainę, socialinius tinklus ar naujienlaiškius.

### 3. Kaip pasirinkti organizaciją prieš rėmimą?

Lengva pasiklysti gausioje ir gausėjančioje nevyriausybinių organizacijų jūroje. Priminsiu pradžioje pateiktą skaičių: pernai 2 proc. gyventojų pajamų mokesčio paramą dalinosi daugiau negu 22300 organizacijų. Dar lengviau būti suparalyžuotam nuo tos iššūkių gausos, kuriuos šios visos organizacijos stengiasi įveikti. Vis dėlto, skyrę laiko „namų darbams“, galite pasirinkti vieną ar kelias jūsų paramos gavėjas, kurios labiausiai atitinka jūsų filantropijos strategiją bei keliamus tikslus.

Analizuodami organizacijų veiklą atkreipkite dėmesį į:

- **Misija:** kokius tikslus kelia organizacija? Ar jie jus įtikina? Ar šie tikslai vienaip ar kitai jus ar jūsų artimuosius veikia?
- **Veikla:** kokia organizacijos veikla? Ar ji atitinka keliamus tikslus?
- **Rezultatai:** ar organizacija gali išmatuoti ir atskleisti kokį poveikį sukūrė jos veikla?
- **Lyderystė:** Ar organizacija turi aiškią veiklos viziją, stiprią vadovų komandą ir analogišką vadybą?
- **Žmonės ir resursai:** ar savanoriai, personalas ir kiti resursai naudojami efektyviai tikslams pasiekti?
- **Pagrindiniai ryšiai:** su kuo konkreti organizacija siejama? Kas yra jos pagrindiniai rėmėjai?
- **Finansai:** ar jie tvarūs? Kaip efektyviai organizacija tvarkosi su gauta parama? Ar pajamų / paramos šaltiniai pakankamai įvairialypiai, kad vieno sumažėjimą atsvertų kiti?
- **Ambicijos:** kokie organizacijos ilgalaikiai tikslai? Ar jie realistiški ir pasiekiami?
- **Pasiekimai:** ar organizacijos veikla ryški visuomenėje, ji pastebėta ir įvertinta?

#### Kas toliau?

Skamba sudėtingai? Bet taip nėra. Filantropija, kaip ir bet kuri kita veikla, reikalauja truputį pradinio planavimo, tikslų nustatymo ir priimtinių partnerių šiems tikslams įgyvendinti pasirinkimo.

Tikiuosi, šis paprastas gidas suteiks peno mintims ir padės suformuluoti asmeninę filantropijos strategiją bei priimti kur kas kryptingesnius sprendimus. Tik nepamirškite, kad kaip ir kiekviena strategija, taip ir filantropijos strategija yra tarsi gyvas organizmas ir turėtų keistis kartu su jūsų nauja patirtimi, žiniomis, išmoktomis pamokomis. Metinės peržiūros gali tapti puikia priemone įvertinti tai, ką jau padarėte, kokį poveikį sukūrėte ir kas dar laukia ateityje.