DORACAK
PËR
ZHVILLIM E RESURSEVE

ЦРВЕН КРСТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
KRYQI I KUQ I REPUBLIKËS SË MAQEDONISË
MACEDONIAN RED CROSS

Federata Ndërkombëtare e shoqatave të Kryqit të Kuq dhe Gjysëmhënës së Kuqe

DORACAK
PËR
ZHVILLIM E RESURSEVE

PËRMBAJTJA

SI TË PËRDORET KY DORACAK

Për doracakun 7
Si të gjindeni më lehtë gjatë përdorimit të këtij doracaku 7
Mënyrat e përdorimit të doracakut 8
Ndihmë për azhurimin e doracakut 9
Shtojca A: Formular për dorëzimin e raportit për shembuj të rastit **11**

HYRJE

1. Çka paraqet zhvillimi i resurseve 14

2. Nëntë hapat për pavarësi financiare 15

3. Cilat janë karakteristikat e organizatës joprofitabile 17

4. Sa është i rëndësishëm kredibiliteti dhe kodi etik 17

5. Cili është mandati i zhvillimit të resurseve 18

6. Gjashtë koncepte strategjike për sukses marketingu 19

7. Shtatë shtylla të marketingut për rezultate më të mira 20

8. Gjashtë hapa personale për punë efektive në ekipe 22

9. Si të realizohet zhvillimi i resurseve 23

PJESA 1
MENAXHIM ME ZHVILLIMIN E RESURSEVE:
PARAKUSHTE PËR SUKSES

Kreu 1

PLANIFIKIMI DHE PËRGATITJA E BUXHETIT

1. Sa është i rëndësishëm planifikimi 27
2. Procesi i planifikimit 27
3. Plani zhvillimor i shoqatës nacionale 28
4. Cila është dobia nga zhvillimi i shoqatës nacionale 28
5. Përgatitja e planit zhvillimor 28
6. Çka të ndërmerret që plani të ketë sukses 30
7. Implementimi dhe përdorimi i planit zhvillimor 31
8. Plani finansiar 32
9. Çka është buxheti? 32
10. Procesi i përgatitjes së buxhetit 36
11. Praktika dhe pengesa të cilat duhet t'iu shmangemi 38
12. Marëdhënie 39
13. Probleme dhe strategji për tejkalimin e tyre 41
14. Finalizimi dhe përdorimi i buxhetit 42
Shtojca B: Drejt pavarsisë më të madhe financiare (Publikim) 43
Shtojca C: Si të përgatiet buxheti për grumbullimin e mjeteve 44

Kreu 2

MENAXHIMI FINANCIAR

1. Çka është menaxhimi financiar 55
2. Rëndësia e planifikimit dhe përgatitja e buxhetit 55
3. Kontrollimi i shpenzimeve 56
4. Rregullimi i procesit të grumbullimit të mjeteve 58
5. Procedura kontabiliteti 59
6. Revizion 60
7. Marketing financiar 61
8. Menaxhim 63
Shtojca Ç: Diagrami i të hyrave / të dalurave 65

KREU 3

UDHËHEQJE VULLNETARE:
KOMISIONE PËR ZHVILLIM E RESURSEVE

1. Roli i Komisioneve për zhvillimin e resurseve 68
2. Komisioni nacional për zhvillimin e resurseve 69

3. Komisione për zhvillimin e resurseve të organizatave komunale të Kryqit të Kuq 77
4. Komisione të specializuara për zhvillimin e resurseve 81
5. Komisione rajonale për zhvillimin e resurseve 81

Kreu 4

PERSONELI PËRGJEGJËS:
NJËSIA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

1. Çka është njësia për zhvillimin e resurseve 84
2. Roli i njësisë për zhvillimin e resurseve 84
3. Funksionet e njësisë për zhvillimin e resurseve 85
4. Formimi i njësisë për zhvillimin e resurseve 89
5. Menaxhim me njësinë për zhvillimin e resurseve 91
6. Menaxhim me ndryshime 93

Kreu 5

IMAZHI, MARRËDHËNIE ME PUBLIKUN DHE MARKETINGU

1. Sa është i rëndësishëm imazhi?
109
2. Komponente të imazhit pozitiv **97**
3. Çka është marrëdhënie me publikun? **97**
4. Çka është marketingu? **98**
5. Pse janë të rëndësishme imazhi, marrëdhëniet me **99**
publikun dhe marketingu për sigurimin e mjeteve? **106**
6. Përgatitje e strategjisë për marëdhënie me publikun
dhe marketingu **106**

REZIME E PJESËS 1

A jeni të gatshëm? **109**
A mundeni të jeni akoma më të mirë **110**

PJESA 2
TEKNIKA: MJETE PËR SUKSES

HYRJE NË PJESËN 2

Cilat janë hapat tuaja të ardhshme? **111**
Të fillojmë! **113**

KREU 6

DONACIONE NGA INDIVIDË

1. Hyrje 115
2. Përgatitje 120
3. Sigurimi i donacioneve të para nga individë 124
4. Rritje e donacioneve individuale 128

Shtojca D: Anëtarësim 138
Shtojca Dh: Posta e drejtpërdrejtë 144
Shtojca E: Aksione publike për grumbullim 151
Shtojca Ë: Dhënie e planifikuar 157
Shtojca I: Dhurata në rroba 160
Shtojca J: Shembuj të rasteve 162

Kreu 7

TUBIME

1. Qëllimet e tubimeve 168
2. Zgjedhje të tubimeve të vërteta 167
3. Planifikim dhe organizim të tubimeve 171
4. Rëndësia e vullnetarëve 173
5. Planifikimi i fitimit 173
6. Publicitet 175
7. Sigurimi i suksesit 179

Shtojca K: Si në të vërtetë të fitohen të hollat nga tubimet speciale 181
Shtojca L: Lista e tubimeve speciale për organizatorët 182
Shtojca LL: Ide për tubime 188
Shtojca M: Shembuj të rasteve 194

Kreu 8

KORPORATA

1. Sigurimi i mjeteve nga korporatat 199
2. Beneficion për korporatë nga përkrahja për shoqatën nacionale200
3. Vlerësimi i përkatshmërisë së sigurimit të mjeteve nga korporatat 201
4. Përgatitje e qasjes për sektorin korporativ 201
5. Qasje në sektorin korporativ 202
6. Mënyra në të cilat korporatat mund t'i ndihmojnë 204
shoqatës nacionale 206
7. Menaxhim me donacionet nga korporata 213

Shtojca N: Përdorimi i emblemës 216
Shtojca Nj: Shembuj të rasteve 217

Kreu 9

AKUMULIMI I TË HYRAVE

1. Akumulimi i të hyrave 225
2. Inovacione, rreziqe dhe aftësi afariste 226
3. Aktivitete kyçe afariste 230
4. Aktivitete të lidhura afariste 231
5. Aktivitete finansiare 234
Shtojca O: Lojërat e fatit 236
Shtojca P: Mundësi për shitje 243
Shtojca R: Zhvillim finansiar nëpërmjet marrjes së borxheve 258
Shtojca RR: Shembuj të rasteve 259

Kreu 10

LËVIZJA E KRYQIT TË KUQ DHE GJYSMËHËNËS SË KUQE

1. Hyrje 266
2. Bashkëpunim me shoqatat nacionale 266
3. Kanale për mjete zhvillimore të Sekretariatit të Federatës Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe 273
4. Fonde për operacione për ndihmë humanitare 274
5. Komiteti Ndërkombëtar i Kryqit të Kuq 278

Kreu 11

DOTACIONE NGA TRUSTE DHE FONDACIONE, QEVERI, OJQ DHE AGJENCI TË KOMBEVE TË BASHKUARA

1. Hyrje 281
2. Burime të fondeve për dotacione 282
3. Si të vëzhgohen burime të mundshme të fondeve 285
4. Vëzhgim projektues 287
5. Përgatitja e propozimit 288
6. Rregullimi i propozimit për sigurimin e mjeteve në të holla 292
Shtojca S: Formular i përgatitësit të kërkesës për dotacion 295
Shtojca SH: Këshillë për personat të cilët dorëzojnë kërkesë 296
për dotacion 296
Shtojca T: Shembuj tërasteve 296

Kreu 12

FUSHATA KAPITALE

1. Fushata kapitale 314
2. A keni nevojë për fushatë kapitale 314
3. Përgatitje për fushatë kapitale 315
4. Kontaktim me donatorë më të mëdhenj 320
5. Përmbarimi i fushatës 323

Shtojca Th: Propozime për fushatat kapitale **326**
Shotojca X: Shembuj të rasteve **326**

Kreu 13

VULLNETARË: Parakushte të patjetërsueshme
1. Hyrje **329**
2. Mundësi për vullnetarë **331**
3. Rekrutimi i vullnetarëve **332**
4. Përkrahja e vullnetarëve **337**
5. Trajnimi i vullnetarëve **339**
6. Komunikimi me vullnetarët **339**
7. Dhënia e mirënjohjeve për punën e vullnetarëve **340**
8. Përgjegjësia e vullnetarëve **341**

SI TË PËRDORET DORACAKU

PËR DORACAKUN

Ky doracak dhe pakoja shoqëruese për trajnim është i përgatitur nga ana e Programit për Zhvillimin e Resurseve të Federatës Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe në konsultim me shoqatat nacionale.

Përkrahja financiare për këtë projekt nga ana e Agjencisë për Zhvillim Ndërkombëtar të Shteteve të Bashkuara të Amerikës sipas marrëveshjes me numër OTP-0158-A-00-0082-20, me përkrahjen e

Ju falenderojmë!

- Kryqit të Kuq Amerikan;
- Kryqit të Kuq të Britanisë;
- Kryqit të Kuq të Finlandës;
- Kryqit të Kuq të Japonisë.

Qëllimi është, që shoqatave nacionale dhe organizatave të tyre komunale dhe rajonale, t'ju sigurohen ide dhe këshilla se si të realizojnë përparim në planin e zhvillimit të resurseve të tyre në kushte të ndryshme të rrethane kulturore, sociale dhe ekonomike në të cilat punojnë ata.

Doracaku është dizajnuar që t'ju ndihmojë. Ai do të revidohet dhe plotësohet kur ka nevojë në bazë të përvojave dhe propozimeve të cilat do të dalin nga Ju dhe nga shoqatat tjera nacionale.

SI TË GJINDENI MË LEHTË GJATË PËRDORIMIT TË DORACAKUT

Doracaku përbëhet nga dy pjesë:

Pjesa 1: Menaxhim me zhvillimin e resurseve:
Parakushte për sukses

Kjo pjesë përshkruan se cilat punë duhet të mendohen dhe zbatohen me qëllim që Programi për Zhvillimin e Resurseve të ketë sukses. Fillimisht është dizajnuar që të përdoret nga ana e strukturave më të larta drejtuese të organizatës si dhe nga ana e liderëve vullnetar të shoqatës nacionale si dhe nga ana e delegatëve dhe bashkëpunëtorëve profesional të Federatës Ndërkombëtare.

Pjesa 2: Teknika: Mjete për sukses

Kjo pjesë siguron këshilla praktike për shumë aspekte në planin e sigurimit të donacioneve dhe mënyrave afariste – orientuese për akumulimin e të hyrave.

Në raste të caktuara, idetë mund të jenë të reja. Në raste tjera, teknikat e përgjithshme mund të jenë të njohura, por doracaku prezanton alternativa të cilat shoqata e juaj nacionale ndoshta paraprakisht nuk i ka marrë parasysh. Kjo pjesë kryesisht mbështetet në bazë të shembujve konkret të shoqatave nacionale të cilat përdorin teknika të tilla. Pjesa 2 është më adekuate për ata persona të cilët çdo ditë janë të obliguar me aktivitete për grumbullimin e mjeteve financiare, por gjithashtu këto punë janë shumë të dobishme për udhëheqësit dhe liderët vullnetar të cilët janë të kyçur drejtpërdrejtë në organizimin e këtyre aktiviteteve në mjediset e tyre.

Që t'ju ndihmojmë për ta gjetur shpejt atë që kërkoni, ekzistojnë:

- Përmbajtja në fillim të çdo kaptine.
- Lista e gjërave kryesore të cilat duhet të mësohen në fillim të çdo kreu.
- Rezime të përmbylljeve në fund të çdo kreu.

MËNYRAT E PËRDORIMIT TË DORACAKUT

- **Si nxitës për ide –** disa ide mund të jenë të reja, tjerat ndoshta janë harruar më, por doracaku përsëri do t'ju rikujtojë për ato.
- **Si doracak se si të kryhen detyrat –** doracaku do t'ju ofrojë mënyra alternative për ato të cilat paraprakisht i keni provuar dhe do t'ju tregojë se si të përdorni metoda të reja.
- **Si nxitës për diskutime –** përdoreni doracakun me grupe të vullnetarëve të punësuar që t'ju ndihmojë t'i motivoni të provojnë ide të reja apo mënyra të ndryshme për zbatimin e aktiviteteve dhe për hetimin e qasjeve të reja përderisa ato që i kanë nuk janë të suksesshme.
- **Si ndihmës për zbatim të procesit me sukses –** përdoreni doracakun si udhëheqës, nga planifikimi dhe përgatitja e buxhetit të shoqatës nacionale e deri në zbatimin e programeve tuaja për punë.
- **Si dokument "non – paper** – doracaku do t'i potencojë temat e përfshira me sesionet për trajnim për të cilat më vonë do të doni t'i përkushtoni vëmendje.
- **Si mjet për identifikimin e fushave për të cilat do t'ju nevojitet trajnim plotësues**.
- **Si mjet për veprim rrjetor** – ndarja e ideve dhe përvojave, të suksesshme dhe të pasuksesshme, mes shoqatave nacionale, që të përsëriten praktikat e suksesshme dhe të tejkalohen ato negative.
- **Si libër punues** – nënvizoni atë që dëshironi ta mbani mend. Jepni shembuj apo lista plotësuese për kontrollim të cilat janë adekuate në kontekstin në të cilin punoni. Shkruani edhe ide të reja të cilat kanë të bëjnë me kontekstin të cilin e mësoni apo studioni. Tregoni pse dhe ku nuk pajtoheni. Ekziston hapësirë e madhe në doracak ku mund t'i shkruani këto gjëra.

Shenjat që vijojnë do t'ju ndihmojnë në masë të madhe:

- Pyetje lidhur me rregullore, politika apo koncepte të rëndësishme.
- Ide apo lista për kontrollim.

Do të thotë se pjesa është shumë e rëndësishme.

Masa të rikujtimit apo kurtheve. Keni kujdes!

Do të thotë gjë Shumë e rëndësishme. Merreni parasysh.

Do të thotë duhet të shikoni pjesën tjetër të doracakut.

Do të thotë pyetje në të cilat duhet të jepet përgjigje.

Në shtojcat janë të përmbajtura përshkrime të aktiviteteve për zhvillimin e resurseve të një numri të caktuar të shoqatave nacionale. Ato gjinden n fund të çdo kreu relevant. Secili shembull i rastit paraqe6t se si një shoqatë nacionale i ka prirë sfidës të ashtuquajtur zhvillim i resurseve dhe se si ato shoqata nacionale i kanë zbuluar zgjedhjet më adekuate në kontekstin e tyre të punës.

Teknikat dhe shembujt ndoshta mund apo nuk mund të zbatohen në kontekstin tuaj lokal në vend apo të jenë të përshtatshme apo të papërshtatshme si rezultat e madhësisë së shoqatës suaj nacionale. Ju nxisim që t'i prini procesit me qëndrime dhe mendime të hapura – dhe të mundoheni të gjeni mënyrë për ta modifikuar dhe përdorni, e ndonjëherë edhe të futni prirje të reja. Ju dhe ekipi juaj për zhvillimin e resurseve duhet të mendoni lirshëm dhe të jeni inovativ!

Shpeshherë fushatat të cilat për herë të parë fusin qasje të re të caktuar marketingu në vend vërejnë rezultate jashtëzakonisht të mira. Ato ndoshta kanë të bëjnë me hasjen e klientëve të rinj, sigurimin e fitimit, tërheqjen e interesit të një pjese të madhe nga tregu dhe pozicionim të mirë i cili do t'iu sigurojë zhvillim të suksesshëm në të ardhmen. E njejta ka të bëjë edhe me organizatat joprofitabile. Mendoni lirshëm dhe gjeni mënyrën që ëndrrat e juaja t'i shndërroni në rezultate pozitive marketingu!

SI TË AZHUROHET DORACAKU

Personeli i Programit për Zhvillimin e Resurseve të Federatës ndërkombëtare të shoqatave të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe ka për qëllim që kohë pas kohe ta azhurojë doracakun dhe për këtë qëllim nevojitet të merren shënime dhe ide nga ana e shoqatave nacionale. Më së miri do të ishte të jepni shënime tuaja lidhur me kaptina të caktuara në doracak të cilat do të jenë të drejtuara kah përmirësimi, sqarimi apo zgjerimi i përmbajtjeve të veta. Gjithashtu, do t'ju jemi falenderues përderisa siguroni shembuj praktik për aktivitete të suksesshme të cilat kanë të bëjnë me sigurimin e të dhënave apo me aktivitete projektuese për akumulimin e të hyrave të sektorit korporues.

Në sesionet për trajnim të resurseve tuaja njerëzore apo gjatë punës tuaj me kolegët, potenconi shembujt tuaj të suksesshëm për mobilizimin e resurseve në vendin tuaj. Pastaj analizoni. Përdorni si shembuj për leksione të mësuara. Gjithashtu dorëzoni në Programin për Zhvillimin e Resurseve me qëllim që të mund t'i përdorim gjatë azhurimit të këtij doracaku.

Që të përshkruani një aktivitet të caktuar, ju lusim të përgjigjeni në pyetjet që vijojnë:

1. Përshkruani aktivitetin dhe qëllimet e tij.
2. Pse e zgjodhët këtë aktivitet specifik? Kur?
3. Sa të hyra siguroni nga ky aktivitet?
4. Sa ju kushton ky aktivitet?
5. Çfarë rëndësie ka ky aktivitet për shoqatën tuaj nacionale? Pse?
6. Si është i lidhur ky aktivitet me shërbimet të cilat i siguron shoqata juaj nacionale?
7. A kishte vështirësi gjatë procesit? Nëse kishte, si menaxhuat me to?
8. A kishte arritje të jashtëzakonshme të caktuara?
9. Si janë të lidhura parashikimet afatshkurte dhe afatgjate me këtë aktivitet?
10. Cilat janë leksionet e mësuara nga zbatimi i aktivitetit?
11. Shkruani emrin dhe mbiemrin tuaj, funksionin, emrin e shoqatës nacionale dhe datën.

Propozimet tuaja ju lusim që t'i dorëzoni në:

Programi për Zhvillimin e Resurseve
Njësia për Zhvillim dhe struktura
Federata Ndërkombëtare e shoqatave të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe

P.O. BOX 372
CH-1211 Geneva 19
Switzerland
Tel: (41 22) 730 42 22
Fax: (41 22) 733 03 95

SHTOJCA A

SHEMBUJ TË RASTEVE PËR DORACAKUN E ZHVILLIMIT TË RESURSEVE

(Kopjoni këtë formular për shembuj të ndryshëm)

Emri: **Funksioni:**

Shoqata Nacionale: **Data:**

Emri i aktivitetit:

1. **Përshkruani aktivitetin dhe qëllimet e tij:**

_____
_____
_____
_____
_____
_____

2. Pse e zgjodhët këtë aktivitet specifik? Kur?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

3. Sa të ardhura siguroni nga ky aktivitet?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

4. Sa ju kushton ky aktivitet?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

5. Sa është i rëndësishëm ky aktivitet për shoqatën tuaj nacionale?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

6. Si është i lidhur ky aktivitet me shërbimet të cilat i siguron shoqata juaj nacionale?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

7. A kishte vështirësi gjatë procesit? Nëse kishte si menaxhuat me to?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

8. A kishte arritje të jashtëzakonshme të caktuara?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

9. Si janë të lidhura parashikimet afatshkurte dhe afatgjate me këtë aktivitet?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

10. Cilat janë leksionet e mësuara nga zbatimi i aktivitetit?

_____
_____
_____

Përgjigjet tuaja dorëzoni në Programin për Zhvillimin e Resurseve të Federatës Ndërkombëtare të shoqatave të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe. Në shtojcë dorëzoni edhe çfarëdo materiale relevante për të cilat mendoni se do të jenë të dobishme për sqarimin e aktivitetit.

QËLLIME

MËSONI TË.....

- KUPTONI SE ÇKA NËNKUPTOHET ME NOCIONIN ZHVILLIM I RESURSEVE.
- PËRCJELLNI NËNTË HAPAT DREJT PAVARSISË FINANSIARE.
- PËRDORNI GJASHTË KONCEPTET THEMELORE PËR PËRSOSJEN E AKTIVITETEVE TUAJA TË MARKETINGUT.
- ZBATONI SHTATË PIKAT E KONTROLLIT TË MARKETINGUT TË CILAT LEHTË DO T'I PËRMIRËSOJNË REZULTATET TUAJA.
- BËNI GJASHTË GJËRA PERSONALE PËR NDËRTIMIN E EKIPIT EFIKAS PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE.

HYRJE

1. ÇKA DO TË THOTË ZHVILLIM I RESURSEVE?

Kjo hyrje e siguron kornizën për punën e planit në zhvillimin e resurseve. Këtu janë të përmbledhura elementet që vijojnë:

- Definimi i nocionit zhvillim i resurseve.
- Nëntë hapat drejt pavarësisë financiare.
- Karakteristikat e organizatës joprofitabile bamirëse.
- Mandati për zhvillimin e resurseve.
- Gjashtë konceptet strategjike të cilat e përckatojnë punën e merketingut.
- Gjashtë hapat drejt ndërtimit të ekipit të suksesshëm.

Rritja e të ardhurave të një organizate paraqet funksionin e menaxhimit. Kjo nuk është rezultat i fatit të mirë. Organizatat të cilat përgatisin plane strategjike afatgjate dhe të cilat përdorin praktika të sigurta marketingu dhe praktika për sigurimin e resurseve me siguri është se do të realizojnë rritje të dukshme dhe zhvillim të resurseve të veta.

Në kuptim më të gjerë, zhvillimi i resurseve parqet ndërtimin e kapaciteteve institucionale, përforcimin e bazës financiare dhe punë të drejtuar kah mirëmbajtja e pavarësisë financiare.

Thënë më mirë, zhvillimi i resurseve është proces i sigurimit të resurseve që i nevojiten shoqatës nacionale. Program zhvillimor i resurseve i menaxhuar mirë dhe i llojllojshëm një shoqate nacionale i mundëson që në kohë dhe me rregull t'i sigurojë shërbimet për kategoritë e veta qëllimore.

Kapacitetet të cilat i ka në disponim shoqata nacionale bien nën katër grupe kryesore:

1. **Resurse financiare**
   - Donacione;
   - Mjete në të holla nga aktivitetet për sigurimin e fondeve;
   - Mjete në të holla nga aktivitetet për akumulimin e të hyrave;
   - Të hyra nga investime.

2. **Resurse njerëzore**
- Persona të punësuar;
- Vullnetarë.

3. **Të mira dhe shërbime**
- Të cilat i siguron shoqata nacionale e për të cilat njerëzit paguajnë, si për shembull huazimi i Zyrave për mbledhje apo pagim i kompensimit për kurset nga ndihma e parë.

4. **Materiale dhe mallra**

- Të mira dhe shërbime të cilat të tjerët i japin shoqatës nacionale;
- Pajisje dhe vetura të cilat i posedon shoqata nacionale;
- Ndërtesa në posedim / apo të dhëna me qira nga shoqata nacionale.

Resurse plotësuese për përkrahje sigurohen nga Lëvizja Ndërkombëtare e KK dhe GJHK, e cila është e përbërë nga rrejti i vet global dhe imazh i respektuar të cilin e ka KK dhe GJHK në tërë botën.

Zhvillimi i resurseve nënkupton zhvillim e mënyrave për të prirë dhe përdorim të resurseve të kapshme për maksimalizimin e beneficioneve për programet e shoqatës nacionale.

Edhe pse doracaku e prek çështjen për rolin e të punësuarve dhe vullnetarëve në zhvillimin e resurseve, prapë nuk do të bëhet tentim që të përfshihet aspekti më i gjerë i zhvillimit të resurseve njerëzore.

Ky doracak e përdor termin **zhvillim i resurseve -** jo vetëm nga aspekti i grumbullimit të mjeteve financiare – por të reflektohet përfshirja më e gjerë që është e kapshme por edhe e nevojshme në korniza të sotshme. Edhe pse të hyrat e siguruara (nga aktivitete për grumbullimin e mjeteve) ndoshta paraqet pjesë të rëndësishme të portfolios suaj, përkrahja financiare nga shërbime të menaxhuara mirë të cilat akumulojnë të hyra gjithashtu mund të ketë rol kyç në mbindërtimin e bazës suaj të resurseve.

2. NËNTË HAPA DREJT PAVARSISË FINANCIARE?

Ekzistojnë shumë ide tërheqëse lidhur me grumbullimin e mjeteve financiare dhe akumulim të të hyrave. Ka shumë "storje të suksesshme" lidhur me metodologjitë, inovacionet, teknikat e natyrës së ndryshme që të bëhen shumë të holla. Prej ku të fillohet? Cilat teknika të përdoren? Përgjigje: Teknikat mund të presin. Fillimisht përqëndrohuni në gjërat më të rëndësishme. Numri më i madh i organizatave të suksesshme financiare joprofitabile **fillimisht planifikojnë e pastaj veprojnë.** Dhe, me vetëdije angazhohen të kenë **burime të llojllojshme të të hyrave.** Paramendoni për një çast se shoqata juaj nacionale nuk ka program për zhvillimin e resurseve por ka vendosur që të fillojë një program të këtillë.
Merrni parasysh hapat që vijojnë:

Plani Zhvillimor

1. Nëse akoma nuk keni, përgatitni **Plan zhvillimor të shoqatës nacionale** bazuar në misionin e shoqatës suaj nacionale, në të cilin do të jenë të përmbajtura qëllimet afatgjate si dhe qëllimet individuale për çdo vit.

Plan Financiar

2. Përgatitni **Plan Financiar** bazuar në Planin tuaj Zhvillimor, nevojat rrjedhëse dhe të ardhshme programore dhe analizë tregu.

Në këtë Plan Financiar plan për aksion me kornizë kohore, listë të obligimeve dhe buxhet me pika për të hyra dhe të dalura. Merrni parasysh aktivitetet për "akumulimin e të hyrave" si dhe të hyrat e parapara dhe krahasoni në të gjitha lëmitë që ta ulni rrezikun. Në planifikim duhet të jenë të kyçura drejtoria dhe udhëheqësia e shoqatës tuaj nacionale. Kjo nuk është punë e vetëm një personi.

Imazhi në opinion

3. Përkushtoni vëmendje të posaçme **imazhit të shoqatës tuaj në opinion.** Kujdesuni që programet tuaja dhe llogaridhënia juaj financiare të mund t'i qëndrojnë kontrollimit publik dhe të jenë dinjitoze për sigurimin e përkrahjes nga donatorët.

Këshilli ekzekutiv

4. Keni kujdes që **këshilli ekzekutiv** të angazhohet për të dhënë dhe sigurojë mjete financiare.

Komisioni për zhvillimin e resurseve

5. Formoni **Komision për zhvillimin e resurseve** apo grup të ngjashëm për përkrahje në të cilin do të marrin pjesë vullnetarë aktiv, më të mirë dhe ndikues.

Të deleguarit

6. Caktoni **person përgjegjës** për koordinim të planit financiar.

Vëzhgim

7. **Zbuloni gjithçka që mundeni për donatorë dhe donatorë potencial** dhe siguroni mënyra në të cilat mund t'i lidhni me programet e shoqatës tuaj nacionale. Falënderohuni donatorëve dhe u thoni se si kontributi i tyre sjell rezultate.

Trajnim

8. Në mënyrë **të vazhdueshme siguroni trajnim** me qëllim që të punësuarit dhe vullnetarët të mbesin të pavarur, të motivuar.

Evaluimi

9. Rregullisht bëni **evaluim në të hyrat** për secilën fushë të përkrahjes financiare. Zbatoni rezultatet për planifikimet e ardhshme.

=

LËVIZJE DREJT PAVARSISË FINANSIARE

3. CILAT JANË KARAKTERISTIKAT E NJË ORGANIZATE JOPROFITABILE?

Organizata joprofitabile është e definuar me karakteristika të caktuara.

- Ajo është e pavarur, dhe ka për qëllim t'iu shërbejë anëtarëve dhe përdoruesve të vet dhe është e udhëhequr nga ana e këshillit të drejtorëve, dhe nuk ka për qëllim të realizojë profit dhe se nuk është pjesë e qeverisë.
- Është organizatë vullnetare, që do të thotë se shpesh herë shërbimet e saj janë pa pagesë dhe përkrahjen financiare e siguron në bazë vullnetare. Pjesë e madhe e punëtorëve të saj janë vullnetarë ndërsa anëtarët e Këshillit shërbejnë pa marrë asnjë kompensim në të holla.
- Ajo siguron shërbime bamirësie shëndetësore, sociale dhe edukative dhe i përfaqëson njerëzit apo klauzën të cilëve iu shërben.
- Ajo e menaxhon punën e vet në mënyrë transparente dhe jep llogari tek donatorët dhe publiku, dhe kontribuon drejt sigurimit të programeve më efektive dhe veprim më efikas.
- Merr resurse nëpërmjet kontributeve, donacioneve, dhuratave në mallra, punë vullnetare, taksa për shërbime dhe burime tjera për akumulimin e të hyrave.

4. SA ËSHTË I RËNDËSISHËM KREDIBILITETI DHE KODI ETIK?

Kredibiliteti është me rëndësi esenciale për zhvillim më të suksesshëm të resurseve. Para se gjithash, njerëzit ju japin të holla që t'ju mundësojnë ju t'i ndihmoni dikujt tjetër. Donatorët nuk munden personalisht ta shijojnë përvojën nga rezultatet e punës suaj me të hollat e tyre. Donatorët patjetër duhet t'ju besojnë se në mënyrë të mençur dhe efektive do t'i përdorni të hollat e tyre.

Elementet kyçe të kredibilitetit janë:

- Nderi dhe integriteti i të punësuarve dhe vullnetarëve;
- Përdorimi i të hollave në pajtueshmëri me obligimet tuaja dhe pritjet nga donatori.
- Punë të sigurt dhe të rregullt financiare;
- Transparencë e administratës;
- Përdorimi i aktiviteteve për zhvillimin e resurseve të cilët janë adekuat për shoqatën tuaj nacionale;
- Kompetencë e të punësuarve dhe sukses projektues;
- Përcjellje e kodit etik.

Shoqata nacionale është përgjegjëse për kujdesjen e standardeve më të larta etike. Përderisa ekziston koalicion apo shoqatë e organizatave bamirëse në vendin tuaj, ju nxisim që të merrni pjesë në të. Përderisa ekziston kod etik për

organizata bamirëse në vendin tuaj ju nxisim që ta pranoni. Përderisa nuk ekziston, mund të jeni iniciator për sjelljen e tij.

Pa akumulime të mjaftueshme të resurseve, organizata nuk do të ketë mundësi të organizojë shërbime adekuate për njerëzit me nevoja por as që do të ketë mundësi të sigurojë mjete për shpenzimet e veta kyçe operative.

5. CILI ËSHTË MANDATI PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE?

Mandati për zhvillimin e resurseve është mjaft i thjeshtë, dhe ka për qëllim që shoqatës tuaj nacionale t'i sigurojë që t'i kënaqë nevojat e përdoruesve tuaj. Disa dokumente zyrtare e rregullojnë kornizën e mandatit për shoqatat nacionale për zhvillimin e resurseve.

Parimet dhe Rregullat për bashkëpunim zhvillimor të shoqatave të KK dhe GJHK të miratuara në Këshillin e Delegatëve në vitin 1990 e definojnë zhvillimin në mënyrën që vijon:

1. Përforcimi i bashkësive dhe individëve që të jetojnë një jetë më të mirë dhe të jenë më pak të mjerueshëm;
2. Përforcimi i shoqatave nacionale që të munden në mënyrë efektive ta realizojnë mandatin humanitar të KK dhe GJHK.

Në këtë dokument është theksuar se "shoqatat operative nacionale çdoherë duhet të kontribuojnë drejt vetqëndrueshmërisë në programet zhvillimore në periudhë të mirë kohore" dhe se "secili plan zhvillimor duhet, të ketë komponentë të ndërtuar për përforcimin e strukturës së shoqatës nacionale, për mbindërtimin e kapaciteteve të resurseve njerëzore dhe për **organizim me bazë të sigurt për grumbullimin e mjeteve financiare".**

Përmirësim i situatës së popullatës më të mjeruar: Plani strategjik për 90-tat, reviduar dhe miratuar në Kuvendin gjeneral të Federatës Ndërkombëtare, tregon në zbrazëtirën sa më të madhe mes nevojave humanitare dhe resurset kapëse për kënaqjen e tyre.

Një ndër detyrat kyçe në këtë plan punues është Federata që të mund të jetë e fortë, duhet të **përforcohet baza e resurseve financiare dhe materiale.** Kjo detyrë nënkupton përmirësimin e kapaciteteve për akumulimin e të hyrave, identifikimin dhe zhvillimin e burimeve të reja të financimit, përgatitje të metodave inovative për grumbullimin e të hollave, përmirësim i kontrollit financiar dhe lajmërim e përmirësim të udhëzimeve për përkrahje materiale.

A MUND TË DYFISHOHEN APO TË TREFISHOHEN RRITJET E TË HYRAVE?

Sfida e cila është e drejtë para Lëvizjes së KK dhe GJHK thotë "të përmirësohet gjendja e popullatës më të mjeruar". Për hap serioz dhe të

qëndrueshëm në këtë drejtim nevojiten resurse të rëndësishme, më shumë se ajo të cilën tani e kanë në dispozicion shoqatën nacionale. Disa ekspertë të jashtëm në këtë lëmi besojnë se do të jetë e nevojshme që të dyfishohen bile edhe të trefishohen rritjet e resurseve në periudhën vijuese në të gjithë botën me qëllim që t'u dilet në ndihmë nevojave më primare sociale të njerëzve.

Që të ballafaqohet me këtë sfidë, mandati për zhvillimin e resurseve të shoqatave nacionale është i drejtuar kah:

- **Kërkimi i resurseve më të mëdha që t'iu dalë në ndihmë për nevojat e më shumë njerëzve;**
- **Kujdesi i standardeve më të larta të mundshme të sjelljes etike;**
- **Llogaridhënie para përdoruesve dhe donatorëve;**
- **Përmirësim i kreativitetit dhe kapaciteteve për grumbullimin e të hollave, organizim të tubimeve dhe akumulim të të hyrave.**

6. GJASHTË KONCEPTE STRATEGJIKE PËR SUKSES MARKETINGU

Përdorimi i koncepteve vijuese strategjike do t'ju ndihmojnë që koncepti juaj i marketingut të jetë i suksesshëm. Në periudhë prej vetëm disa viteve në mënyrë të madhe do t'i rritni resurset kapëse për shoqatën tuaj nacionale. Të tjerët i përdorin këto koncepte për t'i dyfishuar apo trefishuar resurset e organizatës në periudhë të shkurtë kohore. Gjithsesi, pikë e vërtetë fillestare janë përdoruesit të cilët do të kenë beneficion nga forma e rritur e resurseve.

Nevoja
Raporte
Përmirësim
Kapacitet
Vendosshmëri
Qëllime të larta
=
Sukses marketingu

- **Kënaqja e nevojave të donatorëve tuaj**

Mbani mend se ju luani rol të rëndësishëm marketingu në bindjen e njerëzve që të japin të holla, të mira dhe të ndajnë kohë për KK / GJHK që t'iu ndihmojë njerëzve tjerë. Pse e bëjnë atë? Donatorët dhe vullnetarët kanë nevoja personale dhe sociale për të cilat mundeni ju t'iu ndihmoni që t'iu plotësohen. Juve ju mbetet të zbuloni se cilat janë nevojat e tyre, si mund t'i kënaqni, prandaj bëjeni atë. Me këtë hap, grumbullimi i të hollave nuk paraqet "shtrirjen e dorës".

- **Zbatoni raport me secilin donator**

Njerëzit u japin njerëzve. Silluni me secilin donator ashtu siç silleni me shokët dhe mundohuni që në mënyrë individuale t'i zhvilloni raportet. sa më afër që

ndjehet donatori tek ju, aq më lojal do të jenë edhe më dhurues. Mbani mend se raportet ndryshohen me kalimin e kohës.

- **Tregoni se jeni më të mirë**

Njerëzit ia japin të hollat, të mirat dhe kohën e tyre organizatës për të cilën mendojnë se do t'i përdorë në mënyrë sa më të mirë. Ka shumë kauza tjera të rëndësishme për të cilat munden ta bëjnë atë. Pse juve? Duhet t'i bindni se KK / GJHK resurset e tyre do t'i përdorin në mënyrë sa më të mirë që mundet nëpërmjet plotësimit të suksesshëm të misionit, punë dhe programe efektive për përkrahjen e përdoruesve.

- **Mbindërtimi i kapaciteteve**

Në fakt kapaciteti i shoqatës nacionale është aftësia që të menaxhojë me sfida të reja. Mbindërtimi i kapaciteteve të punësuarve dhe bashkësive për aktivitet të caktuar do t'u mundësojë zbatim edhe më të mirë në projektin më të madh vijues. Rrjeti i madh i vullnetarëve dhe liderëve në bashkësi për organizimin e tubimeve për grumbullimin e mjeteve dhe projekteve për akumulimin e fondeve paraqet kapacitet organizativ i cili urgjentisht është i nevojshëm në rast të katastrofave.

- **Menaxhimi me vendosje dhe etikë**

Vazhdimisht kthehuni në kaptinat e këtij doracaku në bazë të planifikimit dhe përgatitjes së buxhetit, menaxhimit financiar, menaxhimit të vullnetarëve dhe të punësuarve, imazhit dhe kredibilitetit. Këto janë bazat e menaxhimit të mirë. Që t'i realizoni këto qëllime duhet të jeni menaxher i mirë.

- **Kontribuoni drejt qëllimeve të larta**

Nuk është e pëlqyeshme që gjatë planifikimit të mendoni në realizimin e rezultateve dyfish apo trefish më të mira në periudhë prej tre deri pesë vjet. Në realitet në shumë raste mund të keni qëllim bile edhe më lartë! Për atë janë të kapshme metoda dhe teknika. Udhëheqësia juaj duhet të jetë e inspiruar ndërsa vetëbesimi juaj duhet të ketë ndikim pozitiv tek të gjithë rreth jush.

7. SHTATË SHTYLLAT E MARKETINGUT PËR REZULTATE MË TË MIRA

Individët, korporatat dhe organizatat në vendin tuaj kanë diçka të cilën e dëshironi ju – të holla, të mira apo kohë. Pyetja është vetëm se si t'i bindni t'ua japin shoqatës tuaj nacionale. **Shtatë shtyllat vijuese do t'ju mundësojnë të arrini rezultate më të mira.** Nëpërmjet adaptimit të secilës shtyllë për secilin grup qëllimor individualisht, do të siguroni më shumë të holla, më shumë dhurata në mallra, më shumë vullnetarë dhe sukses më të madh në punë.

- **Vëzhgim**

Duhet të grumbulloni më shumë informacione për donatorë të tanishëm dhe vijues në bazë të të dhënave të tyre teknike, motivimit dhe pritjeve me qëllim që të mund të sillni vendime të qëndrueshme kur do të ketë nevojë. Sa më shumë dini për donatorët tuaj aq më mirë do të menaxhoni me procesin për akumulimin e të hyrave.

- **Të dhëna për donatorë**

Shumë është me rëndësi t'i regjistroni të dhënat për transaksionet dhe raportet mes secilit donator dhe shoqate nacionale në bazë të posaçme të të dhënave për donatorë. Me atë do të keni mundësi të përgatitni listë të posaçme, do ta dini sjelljen e donatorëve tuaj dhe do të mundeni në mënyrë adekuate të kontaktoni me secilin donator.

Vëzhgim
Të dhëna
Oferta
Çmimi
Media
Porosia
Përgjigjja
=
REZULTATE MË TË MIRA

- **Oferta**

Keni shumë punë të ndryshme të cilat mund t'ia ofroni donatorëve si kërkesa – të sjellura për projekte, kontribute të përgjithshme, apele urgjente, sponsorime të rregullta, donacione projektuese, donacione të përgjithshme për përkrahje, ngjarje speciale, metoda për dhënie të planifikuar, fushata kapitale, dhurata në mallra, punë vullnetare, shërbime për shitje dhe prodhime për shitje. Secila prej këtyre ofertave mund të përmbajë variacione të caktuara. Çka dhe kujt do t'i ofroni është shumë me rëndësi me qëllim që të kënaqen nevojat individuale dhe të sigurohet përgjigje pozitive.

- **Çmimi**

Sa të holla do të kërkoni nga donatori apo klienti për kthim të ndonjë kërkese duhet të jetë në kuadër të çmimit adekuat për donator të caktuar. Çmimi duhet të jetë sa më i lartë në kornizën e dhënë. Përderisa gabimisht e vlerësoni lartësinë e shumës, nuk do të merrni përgjigje të vërtetuar apo nuk do të merrni këtë shumë nga donatori të cilën e keni dëshiruar.

- **Media**

Është mjeti apo kanali të cilin e përdorni për komunikim me donatorin e mundshëm. Ajo mund të jetë letër, publikim, radio, televizion, poster, mbledhje, thirrje telefonike, e-mail, vullnetarë, por edhe grupe tjera. Përdorimi i medieve të reja shpesh herë mund të sjellë rezultate më të mira për personat të cilët sigurojnë mjete financiare.

- **Porosia**

Është ajo që komunikoni me donatorin apo klientin tuaj. Këtu nënkuptohet kopja, përmbajtja dhe mënyra në të cilën e prezantoni ofertën dhe çmimin tuaj si dhe qëndrimin tuaj, stilin dhe tonin e komunikimit. Kreativiteti, shkrimi dhe formati e pasqyrojnë vendosshmërinë tuaj dhe fuqinë e porosisë. Shkathtësia në prezantimin e storjes së njejtë dhe ndjeshmëria e dëgjuesit drejt porosisë suaj do të kontribuojë në bazë të pranimit dhe përgjigjes së donatorit për kërkesën tuaj.

- **Përgjigje**

Sa më e lehtë të jetë mënyra që donatori të përgjigjet në kërkesën tuaj që të kontribuojë apo të dërgojë të holla, aq më shumë kontribute dhe të holla do të merrni. Bile edhe apelet e përgatitura më së miri apo kërkesa nuk do të kenë sukses përderisa e anashkaloni mekanizmin për dorëzimin e përgjigjeve. Përkushtoni sa më shumë vëmendje në bazë të asaj se si donatorët e ardhshëm, vullnetarët, pjesëmarrësit dhe blerësit e shërbimeve do t'i japin kontributet e tyre e ju duhet ta bëni tjetrën që ka mbetur.

8. GJASHTË HAPA PERSONALE PËR PUNË EFEKTIVE NË EKIPE

Ekipi juaj për zhvillimin e resurseve i përbërë prej të punësuarve dhe vullnetarëve patjetër duhet të jetë ekip efektiv që t'i arrini rezultatet e nevojshme. **Këto gjashtë hapa janë të patjetërsueshme që të ndërtohet punë efektive ekipore.**

Pasion
Inovacion
Pjesëmarrje
Komunikim
Mirënjohje
Zgjedhje
=
PUNË EFEKTIVE NË EKIPE

- **Pasion**

Që t'i motivoni të punësuarit dhe vullnetarët tuaj duhet të nxitni pasion në punën tuaj. Pasioni do të thotë bindje, përkushtim dhe entuziazëm. Pasioni për misionin e organizatës duhet të jetë "ngjitës" dhe t'i inspirojë të tjerët.

- **Inovacion**

Për t'u arritur rezultate të suksesshme në zhvillimin e resurseve, duhet të jeni kreativ dhe të zbuloni metoda dhe qasje të reja. Çdoherë paguhet para se të filloni me çfarëdo aktiviteti për grumbullimin e mjeteve të mbani sesion me diskutime rreth kësaj teme. Mos lejoni që pjesëmarrësit në diskutim

menjëherë të refuzojnë çfarëdo ideje. Le të presë evaluimi. Lejoni që mendimet të zhvillohen dhe të identifikohen mundësi inovative. Faza e evaluimin vjen më vonë.

- **Pjesëmarrje**

Për t'i kyçur njerëzit dhe të merrni përgjigje më të mira duhet ta zgjeroni pjesëmarrjen në procesin e planifikimit dhe menaxhimit. Njerëzit të cilët marrin pjesë në procesin e seleksionimit dhe planifikimit të aktiviteteve do të jenë larg të përgatitur për të kontribuar punën e vet për t'u kujdesur se puna do të mbarojë me sukses. Bile, planifikimi do të jetë edhe më i mirë nëse mbështetet në kreativitetin, përvojën e një grupi të njerëzve se sa ajo të jetë vetëm i një apo dy udhëheqësve.

- **Komunikim**

Përgjegjësi e juaja është që të kujdeseni që të gjithë personat e kyçur të mësojnë atë që nevojitet për ta ditur. Duhet të kujdeseni që zingjiri i komunikimeve vazhdimisht të zhvillohet dhe njerëzit të jenë në kohë dhe plotësisht të informuar për çfarëdo lloji të planeve, problemeve dhe çfarëdo lloji të çështjeve. Shpesh herë ju do të keni më shumë informacione se sa të tjerët prandaj komunikimi duhet të fillojë nga ju.

- **Mirënjohje**

Si menaxhues, duhet të shprehni falënderim dhe të jepni mirënjohje për të tjerët për suksesin e arritur dhe ta ndërmerrni përgjegjësinë për mossuksesin e mundshëm. Detyrë e juaja është që t'iu mundësoni përkrahje vullnetarëve dhe të punësuarve për të arritur rezultate sa më të mira. Suksesi juaj është suksesi i tyre!

- **Zgjedhje**

Zgjidhni njerëzit e duhur nga radhët e të punësuarve dhe vullnetarëve, të cilët kanë aftësi për komunikim dhe të cilët janë kreativ dhe të cilët kanë përvoja në planin e mobilizimit të resurseve. Siguruesit më të mirë të mjeteve janë njerëz të cilët janë të këndshëm, entuziastë, energjik dhe të kontribuar drejt arritjes së qëllimit, njerëz të cilët dëshirojnë të takohen me njerëz dhe të kërkojnë nga ata ndihmë dhe të kontribuojnë. Edhe për këta persona gjithashtu nevojitet që t'iu tregohet se nuk duhet t'u pengojnë as dhjetë përgjigje negative derisa nuk e dëgjojnë përgjigjen pozitive "PO".

9. SI TË REALIZOHET ZHVILLIMI I RESURSEVE

Pjesa tjetër e këtij doracaku në mënyrë detale i prezanton mënyrat për realizim të suksesshëm të zhvillimit të resurseve. Ekzistojnë dy hapa kryesore:

- **Të kujdesemi që të zbatohen elementet themelore;**
- **T'i përdorim teknikat e nevojshme.**

A janë gati shoqata nacionale, rajoni apo organizata komunale që të fillojë apo ta zgjerojë zhvillimin e resurseve? Që t'i përgjigjeni kësaj pyetje fillimisht shikoni Pjesën 1 të këtij doracaku që të njoftoheni me kaptinat lidhur me planifikimin, përgatitjen e buxhetit, llogaridhënien, resurset dhe menaxhimin. Proceset, rregulloret dhe politikat, strukturat dhe njerëzit patjetër duhet të jenë të përcaktuar, apo të planifikuar, para se të përdoren në tërësi teknikat të cilat janë të theksuara në Pjesën 2. pasi të plotësohen ato parakushte, mund të filloni me zgjedhjen e metodave dhe aktiviteteve adekuate të Pjesës 2 për sigurimin e mjeteve financiare për përkrahjen e programeve tuaja.

REZIME

- NEVOJAT E POPULLATËS SË MJERUAR JANË AQ TË MËDHA PRANDAJ DUHET QË T'I RRISIM RESURSET TONA.

- KREDIBILITETI ËSHTË ME RËNDËSI ESENCIALE PËR ZHVILLIM TË SUKSESSHËM TË RESURSEVE NË ORGANIZATË JOPROFITABILE.

- PATJETËR DUHET TË KENI MUNDËSI QË TA ARTIKULONI DHE MBRONI MANDATIN E ZHVILLIMIT TË RESURSEVE.

- PËRDORIMI I STRATEGJIVE SPECIFIKE MUNDET NË MËNYRË DRAMATIKE T'I RRISË REZULTATET TUAJA.

- MENAXHIMI I MIRË I FUNKSIONIMIT TË ZHVILLIMIT TË RESURSEVE MUNDET DYFISH APO TREFISH T'I RRISË TË HYRAT TUAJA TË PËRGJITHSHME.

PJESA 1
MENAXHIM ME ZHVILLIMIN E RESURSEVE:
PARAKUSHTE PËR SUKSES

KREU 1

PLANIFIKIMI DHE PËRGATITJA E BUXHETIT

1. SA ËSHTË I RËNDËSISHËM PLANIFIKIMI **33**

2. PROCESI I PLANIFIKIMIT **33**

PLANIFIKIMI

3. PLANI ZHVILLIMOR I SHOQATËS NACIONALE **34**

4. CILA ËSHTË DOBIA NGA ZHVILLIMI I SHOQATËS NACIONALE **34**

5. PËRGATITJA E PLANIT ZHVILLIMOR **35**

6. ÇKA TË NDËRMERRET QË PLANI TË KETË SUKSES **36**

7. IMPLEMENTIMI DHE PËRDORIMI I PLANIT ZHVILLIMOR **37**

8. PLANI FINANSIAR **38**
Burimet e financimit 38
Pyetje të cilat duhet të përgjigjen kur përgatitet plani financiar 40

Përgatitja e buxhetit

9. ÇKA ËSHTË BUXHETI? **41**

10. PROCESI I PËRGATITJES SË BUXHETIT **41**
Analiza e rezultateve nga viti i kaluar 42
Vlerësim i performansave për vitin vijues 42
Projekte për buxhetin e vitit të ardhshëm 42

11. PRAKTIKA DHE PENGESA TË CILAT DUHET T'IU SHMANGEMI **43**

12. MARËDHËNIE **44**
Gjëra të cilat duhet të merren parasysh për marrëdhënie 45

13. PROBLEME DHE STRATEGJI PËR TEJKALIMIN E

TYRE **45**
Marrëdhënia është në nivel shumë të ulët 45
Shpenzimet e përgjithshme i tejkalojnë mjetet disponuese 46
Të hyrat e përgjithshme të parapara janë tepër të ulta që
të mbahen aktivitetet e shoqatës nacionale 46

14. FINALIZIMI DHE PËRDORIMI I BUXHETIT **47**

15. SHTOJCA B: DREJT PAVARSISË MË TË MADHE FINANCIARE (PUBLIKIM)
16. SHTOJCA C: SI TË PËRGATIET BUXHETI PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE **49**

QËLLIME

MËSONI TË...

- TA KUPTONI RËNDËSINË E PLANIFIKIMIT.
- T'I KUPTONI KOMPONENTET E PLANIT ZHVILLIMOR TË SHOQATËS NACIONALE.
- TË PËRGATITNI PLAN FINANSIAR PËR PËRKRAHJEN E PROGRAMEVE TË SHOQATËS NACIONALE.
- PËRGATITNI BUXHET.
- TË TEJKALONI PROBLEME NË PROCESIN E PËRGATITJES SË BUXHETIT DHE SHPENZIMET PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANCIARE.

1. SA ËSHTË I RËNDËSISHËM PLANIFIKIMI

Patjetër duhet të planifikohen aktivitetet përderisa duhet të zbatohen në mënyrë efektive. Secili që është i kyçur në aktivitete duhet të dijë e cili është qëllimi i fundit i dëshiruar, cilat hapa duhet të ndërmerren që të arrihet qëllimi, kush duhet t'i ndërmarrë ato hapa dhe si duhet të ndërmerren ato hapa.

Plani siguron secilin që të dijë se çka duhet të bëjë dhe si dhe kur duhet të bëhet. Plani do të thotë të gjithë të lëvizin në drejtim të njëjtë. Përderisa përgatitet plan adekuat, shumë lehtë mund të ndodhë diçka e gabuar – mund të lëshohen hapa të rëndësishme apo mjete të rëndësishme mund të mos jenë të kapshme në momentin e duhur.

Planifikimi është i rëndësishëm pa dallim se a është qëllimi që të ndërtohet shtëpi apo të mësohet një grup fëmijësh që të lexojnë apo të realizohet qëllim vjetor financiar apo gjatë organizimit të tubimit për grumbullimin e mjeteve. Pa dallim se për cilin aktivitet bëhet fjalë, mundësia se do të jetë i suksesshëm është përderisa është i përcjellë me planifikim të mirë.

2. PROCESI I PLANIFIKIMIT

Plani i mirë duhet t'i vijojë këto hapa:

- **Identifikoni mundësitë**

Vlerësoni situatën, vërtetoni nevojat prioritare dhe mendoni se çka duhet të bëni.

- **Përgatitni plan**

Kontrolloni zgjedhjet alternative, sqaroni qëllimet e pastaj zgjidhni aktivitetet më adekuate të cilat duhet të ndërmerren. Planifikoni një sërë hapash, vendosni se si do ta matni suksesin, e pastaj vërtetoni se cilët njerëz, materiale, kohë dhe të holla janë të nevojshme për zbatimin e planit. Kyçni në proces.

- **Siguroni pajtueshmëri rreth propozimit**

Prezantoni planin tek të gjithë personat të cilët janë të kyçur në procesin, siguroni kontributin e tyre, e pastaj siguroni resurset e nevojshme materiale, njerëzore dhe financiare.

- **Zbatoni planin**

Futeni planin në aksion, përcilleni përparimin dhe bëni përshtatje të caktuara përderisa ka nevojë.

- **Bëni evaluim**

Kontrolloni rezultatet, vlerësojeni vlerën e asaj që është arritur dhe zbatoni përvojën në planifikimet vijuese.

Këto hapa zbatohen pa dallim se a përgatitni projekt, planifikoni tubim për grumbullimin e mjeteve apo përgatitni Plan zhvillimor të shoqatës nacionale.

Parimi themelor është i njëjtë gjatë të gjitha planifikimeve. Fillimisht vendosni se çka dëshironi të arrini, vlerësoni se çka duhet të arrini, barazoni dy elementet dhe pastaj caktoni qëllimet për ta arritur qëllimin tuaj global.

Nëse dëshironi që më mirë të njiheni me procesin e planifikimit, shikoni publikimin e Federatës Ndërkombëtare, **projekte: Si të planifikohen dhe menaxhohen,** Shtator të vitit 1993.

3. PLANI ZHVILLIMOR I SHOQATËS NACIONALE

Tanimë shumë shoqata nacionale përgatisin plane zhvillimore, me çka sigurojnë "plan skematik" për të gjithë shoqata nacionale me çka sigurohet që të gjitha aspektet të jenë të drejtuara kah realizimi i qëllimit të përbashkët.

Shumë shoqata nacionale përgatisin **Plan Zhvillimor Pesëvjeçar** që t'u mundësohet zbatimi i aktiviteteve afatgjate për të cilat nevojitet periudhë më e gjatë kohore për realizimin e qëllimeve të dëshiruara. Përderisa shoqata nacionale mendon se nuk është e përgatitur të planifikojë pesë vjet prej më para, mund të përgatisë plan trevjeçar, plan dyvjeçar apo plan njëvjeçar. Me rëndësi është që të planifikohet.

Kjo kaptinë e dedikuar për planifikimin e shoqatave nacionale ka për qëllim të sigurojë kontekst për planifikimin e zhvillimit të resurseve në vend se të paraqesë udhëzim për planifikim. Shoqatat nacionale lirisht mund të bien në kontakt me Federatën përderisa u nevojiten informacione më të gjëra lidhur me këtë temë.

4. CILA ËSHTË DOBIA NGA ZHVILLIMI I SHOQATËS NACIONALE

Ekzistojnë shumë beneficione të cilat dalin nga ekzistimi i planit zhvillimor mirë të planifikuar dhe të menduar.

- Shoqata nacionale e di mirë qëllimin, dhe e përmirëson aftësinë e vet që të funksionojë në mënyrë efektive.
- Sqarohet situata financiare e shoqatës nacionale: Cilat janë resurset e nevojshme, cilat resurse janë të kapshme dhe cilat resurse mungojnë?
- Donatorët drejtohen kah sferat ku nevojiten mjete plotësuese.

- Më lehtë është që të vërtetohen qëllimet, edhe të punësuarit edhe vullnetarët dinë se çka pritet nga ana e tyre.
- Lëmitë e mundshme problematike janë më të qarta dhe me ato mund të ballafaqoheni edhe më herët.
- Shoqata nacionale dërgon porosi të qarta deri tek opinioni.

5. PËRGATITJA E PLANIT ZHVILLIMOR

Misioni
Mundësi
Kërcënime
Anë të fuqishme
Anë të dobëta
Çështje të rëndësishme
Qëllimi kryesor
Qëllime specifike
Programe
Buxheti
Aktivitete

- Kthehuni në **parimet themelore** të Lëvizjes dhe tregoni se çfarë rëndësie kanë ato për shoqatën nacionale në formë të **misionit të shoqatës nacionale.**

- **Analizoni situatën e jashtme** nëpërmjet analizës së mjerueshmërisë të gjendjeve dhe kapaciteteve të rrethit të jashtëm ku punoni.

- **Bëni vlerësimin e kapaciteteve reale dhe potenciale** të shoqatës nacionale për kënaqjen e nevojave të paraqitura.

- **Identifikoni çështjet esenciale** me të cilat ballafaqohet shoqata nacionale.

- **Caktoni qëllimet dhe prioritetet strategjike** në bazë të nevojave dhe kapaciteteve.

- Kujdesuni që plani të ketë **qëllime kuantitative.**

- **Definoni programet e ndryshme** të shoqatës nacionale. Kjo patjetër duhet të bëhet para formulimit të planit financiar për shkak se qëllimi kryesor është që të përkrahen programet. Këto programe pastaj do të elaborohen në projekte specifike.

- **Vlerësoni resurset tuaja** (resurse financiare, resurse njerëzore dhe ato materiale) të cilat nevojiten për zbatimin e programeve tuaja.

- **Krahasoni** nevojën e resurseve me gjendjen momentale – që është arritur paraprakisht dhe **vendosni** se çka mund të arrihet në periudhën vijuese.

- **Bëni kompromis** mes resurseve për të cilat mendoni se mund t'i siguroni edhe përfshirjen e programeve të dëshiruara dhe **përgatitni plan final** ku programet janë të planifikuara me resurset disponuese.

- **Përgatitni buxhetin** për punë, ku do t'i drejtoni të hyrat dhe të dalurat e projektit (Shiko në pjesën e mëposhtme që ka të bëjë me përgatitjen e buxhetit).

- **Llogaritni** resurset tjera të nevojshme dhe çmimin e tyre, siç janë për shembull rroga për të punësuar, shpenzime për vullnetarë, pajisje dhe hapësira.

- **Secila njësi** në qendër dhe në organizatat komunale të KK / GJHK duhet t'i përcaktojë **qëllimet** e veta për mënjanimin e pjesës së tyre nga plani global.

6. ÇKA TË NDËRMERRET QË PLANI TË KETË SUKSES

Kur përgatitet plani ekzistojnë hapa të caktuara të cilat do t'ju ndihmojnë që plani të ketë sukses. Disa prej këtyre hapave kanë të bëjnë me mënyrën e përgatitjes së planit dhe hapat tjera kanë të bëjnë me zbatimin e tij konkret.

- Kur e përgatitni planin, **konsultoni dhe kyçni** ata persona të cilët do të punojnë në realizimin e tij. Në këtë mënyrë, të gjithë ata të cilët do të jenë të kyçur në procesin do të shohin në planin si në vepër personale dhe do të kenë pjesën e tyre në realizimin e suksesshëm të planit. Konsultimet mund të jenë proces i komplikuar, por gjërat kryesore të cilat duhet të merren parasysh janë:

    - Le të jetë procesi i qartë që nga fillimi me qëllim që të gjithë njerëzit të cilët janë të angazhuar në të gjitha nivelet organizative në shoqatën tuaj do të dinë se çka do të ndodhë, si është renditja, kush do të jetë kontributi i tyre dhe kur dhe si do të sjellen vendimet finale.
    - Për të gjithë të interesuarit në proces siguroni informacione të mjaftueshme që të informojnë ide dhe mendime personale.
    - Mundohuni t'ua qartësoni njerëzve të gjitha gjërat e paqarta.
    - Kujdesuni që njerëzve t'u jetë e qartë se si mund të japin kontributin e tyre në proces, përderisa ka mundësi, zhvilloni diskutim dhe tregoni se si duhet të këmbehen ide dhe mendime.
    - Kujdesuni që njerëzve t'u jetë e qartë se e vlerësoni dhe merrni parasysh interesin e tyre.

- ❖ Sillni vendimin përfundimtar dhe barteni tek të gjithë dhe u tregoni se pse është i këtillë.

- Keni kujdes që plani të jetë **specifik** dhe të përmbajë qëllime kuantitative programore dhe shuma financiare.
- Kontrolloni se a e **kuptojnë** planin personat përgjegjës.
- Kontrolloni se a keni siguruar **pajtueshmëri dhe kontribut** nga të gjithë personat të cilët duhet të jenë të kyçur.
- Kujdesuni që të gjithë personat përgjegjës të nivele të ndryshme organizative në shoqatën nacionale të marrin kopje nga plani apo ta kenë për përkujtim. Duhet të jetë dokument punues në të cilin vazhdimisht duhet të ktheheni.
- Caktoni **kornizë kohore** për plotësimin e detyrave të nevojshme.
- Caktoni parametrat se në cilat korniza do të punoni. Për shembull, definoni llojin e aktiviteteve programore të cilat do të implementohen në interes të kategorive të mjerueshme dhe tejkaloni programe të cilat nuk janë në pajtueshmëri me parimet themelore.
- Kujdesuni që të gjithë njerëzit t'i kenë veglat e nevojshme për kryerjen e detyrave të tyre, si për shembull:
  - ❖ Përkrahja e menaxhimit;
  - ❖ Autorizimet e patjetërsueshme;
  - ❖ Aftësi të patjetërsueshme;
  - ❖ Trajnim adekuat;
  - ❖ Kohë;
  - ❖ Materiale dhe pajisje;
  - ❖ Motivim.

- Bëni **evaluim dhe revidim** në planin tuaj. Plani i mirë patjetër duhet të jetë fleksibil. Planeve të shumta ka nevojë që t'u bëhet evaluim dhe rregullisht të revidohen me qëllim që të sigurohet përcjellje adekuate e planit. Kur do të arrihen qëllimet kujdesuni që ta evaluoni procesin. Mësoni nga kjo që të përsëriten përvojat pozitive dhe të tejkalohen mangësitë.

7. IMPLEMENTIMI DHE PËRDORIMI I PLANIT ZHVILLIMOR

Cilat janë hapat e nevojshme për zbatimin e planit zhvillimor? Shoqata të caktuara nacionale përdorin sistem efektiv të ashtuquajtur Menaxhim sipas Qëllimeve të skicuara. Për të gjithë ata për të cilit ky sistem është i ri, të themi se është përshkruar në mënyrë më detale në Kreun 4, Personel përgjegjës për zhvillimin e resurseve. Thënë në mënyrë gjenerale do të thotë ndërmarrja e hapave vijuese:

- Në bazë të rolit të secilës njësi apo organizatë komunale në Planin zhvillimor, udhëheqësit duhet, në konsultime me kolegët relevant, **t'i definojnë qëllimet** e njësisë apo organizatës komunale për tre apo pesë vitet që vijojnë (apo për atë periudhë se sa është paraparë kohëzgjatja e implementimit të planit).
- Përcaktoni **qëllimet, dhe specifikoni se si do të arrihen.**

- Udhëheqësit duhet të përgatisin **plane punuese** me bashkëpunëtorët që të caktohet se si do të arrihen qëllimet e realizuara.
- Rregullisht **kontrolloni** planet punuese (për çdo muaj apo në çdo muaj) dhe revidoni përderisa është e nevojshme.
- Udhëheqësit duhet **t'i përkrahin punëtorët** prandaj kujdesuni që të kenë gjithçka që ju nevojitet që të realizohen planet punuese, të mbindërtohen aftësitë e tyre, të sigurohet trajnimi i nevojshëm, autorizime, materiale dhe pajisje.
- Pasi të arrihet secili qëllim individual, **vërtetoni** se çka është arritur dhe bëni **evaluimin** e të gjithë procesit.

Plani zhvillimor gjithmonë duhet të azhurohet, kjo do të thotë se duhet rregullisht të revidohet dhe ndërrohet varësisht nga ngjarjet vijuese. Përderisa ndodhin tubime të mëdha gjatë kohës së implementimit të planit zhvillimor, ndoshta duhet të revidohet apo në tërësi të përpunohet.

8. PLANI FINANCIAR

Pasi të vendosni se çka do të bëjë shoqata nacionale, hapi tjetër është që të përgatitet plani financiar ku do të theksohet se si do të paguhen aktivitetet.

Plani financiar i shoqatës nacionale duhet të përmbajë buxhetin ku do të ketë elementet që vijojnë:

- Të hyra sipas burimeve;
- Shpenzime programore;
- Deficit apo tepricë e realizuar.

Të hyra
Të dalura
=
Deficit
Tepricë e realizuar

Burime të financimit

Cilat janë burimet e financimit të shoqatës tuaj nacionale?
Ja një mënyrë për grupimin e tyre:

- Aktivitete të shoqatës nacionale;
- Burime nacionale institucionale;
- Lëvizje të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe;
- Burime tjera ndërkombëtare.

A. Aktivitete të shoqatës nacionale

- Sigurim të mjeteve nga tubime dhe individë;
- Anëtarësim; Kamatë;
- Kompensime për shërbime të siguruara programore;
- Aktivitete për akumulimin e të hyrave;
- Kursime në shpenzime.

Këto janë mjete të grumbulluara, të fituara, të kursyera apo të pagesave. Ato dalin si rezultat i aktiviteteve të shoqatës nacionale. Teknikat të cilat përdoren për grumbullimin e këtij lloji të burimit të financimit mund të gjenden në **Pjesën 2** të këtij doracaku.

B. Burime nacionale institucionale

- Grante dhe donacione qeveritare;
- Nga korporata, fondacione dhe fonde;
- Organizata lokale joqeveritare;
- Ambasada.

Këto janë burime të mjeteve të cilat i siguroni në vendin tuaj për të cilat shpesh nevojitet të dorëzohen kërkesa me shkrim apo të nënshkruhen kontrata për bashkëpunim. Përderisa grantet dhe donacionet janë pjesë e portfolios tuaj financiare, me siguri tanimë janë zbatuar një periudhë të gjatë kohore. Prandaj shoqata juaj nacionale duhet të posedojë dituri për menaxhim dhe vazhdim të përkrahjes së këtillë. Informacione lidhur me atë se si arrihet tek korporatat, fondacionet dhe burime tjera nga kjo kategori mund të gjeni në **Pjesa 2.**

C. Lëvizja e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe

- Shoqata nacionale donatore;
- Federata ndërkombëtare e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe;
    - Apel;
    - Fonde zhvillimore;
    - Apele për situata urgjente.

- Komiteti ndërkombëtar i Kryqit të Kuq.

Përkrahja nëpërmjet strukturave dhe partneriteteve në kuadër të Lëvizjes kontribuon qasje të posaçme. Kjo do të thotë pajtueshmëri me Parimet dhe rregullat për bashkëpunim zhvillimor dhe dorëzim të kërkesës për përkrahje në pajtueshmëri me Kornizën e Bashkëpunimit Zhvillimor. Informacione të mëtejshme për këtë çështje mund të gjeni në publikimin e Federatës **Projekte: Si të planifikoni dhe menaxhoni,** shtator 1993.

Ç. Burime ndërkombëtare

- Agjenci të Kombeve të Bashkuara
    - UNDP;

    - UNICEF;
    - UNFPA;
    - UNIFEM;
    - WHO;
    - UNESCO;
    - FAO;
    - WFP.
- Banka zhvillimore;
- Bashkimi Evropian;
- Fonde bilaterale;
- Organizata ndërkombëtare joqeveritare.

Të gjitha këto burime kanë prioritete të veta personale, korniza financiare të përkrahjes, korniza kohore dhe parakushte specifike të cilat duhet të plotësohen. Vëzhgimi i vazhdueshëm dhe përkrahja rrjetore në kuadër të Lëvizjes do t'ju ndihmojnë t'i zbuloni këto burime dhe mënyrën në të cilën duhet të drejtoheni për sigurimin e përkrahjes. Përderisa ju nevojitet ndihmë në këtë plan mund të drejtoheni për përkrahje tek zyra më e afërt e Federatës Ndërkombëtare.

Kujdes! Aq më shumë bëhet e rëndësishme që shoqatat nacionale të kenë burime të llojllojshme të financimit dhe ta mbindërtojnë pavarësinë financiare në program për zhvillimin e resurseve. Për më shumë informacione lidhur me përgatitjen e rregulloreve kreative financiare, shikoni **Shtojca B: Drejt autonomisë më të madhe financiare,** Kreu 4-9.

Si dhe Planin Zhvillimor, Plani Financiar i paraqet nevojat afatgjate të shoqatës nacionale si dhe nevojat afatshkurte. Afatgjatet mundësojnë kyçje të teknikave për akumulimin e të hyrave të cilat mundësojnë fitim të mirë për një periudhë të caktuar kohore. Për shkak të saj, Plani Pesëvjeçar Financiar është zgjedhje ideale, edhe pse më së miri është që ai të jetë në kornizë të njëjtë kohore dhe në drejtim të sigurimit të përkrahjes për realizimin e Planit Zhvillimor të shoqatës nacionale.

Pyetje të cilat duhet të përgjigjen kur përgatitet Plani Financiar

- **Të hyra**

    - Sa të hyra nevojiten për momentin dhe sa të hyra nevojiten për vitet e ardhshme;
    - Cilat janë aktivitetet momentale për grumbullimin e mjeteve dhe akumulime të të hyrave? A mundet që ato të rriten? Cilat janë parashikimet reale?
    - Cilat iniciativa të reja mund të provohen dhe kur? Me rëndësi është që të merren parasysh mënyra të reja, me qëllim që aktivitetet për grumbullimin e mjeteve të mbeten interesante. Përsëri, jeni real.
    - A janë të planifikuara të hyrat nga më shumë burime të ndryshme me qëllim që të sigurohet shoqata juaj nacionale që të mos jetë e varur nga një burim i vetëm?

- Cili proces duhet të përdoret që të sillet vendim lidhur me burimet e financimit dhe qëllimet e skicuara të këtij plani? Si mund të sigurohet pjesëmarrje maksimale në identifikimin e burimeve dhe qëllimeve financiare me qëllim që të sigurohet "kontribut" maksimal nga njerëzit e duhur?

Numëroni burimet e financimit të shoqatës tuaj nacionale sipas burimeve. Për shembull:

Shuma	**Burimi**
_____	Aktivitete të shoqatës nacionale
_____	Donacione dhe Grante qeveritare
_____	Korporata, organizata tjera nacionale
_____	Lëvizja e KK dhe GJHK
_____	Burime tjera ndërkombëtare

- **Të hyra**
  - Çfarë kontributi (të punësuar, vullnetarë, pajisje, udhëtime, materiale) do të nevojitet që të zbatohet plani financiar dhe sa do të kushtojë e tërë kjo?
  - Sa janë shpenzimet në krahasim me të hyrat?
  - Sa investime nevojiten? Sa shpenzime financiare do të mund të lejojë shoqata nacionale? Nëse ekziston dallim, si do të tejkalohen shpenzimet?

Kujdes! Debalansimi mes të hyrave dhe të dalurave afatshkurte dhe afatgjate paraqet pjesë të rëndësishme të procesit të planifikimit.

Hapi tjetër është që të futen numra specifik në plan. Ky është procesi i përgatitjes së buxhetit.

Përderisa ju nevojiten informacione dhe shembuj plotësues në bazë të parashikimeve për të hyra dhe të dalura, shikoni **Shtojcën: Si përgatitet buxheti?**

9. ÇKA ËSHTË BUXHETI?

Buxheti paraqet parashikim financiar të të hyrave dhe të dalurave për programin për punë. Për shkak se kjo është vetëm parashikim në të mund të shihet si në vlerësim. Prapë se prapë, buxheti duhet të bazohet në informacionet më të mira të kapshme të personave të cilët e përgatisin. Buxheti paraqet vlerësim profesional në bazë të parashikimeve maksimale të mundshme.

Buxheti pregaditet për çdo vit. Ai rregullisht duhet të revidohet që të sigurohet se të hyrat dhe të dalurat reale nuk janë dramatikisht të ndryshme nga parashikimet. Përderisa janë të ndryshme nevojitet që të ndërmerret aksion korrekt. Procesi i përgatitjes së buxhetit zakonisht fillon 3 deri 4 muaj para fillimit të vitit të ri financiar, me qëllim që të mund të përgatitet para fillimit të vitit të ri.

Procesi i cili është përshkruar më poshtë ka të bëjë me buxhetin e planit financiar të shoqatës nacionale. Si i tillë, ai i parashikon të hyrat për të gjithë shoqatën nacionale por i parashikon shpenzimet të cilat janë të lidhura vetëm me të hyrat e siguruara. Buxheti i tërësishëm i shoqatës nacionale i potencon të hyrat e parapara por i përmban edhe të gjitha shpenzimet programore dhe administrative.

Për më shumë informacione rreth përgatitjes së buxhetit dhe shembuj të formave të buxhetit, shikoni **Doracak për shoqatë nacionale: Përforcimi i menaxhimit financiar** të Malka Dhamaratne (HDI Studime zhvillimore, nr 5, 1990. Vepër e reviduar në shtator 1992. Instituti Anri Dinan.

10. PROCESI I PËRGATITJES SË BUXHETIT

Ekzistojnë tri faza kryesore në procesin e përgatitjes së buxhetit:

- Analiza e rezultateve nga viti i kaluar;
- Vlerësimi i performansave në vitin vijues;
- Parashikime për buxhetin për vitin e ardhshëm.

(Në pajtueshmëri me hyrjen, këtu diskutojmë për elementet themelore të këtyre tri fazave. Për informacione më të hollësishme praktike, shikoni **Shtojca: Si përgatitet buxheti?)**

Dy fazat e para janë të rëndësishme për shkak se ato sigurojnë informacione për:

- Të hyrat dhe shpenzimet kryesore të cilat kanë të bëjnë me to.
- Anët e forta dhe të dobëta të metodave të ndryshme për grumbullimin e mjeteve të cilat tanimë janë provuar.

Analiza e rezultateve nga viti i kaluar

Fillimisht, **analizoni trendet e të hyrave dhe të dalurave** në 3 deri 5 vitet e kaluara dhe bëni vlerësim se a do të vazhdojë trendi vijues. Pastaj, bëni analizë të përgjithshme për rezultatet e viteve të kaluara. Kjo do t'ju mundësojë të keni:

- Tregues të hershëm për burimet e të hyrave më të reja të shoqatës nacionale dhe shpenzimet të cilat kanë dalë për sigurimin e atyre mjeteve;
- Tregues për fushat ku të hyrat kanë qenë më të ulëta (apo më të mëdha) se sa që është pritur. Kjo është e rëndësishme gjatë bartjes së vendimeve buxhetore për vitin vijues.

Vlerësimi i performansave për vitin vijues

Sado që të jenë të dobishme numrat nga viti i kaluar, tregues më i sigurt për përgatitjen e buxhetit për vitin vijues do t'ju sigurojnë numrat nga viti që është në vijim.

Grumbulloni informacione për vitin vijues dhe përdorni që të bëni vlerësim të efekteve të cilat mund t'i ketë buxheti për vitin vijues. Kjo do të thotë:

- **Vlerësoni** pozitën **e tanishme** dhe llogaritni se sa do të jenë të hyrat finale për vitin vijues. Kështu duhet të jetë vlerësimi. Zakonisht buxhetet fillojnë të bëhen në bazë të informacioneve të kapshme për vetëm tetë apo nëntë muaj, përndryshe buxheti i ri nuk do të ishte i gatshëm deri në fillim të vitit të ardhshëm.
- Mbani mend se duhet të merret parasysh edhe **periudha** nga viti kur llogariten shumat përfundimtare në buxhet për vitin. Të hyrat e kartolinave, për shembull, apo tubime të posaçme do të lëvizë sipas periudhës nga viti.
- **Bëni vlerësim se në këto numra a ka pasur ndikim të posaçëm që ndoshta nuk do të përsëritet vitin e ardhshëm.** A ka pasur për shembull situatë urgjente të caktuar e cila ka kontribuar për të hyra të mjeteve plotësuese? A ka qenë ndonjë tubim në vend të hapur i pasuksesshëm për shkak të motit të keq?)

Parashikime për vitin e ardhshëm

Faza finale është që të llogaritet buxheti për vitin e ardhshëm. Me qëllim që të bëhet sa më saktë që mundet, do të nevojitet që të merren parasysh gjërat në vijim:

- **Plani financiar,** ku do të paraqiten lartësitë e shumës së mjeteve të nevojshme;

- Informacione **për vitin e kaluar,** të grumbulluara në fazën A.
- Informacione **për vitin vijues,** të grumbulluara në fazën B.
- **Kushdo qoftë nga faktorët e ri** që mund të ndikojnë në suksesin e punës në vitin e ardhshëm. Ndryshimet në shoqatën nacionale, si për shembull Plani i ri zhvillimor, mundet që rezultatet e mëparshme t'i bëjnë më pak relevante. Njerëz të rinj, më shumë resurse, apo program për vëzhgim të tregut gjithashtu mund të rezultojnë me ndryshime të rëndësishme në bazë të të hyrave të tyre.
- **Cilado iniciativa të reja** të cilat do të ndërmerren vitin e ardhshëm. Në zhvillimin e resurseve, të menduarit asnjëherë nuk duhet të jenë statike. Planifikimin duhet ta inkorporojë dhe vëzhgimin e tregut në bazë të fillimeve të reja për përfitim, të cilat duhet të testohen në çdo buxhet të ri.
- **Lartësi e paraparë e shpenzimeve –** fikse dhe lëvizëse. Përckatimi i shpenzimeve zakonisht është pjesë e procesit të përgatitjes së buxhetit.
  - **Shpenzimet fikse,** siç janë për shembull qiraja dhe rrogat, janë shuma të fiksuara për një periudhë të dhënë kohore.
  - **Shpenzimet lëvizëse,** siç janë të taksat e postës, telefoni dhe reklamimi, janë fleksibile për shkak se zakonisht varen nga niveli dhe lloji i aktivitetit për grumbullimin e fondeve.

Mbajtja e lartësisë së shpenzimeve shpeshherë arrihet në plan afatshkurtë me kontroll të fortë të shpenzimeve lëvizëse, por për kursime në plan afatgjatë nevojitet që të përkushtohet vëmendje në shpenzimet fikse.

- Për cilin nivel të shpenzimeve për grumbullimin e fondeve **do të përcaktohet** shoqata nacionale?
- Cilat janë **prioritetet** lidhur me shpenzimet?
  - Çka duhet që patjetër të bëhet?
  - Çka duhet të bëhet?
  - Çka mundet të bëhet?

11. PRAKTIKA TË CILAT DUHET TË TEJKALOHEN

Pengesa të caktuara të cilat mund të rezultojnë me buxhet të pasaktë financiar janë që vijojnë:

- **Bazimi i buxhetit për vitin e ardhshëm në bazë të rezultateve nga viti vijues plus rritja blanko e përqindjes ((për 10% apo 15%).**

Aktivitetet për grumbullimin e mjeteve apo akumulimi i të hyrave kanë skica të cilat lëvizin prej viti në vit. Detyra e menaxherit është që t'i njohë këto skica

dhe të bëjë planifikim adekuat. Kur caktohet rritja e arbitruar e përqindjes nuk merren parasysh shumë gjëra të cilat mund të ndikojnë në rezultate.

- **Bazimi i numrave hyrëse në bazë të shpenzimeve të projektuara për grumbullimin e mjeteve**

Mund të bini në dilemë që të propozoni numra të të hyrave që të arsyetohen shpenzimet sipas skicës. Kjo është e rrezikshme. Derisa planifikimi duhet t'i përmbajë raportet mes të hyrave dhe të dalurave, (shiko pjesa 12 më poshtë), të hyrat e projektuara duhet të bazohen në nevojat financiare e jo vetëm në shpenzimet për të hollat e grumbulluara.

- **Mendimi se rezultatet e të hyrave do të jenë drejtpërsëdrejti proporcionale me investimet.**

Të shpenzuarit dy fish më shumë sipas skicës nuk është patjetër që të thotë se do të sigurohen të hyra dy fish më shumë.

- **Mendimi se shpenzimet për të punësuarit do të arsyetohen me rezultatet**

Shumica e organizatave kanë tendencë që ta ulin numrin e të punësuarve në pajtueshmëri me rritjen e vëllimit të punës, por vëllimi i punës nuk është faktori i vetëm i cili duhet të merret parasysh. Kur planifikoni numër plotësues të të punësuarve, aspekt shumë i rëndësishëm është përfitimi i punës në planin e zhvillimit të resurseve.

- **Të bazuarit e numrave të të hyrave në bazë të shpenzimeve të projektuara për grumbullimin e mjeteve**

Mund të bini në hamendje që të propozoni numra të të hyrave që të arsyetohen shpenzimet sipas skicës. Kjo është e rrezikshme. Derisa planifikimi duhet t'i përmbajë raportet mes të hyrave dhe të dalurave, (shiko pjesa 12 më poshtë), të hyrat e projektuara duhet të bazohen në nevojat financiare e jo vetëm në shpenzimet për të hollat e grumbulluara.

- **Mos ndarja e shumës në buxhet për gjëra të paparashikuara**

Në secilin buxhet, çdoherë mundohuni që të kyçni shumë për gjëra urgjente të paparashikuara. Në këtë mënyrë, derisa paraqitet mundësi e re për rritjen e fushave të të hyrave në mes të vitit, do të ketë mjete të caktuara të cilat do të mund të investohen

.

12. MARRËDHËNIE

Marrëdhënia paraqet të hyrat kundrejt shpenzimeve të cilat janë të nevojshme që të sigurohen atë të hyra. Kjo bëhet thjeshtë me ndarjen e të hyrave me shpenzimet. Për shembull, përderisa nevojiten 20 dollarë

që të sigurohen 100 dollarë, 100 pjesëtuar me 20 është e barabartë me 5, dhe prej aty raporti është 5:1 (pesë në një). Kjo marrëdhënie tregon se keni siguruar 5 dollarë në çdo dollarë të investuar.

Ekzistojnë dy marrëdhënie kryesore në të cilat shoqata nacionale duhet të përkushtojë vëmendje:

- **Marrëdhënie e përgjithshme e shoqatës nacionale**

Të hyrat e përgjithshme të ndara me shpenzimet administrative dhe shpenzimet për sigurimin e mjeteve.

- **Marrëdhënie e Zhvillimit të resurseve**

Të hyrat e përgjithshme të siguruara nga njësia për zhvillimin e resurseve të ndara me shpenzimet për sigurimin e të hyrave.
Në të dy rastet, sa më i lartë të jetë raporti aq më mirë është. Me siguri është mirë që shoqata nacionale të shpenzojë 80% të të hyrave personale në programet e veta për ndihmë, zhvillim dhe sigurim të shërbimeve dhe raporti duhet të jetë 5:1 apo më shumë. Që të mundet e tërë shoqata nacionale ta bëjë atë, është e patjetërsueshme që raporti për zhvillim të resurseve të jetë më i lartë se 5:1. Se sa i lartë do të jetë raporti do të varet nga shpenzimet e përgjithshme administrative dhe strategjitë të cilat do të përdoren për hasjen e të hyrave, për shkak se këto shpenzime do të lëvizin.

Me rëndësi është që të shikohet më shumë se një vit më para gjatë llogaritjes së raporteve – posaçërisht përderisa keni vendosur të shpenzoni më shumë për aktivitete për grumbullimin e mjeteve në vitin vijues (dhe) përderisa është e patjetërsueshme, përdorni fusnota që ta sqaroni këtë në dokumentin tuaj të buxhetit dhe në raportet financiare.

Gjëra të cilat duhet t'i mbani mend për marrëdhëniet

Shoqata nacionale do të sigurojë një pjesë të madhe nga të hyrat personale nga donacionet, kryesisht është në pozitë të mirë, në kuptim të raporteve, për shkak se shpenzimet e saja administrative dhe shpenzimet për aktivitete për grumbullimin e mjeteve do të duhej të jenë të ulëta.

Aktivitete të caktuara për grumbullimin e mjeteve për pritje është që të kenë raporte më të larta se sa të tjerët. Një fushatë reklamuese do të kushtojë relativisht shtrenjtë, dhe me siguri do të prodhojë raport të ulët. Mund të prodhojë edhe humbje, por fushata mundet mirë të arsyetohet për shkak të potencialit i cili mundet të dalë nga aktivitetet për grumbullimin e mjeteve me kontaktet e reja të zbatuara. Nga ana tjetër, gjatë situatave urgjente, shpeshherë situata çon drejt përkrahjes publike spontane me çmim të ulët të shpenzimeve, me çka do të ketë raport të lartë të pranishëm.

Gjatë kalimit të ciklit të secilit aktivitet për grumbullimin e mjeteve, raportet do të ndryshohen.

Thjeshtë thënë, disa prej raporteve më të mira mund të dalin si rezultat i investimeve afatgjate.

Çka është me rëndësi, buxheti duhet të ketë nxitje kah sigurimi i balansit mes hasjes së të hyrave adekuate dhe arritjes së raportit të lartë. Me rëndësi është që të investohen të holla që të bëhen të holla. Por me rëndësi është edhe që të ketë kujdes në shpenzime. Përgjegjësia e menaxherit qëndron në përcjelljen e kujdesshme të këtyre çështjeve gjatë sjelljes së vendimeve në procesin e përgatitjes së qëndrimeve dhe kornizës buxhetore.

13. PROBLEME DHE STRATEGJI PËR TEJKALIM

Pasi që të përgatitni planin e buxhetit, ndoshta do të duhet ta përshtatni për shkak të arsyeve që vijojnë:

Marrëdhënia është tepër e ulët

Në raste të tilla, mundohuni që t'i bëni përshtatjet në tre lëmi:

- **Shpenzimet fikse, duke i kyçur edhe shpenzimet e menaxhimit, ndoshta janë tepër të larta.** Kontrolloni, dhe shihni se a ka nevojë për secilin shpenzim individualisht.
- **Shpenzimet lëvizëse ndoshta janë tepër të larta.** Kontrolloni dhe shihni se a është paguar ndonjë aktivitet mbi nivelin optimal, dhe kujdesuni që secili aktivitet të realizohet financiarisht. Kontrolloni shpenzimet administrative siç janë pagesat e postës dhe telefonit që të shihni se ku mund të kurseni të holla.
- **Llogaritja e të hyrave mund të jetë tepër e ulët.** Kjo posaçërisht mund të jetë rast gjatë iniciativave të reja, ku nuk keni përvojë paraprake. Edhe pse është me rëndësi që të jeni të kujdesshëm, kontrolloni përsëri llogaritjet dhe shihni se a ka mënyrë të sigurt që t'i rrisni.

Shpenzimet e përgjithshme i tejkalojnë mjetet financiare të cilat janë në disponim

Disa menaxherë këtë punë nuk mund ta dinë të tërën derisa të mblidhen të gjitha informacionet. Në raste të tilla është e mundshme që të bëni përshtatje të caktuara të cilat i propozuam për raportet e ulëta. Përndryshe ekzistojnë dy opcione:

- **Ulni shpenzimet deri në nivelin e duhur dhe përgatitni buxhet të reviduar.** Ndoshta do të nevojitet që të shkurtohen aktivitete të caktuara me qëllim që ta arrini nivelin e dëshiruar të shpenzimeve.

- **Dorëzoni kërkesë këshillit ekzekutiv të shoqatës nacionale që të siguroni më shumë fonde investuese.** Këtë mund ta bëni posaçërisht përderisa raportet janë të larta.

Të hyrat e përgjithshme të parapara janë tepër të ulëta që të ruhet realizimi i aktiviteteve të shoqatës nacionale.

Përsëri, merrni parasysh që të bëni adaptime të cilat ishin të paraqitura në tekstin e mëparshëm. Nëse edhe kjo nuk ju siguron të hyra të mjaftueshme ndoshta do të duhet të:

- **Kërkoni nivele më të larta të shpenzimeve për zhvillimin e resurseve** që të mund të zbatohen aktivitete të reja apo më shumë të holla që të kontribuohen në aktivitetet e tanishme. (Mbani mend se shpenzimet e larta nuk është që patjetër të rezultojnë me fitim më të lartë tek raporti i njejtë).
- **Transferoni raport të caktuar të ulët-fitimprurës, të ulët-shpenzues të aktiviteteve të cilat sjellin fitim më të lartë.** Megjithatë jeni të kujdesshëm që kjo të mos ua rrezikojë planet afatgjate investuese.
- **Kërkoni burime të reja të të hyrave,** siç janë donacionet qeveritare apo përkrahja e jashtme.

Pse të mbahen aktivitete me raport të ulët?

Iniciativa të reja të caktuara mund të prodhojnë raporte të ulëta në fillim, por në plan afatgjatë mund të duken mjaft të arsyeshme, apo për shkak të faktit se fitimi afatgjatë do të jetë i mirë (p.sh. shitore për veshmbathje të vjetra) apo për shkak se do të vazhdojë të sjellë fitim në të ardhmen (p.sh. programin për trashëgimi) për çka ndoshta do të nevojitet të kalojnë edhe deri në 5 vjet që të sigurohen të hyrat e para, por mund të jetë aktivitet i lartë profitabil për më shumë vite.

- Për **investimin afatgjatë** nevojitet planifikim dhe disciplinë e mirë. Për këtë qëllim nevojitet kujdes dhe nevojë nga kontrolli i balansit mes dobive afatgjate dhe afatshkurte.
- **Asnjëherë mos u mundoni të filloni projekte të shumta afatgjate në të njejtën kohë.** Ato nxisin mbingarkim të kapaciteteve dhe të raporteve.

14. FINALIZIMI DHE PËRDORIMI I BUXHETIT

Buxhetin final zakonisht e shqyrtojnë grupet vijuese të njerëzve:

- **Personeli përgjegjës për grumbullimin e mjeteve dhe vullnetarët kyç.**

Ata janë njerëzit të cilët duhet ta zbatojnë punën! Ata gjithashtu janë njerëz të cilët duhet ta zbatojnë punën! Ata gjithashtu janë njerëz të cilët janë konsultuar gjatë tërë procesit dhe vet kanë marrë pjesë në përgatitjen e pjesëve të buxhetit. Me rëndësi është që ata të jenë të njoftuar me arsyet për cilado ndryshime që janë bërë dhe ta kuptojnë e ta përkrahin dokumentin final.

- **Komisioni për zhvillimin e resurseve të shoqatës nacionale.**

Njerëzit e këtij komisioni luajnë rol të rëndësishëm në realizimin e buxhetit dhe patjetër duhet ta përkrahin, së bashku me planin financiar.

- **Sekretari gjeneral dhe udhëheqësit në shoqatën nacionale**

- **Këshilli ekzekutiv i shoqatës nacionale**

Kjo çështje është variabile prej një shoqate nacionale në shoqatë nacionale. Drejtoria duhet të bëjë vlerësim se si t'i kyçë njerëzit në këshillin ekzekutiv në përgatitjen dhe finalizimin e buxhetit.

Pasi të miratohet buxheti ai rregullisht duhet të **përcillet** që të shënohen dhe korrigjohen qasje më të mëdha të caktuara.

R E Z I M E

- NUK EKZISTON NJË GJË QË MUND TA NDRYSHOJË PLANIFIKIMIN THEMELOR.

- NJË PLAN I SUKSESSHËM ZHVILLIMOR VARET NGA QËLLIMET QARTË TË DEFINUARA, PLANIFIKIM I KUJDESSHËM, ANGAZHIM DHE ZBATIM ADEKUAT.

- PËR PLAN EFEKTIV FINANSIAR NEVOJITET NJOHURI PËR ATË SE PREJ NGA VIJNË TË HYRAT DHE SE SI SHPENZOHEN TË HOLLAT.

- PËR PËRGATITJEN E BUXHETIT NEVOJITEN AFTËSI DHE NJOHURI. QË TË DY GJËRAT MUND TË SIGUROHEN NËPËRMJET TË MËSUARIT TË SË KALUARËS DHE PUNË VIJUESE FINANSIARE.

- PROBLEMET FINANSIARE TË CILAT DALIN GJATË PËRGATITJES SË BUXHETIT DHE GRUMBULLIMIT TË MJETEVE MUND TË ULEN ME PLANIFIKIM TË KUJDESSHËM.

SHTOJCA C

SI PËRGATITET BUXHETI PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANSIARE

NISJA NGA FILLIMI

Kjo pjesë është e dedikuar për njerëzit të cilët asnjëherë paraprakisht nuk kanë përgatitur buxhet për grumbullimin e mjeteve financiare. Këtu është paraqitur se si në aspekte të ndryshme të procesit të përgatitjes së buxhetit për të cilat është diskutuar në Kreun 1 të përdoren në praktikë, dhe se si në realitet duket buxheti i përgatitur.

Procesi është paraqitur hap pas hapi, dhe ka dy sete të formularëve konsolidare të buxhetit. Një prej tyre është plotësuar në nivel nacional e tjetri është lënë i zbrazët që të plotësohet apo adaptohet nga ana e lexuesit me qëndrime financiare të shoqatës së tij nacionale / organizatës komunale të Kryqit të Kuq. Është e dobishme që të kopjoni një formular të këtillë blanko dhe ta përdorni me njerëzit tuaj gjatë procesit të përgatitjes së buxhetit tuaj.

Do të donim t'ua bëjmë me dije se burimet dhe shumat në tabela janë **vetëm shembuj**, dhe nuk do të përputhen me ato reale të shoqatës tuaj nacionale / organizatës komunale të KK. Megjithatë, **procesi**, duhet të paraqesë trajnim të dobishëm në përgatitjen e buxhetit për aktivitete për grumbullimin e mjeteve financiare. Jemi të sigurt se do të gjeni mënyrë të lehtë që t'i kyçni burimet, aktivitetet dhe shumat tuaja të cilat do ta reflektojnë situatën në shoqatën tuaj nacionale.

FAZA GJATË PËRGATITJES SË BUXHETIT

Ekzistojnë tri faza në përgatitjen e buxhetit:

- Analiza e rezultateve nga viti i kaluar;
- Vlerësimi i performansave në vitin vijues;
- Parashikime për buxhetin për vitin vijues.

- **Analiza e rezultateve nga viti i kaluar**

Ekzistojnë 3 mënyra të mira që të filloni me analizën e punës në vitin e kaluar:

- Për t'i mësuar burimet e të hyrave të shoqatës nacionale në të kaluarën e afërme si dhe t'i identifikoni shpenzimet për sigurimin e këtyre mjeteve. Nëpërmjet ndarjes së të hyrave me shpenzimet do ta fitoni raportin. Për t'i përcaktuar rezultatet neto në metoda të veçanta për grumbullimin e mjeteve financiare nxirrni shpenzimet e të hyrave për secilën metodë.
- Për të zbuluar se cilat burime kanë rezultuar me të hyra më të mëdha / më të vogla.
- Njohja e mirë e performansave të kaluara në punën, në bazë të të hyrave dhe të dalurave , nevojitet parakusht për përparim në procesin e përgatitjes së buxhetit. Kjo do t'ju ndihmojë që t'i

përdorni përvojat e kaluara pozitive dhe të tejkaloni përsëritjen e gabimeve të mëparshme.

Përderisa nuk mundeni që të siguroni të dhëna për vitin e kaluar, kërkoni të dhëna prej para dy apo tre viteve.

- **Vlerësim i performansave për vitin vijues**

Përderisa dy fazat e para të trajnimit zbatohen me kujdes dhe saktë, i tërë procesi i përgatitjes së buxhetit do të jetë shumë më i lehtë.

- ❖ Të hyrat kryesore dhe shpenzimet do të jenë të njohura.
- ❖ Anët e fuqishme dhe të forta të metodave për grumbullimin e mjeteve do të jenë të analizuara.
- ❖ Forma dhe përmbajtja e buxhetit do të jenë të ruajtura me kujdes.

QASJE HAP PAS HAPI

Secila prej fazave të përgatitjes së buxhetit mund të jetë e bazuar në sistemin e njëjtë. Këtu është e ndarë në tre hapa progresive:

- Burime të të hyrave;
- Të hyra;
- Shpenzime;
- Fitim apo humbje dhe raporte.

Hapi 1: Burime të të hyrave

Siguroni raportet e fundit financiare për punën e shoqatës nacionale dhe për punën e Njësisë për grumbullimin e mjeteve apo për Njësinë për Zhvillimin e Resurseve, përderisa janë të kapshme.

Caktoni burimet e ndryshme të të hyrave. Për këtë trajnim, ato mund të jenë të ndara në dy kategori:

1. Donacione;
2. Të hyra nga aktivitete të shoqatës nacionale.

1. Donacione

- Nga qeveria e vendit;
- Qeveri tjera;
- Agjenci të KB, organizata ndërkombëtare;
- Fondacione, korporata;
- OJQ tjera;
- Shoqata nacionale të KK / GJHK;
- Federata ndërkombëtare e KK dhe GJHK;

- Komiteti ndërkombëtar i KK;
- Ambasada;
- Banka zhvillimore.

2. **Aktivitete**

- Grumbullim i mjeteve nëpërmjet tubimeve dhe individëve;
- Anëtarësimi;
- Aktivitete për akumulimin e të hyrave;
- Kamata nga kursimi;
- Kompensime nga programe për sigurimin e shërbimeve.

Shiko Hapi 1 në formularin e paraqitur

Hapi 2: Të hyra

Tani do t'i paraqesim burimet kryesore të të hyrave, të përmendura më lartë, në pjesët e tyre përbërëse, të njohura si të hyra nga të ardhurat.

Në rastin e **Të hyra nga Donacionet,** është e patjetërsueshme që fillimisht të kontrollohen numrat për "donacione të theksuara" të siguruara për qëllime specifike.

Pasi ti identifikoni donacionet e këtij lloji, përgjigjuni në pyetjet që vijojnë:

1. Për çka ishin të dedikuara?
2. A ekziston mundësia se përkrahja e tillë do të vazhdojë edhe vitin e ardhshëm?
3. A do të ngelet shuma e njejtë?

Përderisa përgjigja e pyetjes së dytë mundshme, këto donacione mund të jenë të kyçura në buxhet. Përderisa përgjigja është e kundërt, duhet patjetër që të çkyqen nga buxheti.

Tani shikoni secilin burim të të hyrave. Mundohuni që t'i identifikoni të hyrat të cilat e përbëjnë secilën të hyrë të posaçme dhe shikoni se sa mjete vijnë prej secilës të hyrë posaçërisht.

Shiko Hapin 2 në formularin e paraqitur.

Mund të vëreni se nënshumat e paraqitura në Hapin 2 janë shumat e përgjithshme nga burimet e të hyrave, të përbëra nga të gjitha të hyrat e secilit burim.

Hapi 3: Shpenzime

Pasi në Hapin 1 dhe Hapin 2 i caktuam të hyrat e përgjithshme të shoqatës nacionale për vitin e të gjitha burimeve, tani nevojitet që të vërtetohen shpenzimet për sigurimin e këtyre të hyrave.

Siç ishte e sqaruar në Kreun 1, shpenzimet mund të jenë fikse apo variabile. Ndonjëherë është vështirë të arsyetohen shpenzimet reale për secilën të hyrë posaçërisht. Shpenzimet fikse dhe variabile shpesh herë janë të ndara mes dy apo më shumë të hyrave.

Për këtë arsye, ndoshta është patjetër që të bëhet vlerësim më i mirë për secilin nëngrup. Përskaj asaj, në fundin e kolonës ku janë të paraqitura shpenzimet, ka vend që të shtohen shpenzimet menaxhuese dhe ato fikse të cilat nuk janë mundur të locohen në të hyra të caktuara.
Kujdes. Nëse nuk keni shpenzime të sakta për pjesët e ndryshme, bëni vlerësim që ta plotësoni formularin. Kjo do t'ju ndihmojë gjatë planifikimit të buxhetit për vitin e ardhshëm.

Shiko Hapin 3 në formularin e paraqitur.

Shumat e përgjithshme të të gjitha shpenzimeve të paraqitura në Hapin 3 duhet të jenë të njejta me shpenzimet e paraqitura në setin e llogarive të cilat përdoren për analizën.

Hapi 4: Fitimi apo humbja & raporte

Pasi të mbaroni me Hapin 2 dhe Hapin 3, do të mund ta caktoni fitimin apo humbjen për secilën të hyrë, e pastaj ta caktoni edhe raportin. Ky ushtrim mund të përsëritet për secilin burim të rëndësishëm të të hyrave dhe definitivisht për të gjithë Njësinë.

Fitimi: Për tu caktuar fitimi i të hyrave, merrni shpenzimet e të hyrave bruto.

Raporti: Për tu caktuar raporti, ndani të hyrat bruto me shpenzimet.

Shiko Hapi 4 në formularin e paraqitur

Ky është fundi i analizës. Tani në bazë të njejtë mundet t'i vlerësoni performansat në punën për vitin vijues.

VLERËSIM I SUKSESIT VIJUES NË PUNË

Hapat janë të njëjta për vitin vijues siç ishin edhe për vitin e kaluar. Përsëri është me rëndësi që të ç'kyçen të hyrat "e Çrregullta" apo "të theksuara" të cilat nuk do të jenë të hyra të rregullta për çdo vit. Pyetjet të cilat duhet të parashtrohen shumë pak dallohen.

Hapi 1. Cilat janë burimet e të hyrave në vitin vijues?
Hapi 2. Cilat janë të hyrat e llojllojshme, dhe cili është vlerësimi më i mirë në krahasim me shumat e përgjithshme për të gjithë vitin? (Mbani mend që ti merrni parasysh parashikimet sezonale).
Hapi 3. Sa do të jenë shpenzimet e parapara në fund të vitit?
Hapi 4. Duke menduar se vlerësimet e Hapit 2 dhe 3 janë të sakta, sa janë fitimet dhe raportet e pritura?

BUXHETI PËR VITIN E ARDHSHËM

Pasi t'i kryejmë ushtrimet e faqeve të kaluara, do të kemi:

1. Analizë detale në vitin e fundit për të cilin kemi të dhëna të kapshme.
2. Vlerësim i arsyeshëm në bazë të asaj se çfarë do të jenë numrat në vitin vijues.

Për t'u përgatitur buxheti për vitin e ardhshëm, përcillni hapat e njëjta si për vitin e kaluar ashtu edhe për vitin vijues.

Kontrolloni burimet e ndryshme të të hyrave dhe të hyrat e tyre që të siguroheni se shoqata nacionale do të sigurojë fitim më të mirë të mundshëm për shpenzimet e bëra. Të gjitha të hyrat nuk është patjetër të jenë të dizajnuara që të sigurojnë të hyra maksimale.

Pyetjet të cilat duhet të parashtrohen për të hyrat e ndryshme janë siç vijojnë:

- A është secili nivel i fitimit i kënaqshëm nga të gjitha të hyrat në aspektin e qëllimit të planifikuar?

- A janë mjaft të larta raportet – duke kyçur raportin final? A janë të pajtueshme me kriteret e shoqatës nacionale?

- A ka të hyra të cilat nuk janë mjaft të mira për t'u arsyetuar niveli i vazhdimit?

- A ekzistojnë mënyra më ekonomike për sigurimin e të hyrave të njëjta?

- A ekzistojnë mënyra që të ulen shpenzimet apo të rriten të hyrat?

- A ka të hyra të cilat duhet të revidohen përderisa duhet të mbahen për në të ardhmen? Nëse është ashtu:
  - Si do të bëhet revizioni?
  - Sa do të kushtojë?
  - Çfarë raporte dhe fitime të reja mund të priten?

- Si përshtaten iniciativat e reja në formatin buxhetar?
  - Sa do të kushtojnë ato?
  - Kur mund të priten të hyrat?
  - Çfarë fitime do të ketë këtë vit edhe në plan afatgjatë?

- Cilat janë raportet gjenerale?
  - Duke çkyçur aktivitet të ri?
  - Duke kyçur aktivitet të ri?

Me përgjigjet e këtyre pyetjeve do të duhej që të jeni të gatshëm që të përgatitni buxhetin për vitin e ardhshëm.

A janë të kapshme raportet? A është i mjaftueshëm fitimi përfundimtar për shoqatën nacionale që t'i kompensojë të gjitha shpenzimet e planifikuara? Të hyra të caktuara ndoshta do të duhej të përshtaten deri sa të realizohet pasqyra e dëshiruar për shoqatën nacionale.

Kujdes!

- Numrat në tabelat e ardhshme janë efektive.
- Edhe përskaj sigurimit të shumës së madhe të të hollave në lartësi prej 1.624.400,00 dhe fitim i realizuar prej 1.200.000,00, raporti prapë se prapë është vetëm 3.8:1

Shumë e vështirë është që të sigurohen mjete financiare dhe njëkohësisht të kontrollohen shpenzimet. Megjithatë, kjo është shumë me rëndësi për program të suksesshëm për Zhvillimin e resurseve.

FITIMI = Të hyra – Shpenzime

Raporti = (Të hyra: Shpenzime) :1

SI TË PLANIFIKOHET BUXHETI PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANCIARE

Hapi 1 **Burimet e të hyrave**	**Hapi 2** **Të hyra / qëllimi**	
donacione		**SHUMA**
Qeveria nacionale	Trajnim nga ndihma e parë Përgatitje gjatë katastrofave **Gjithsej**	**40.000** **33.000** **73.000**
Qeveri tjera	Kanada, Programi "ABC" Finlanda, Programi "HYZ" **Gjithsej**	**38.000** **28.000** **66.000**
Agjencione ndërkombëtare	UNHCR Kujdesi për të ikurit **Gjithsej**	**98.000** **98.000**
Fondacione / Korporata	Korporata lokale: sponsorime të informimit Korporata lokale: përkrahje e përgjithshme Fondacioni SHBA: përkrahje e përgjithshme **Gjithsej**	24.000 30.000 20.000 **74.000**
Lëvizje të KK / GJHK	KK i Suedisë – Programi për kujdes **Gjithsej**	13.000 **13.000**

AKTIVITETE	DOTACIONE TË PËRGJITHSHME	**324.000**
Dotacione të individëve	Donacione afatshurte Anëtarësim Dhurata në mallra Trashëgimi Rekrutim të donatorëve **Gjithsej**	37.000 24.000 12.000 58.000 7.000 **138.000**
Tubime për grumbullimin e mjeteve	Dita e flamurit Baloja Gala Panairi veror **Gjithsej**	84.000 148.000 52.000 **284.000**
Projekte për akumulimin e të hyrave	Shitore për rroba të vjetra Qira për lokale Loto **Gjithsej**	312.000 106.000 420.000 **838.000**
Kompensim për shërbime të shoqatës nacionale	Shërbimi për ndihmë të parë Kurse për ndihmë të parë **Gjithsej**	30.000 10.000 **40.000**
	GJITHSEJ AKTIVITETE	**1.300.000**
	GJITHSEJ	**1.624.000**

SI TË PLANIFIKOHET BUXHETI PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANSIARE

Hapi 3 **Shpenzime për grumbullimin e mjeteve financiare**			**Hapi 4** **Fitim apo humbje dhe Raporte**	
SHPENZIME TË PËRGJITHSHME	FIKSE	VARIABILE	FITIM / HUMBJE	RAPORT
2.000 1.000 **3.000**	2.000 1.000 **3.000**		38.000 32.000 **70.000**	20:1 33:1 **24.3:1**
3.000 2.000 **5.000**	2.500 1.500 **4.000**	500 500 **1.000**	35.000 26.000 **61.000**	12.6:1 14:1 **13.2:1**
1.000 **1.000**	900	100	97.000 **97.000**	**98:1**
2.000 4.000 3.000 **9.000**	2.000 4.000 3.000 **9.000**		22.000 26.000 17.000 **65.000**	12:1 7.5:1 6.7:1 **8.2:1**
500	500		12.500	

500	**500**		**12.500**	**26:1**
18.500			**305.500**	**17.5:1**
6.500	4.000	2.500	30.500	5.7:1
3.500	2.000	1.500	20.500	6.9:1
2.000	2.000		10.000	6:1
2.500	2.000	500	55.500	23.2:1
10.000	3.000	7.000	(3.000)	0.7:1
24.500	**13.000**	**11.500**	**113.500**	**5.6:1**
23.000	6.000	17.000	61.000	3.7:1
61.000	5.000	56.000	87.000	2.4:1
12.000	3.000	9.000	40.000	4.3:1
96.000	**14.000**	**82.000**	**188.000**	**3:1**
150.000	110.000	40.000	162.000	2.1:1
9.000	1.000	8.000	97.000	11.8:1
96.000	16.000	80.000	324.000	4.4:1
255.000	**127.000**	**128.000**	**583.000**	**3.3:1**
25.000	20.000	5.000	5.000	1.2:1
5.000	4.000	1.000	5.000	2:1
30.000	**24.000**	**6.000**	**10.000**	**1.3:1**
405.500			**894.500**	**3.2:1**
424.000			**1.200.000**	**3.8:1**

FORMULAR PËR BUXHETIN

Burime të të hyrave	**Të hyra / qëllime**	
DOTACIONE		SHUMA

AKTIVITETE	DOTACIONE TË PËRGJITHSHME	
	AKTIVITETE TË PËRGJITHSHME	
	SHUMA E PËRGJITHSHME	

FORMULAR PËR BUXHETIN

Shpenzime për grumbullimin e mjeteve financiare			**Fitim apo humbje dhe Raporte**	
SHPENZIME TË PËRGJITHSHME	FIKSE	VARIABILE	FITIM / HUMBJE	RAPORT

KREU 2

MENAXHIM FINANCIAR

1. ÇKA ËSHTË MENAXHIMI FINANCIAR 63

2. RËNDËSIA E PLANIFIKIMIT DHE PËRGATITJES SË BUXHETIT 63

3. KONTROLLIMI I SHPENZIMEVE

   Lista kontrolluese për ide për kontrollimin e shpenzimeve dhe kursimin e të hollave 65

4. RREGULLIMI I PROCESIT TË GRUMBULLIMIT TË TË HOLLAVE 66

5. PROCEDURA KONTABILITETI 66

6. REVIZION 68
   Revizion i jashtëm 68
   Revizion i brendshëm 68

7. MARKETING FINANCIAR 69

   Gjëra të cilat duhet të mbahen mend kur prezantohet gjendja financiare 70

8. MENAXHIM 70

9. SHTOJCA D: DIAGRAM I TË HYRAVE / TË DALURAVE 73

QËLLIME

MËSONI TË.....

- KUPTONI SE ÇKA NËNKUPTOHET ME MENAXHIMIN FINANCIAR.
- KONTROLLONI SHPENZIMET DHE TË KURSENI TË HOLLA.
- SIGURONI QË MJETET E SHOQATËS NACIONALE TË SIGUROHEN NË MËNYRË TË RREGULLT.
- SIGURONI QË MJETET TË MENAXHOHEN ME RREGULL.
- TA KUPTONI LIDHJEN MES REPUTACIONIT TË SHOQATËS NACIONALE DHE MENAXHIMIN E SIGURT FINANCIAR

1. ÇKA ËSHTË MENAXHIM FINANCIAR

Menaxhimi financiar apo menaxhimi financiar është i lidhur me të gjitha aspektet e punës me të hollat e shoqatës nacionale. Kjo do të thotë:

- **Kontrollim se planet dhe buxheti i shoqatës nacionale janë të sigurt në mënyrë financiare dhe se buxheti është i barazuar;**
- **Kontrollim mujor i buxhetit dhe situatës financiare, që të vërtetohen dorëzimet, të sigurohen sqarime dhe të ndërmerret aksion i patjetërsueshëm;**
- **Vrull drejt kursimeve të të gjitha furnizimeve;**
- **Kontrollim i shpenzimeve dhe përcjellje e kornizës buxhetore;**
- **Vëzhgim i burimeve të financimit dhe kujdesje që të mos përdoren metoda të cilat mund ta shkatërrojnë reputacionin e shoqatës nacionale.**
- **Zbatim dhe përcjellje e procedurave efikase të kontabilitetit;**
- **Rregullim i sistemit për grumbullim, numërim, menaxhim, kontribut dhe llogaridhënie – kujdes për respektimin e integritetit të procesit në çdo moment;**
- **Futje e kontrollit dhe revizionit adekuat të jashtëm dhe të brendshëm;**
- **Prezantim në mënyrë të rregullt dhe të qartë të gjendjes financiare të shoqatës nacionale para organeve të brendshme dhe të jashtme dhe partnerëve; Kjo çështje në mënyrë plotësuese diskutohet në pjesën 7 të këtij kreu në pjesën e marketingut financiar.**

Shumë funksione financiare – menaxhuese janë pjesë integrale të zhvillimit të resurseve. Mënyra në të cilën zbatohen këto funksione ka ndikim të madh në efektivitetin e zhvillimit të resurseve.

2. RËNDËSIA E PLANIFIKIMIT DHE PËRGATITJES SË BUXHETIT

Në Kreun 1 të këtij doracaku diskutohet procesi i planifikimit dhe përgatitjes së buxhetit. Ky proces është me rëndësi esenciale për suksesin në punë dhe paraqet element vital të menaxhimit financiar. Planifikimi dhe përgatitja me kujdes i buxhetit do të ndihmojë në definimin e programeve reale të shoqatës

nacionale dhe zbatim i pasqyrës së qartë se në cilën mënyrë do të sigurohen mjetet për këto programe.

Roli i menaxhimit financiar gjatë planifikimit dhe përgatitjes së buxhetit është:

- Të kontrollohet se buxheti i propozuar është i shëndoshë dhe i sigurt në mënyrë financiar – se qëllimet dhe shpenzimet janë reale, dhe se buxheti është i barazuar;

- Të sigurohet koordinim mes sigurimit të mjeteve dhe shpenzimeve të të hollave që të minimalizohet mundësia për paraqitjen e problemeve në rrjedhjen e të hollave.

- Të kryhet kontrollim i rregullt i gjendjes financiare dhe të ndërmerren aktivitete korrekte që të tejkalohen problemet të cilat vërtetohen gjatë kontrollimeve;

- Të sigurohet se të gjitha shpenzimet janë në nivel të arsyeshëm dhe se raporti i të hyrave dhe të dalurave të shoqatës nacionale është e pranueshme për shoqatën nacionale dhe për opinionin (shiko **Kreu 1, Pjesa 12: Raporte);**

- Të ekzistojë vetëdije për efektet e mundshme të të hyrave të caktuara (për shembull: të hyra të cilat i ka caktuar donatori të përdoren për qëllim të caktuar) në bazë të rrjedhave të të hollave dhe mjeteve të kapshme për përkrahje esenciale;

- Të sigurohet shpenzim real i mjeteve për sigurimin e të hyrave të caktuara;

- Të sigurohet amortizim i shpenzimeve për furnizime kapitale (gjegjësisht, të ndara në buxhet në periudhë të caktuar kohore, varësisht nga zgjatja e pritur e prodhimeve) dhe se çmimi i amortizimit është kyçur në pjesën e të dalurave të buxhetit për çdo vit.

3. KONTROLLIMI I SHPENZIMEVE

Shoqatat nacionale të Lëvizjes së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe janë kanal nëpërmjet të cilëve mjetet e siguruara nga qeveritë, shoqatat, kompanitë dhe individët drejtohen për të ndihmuar grupet e mjeruara të popullatës. Për këtë, kontrollimi i të gjitha shpenzimeve të shoqatës nacionale është element i rëndësishëm në pjesën e zhvillimit të resurseve për shkak se ndihmon në garantimin se pjesa më e madhe e mjeteve të dhuruara do të përdoren për përkrahjen e popullatës së mjeruar.

Kontrollimi i shpenzimeve nuk do të thotë se projektet apo aktivitetet duhet të pësojnë për shkak të aludimit joadekuat të resurseve për implementimin e tyre. Kjo0 do të thotë **përckatim i shumës optimale të të hollave për programet e shoqatës nacionale.** Kjo do të thotë tejkalim i shpenzimeve të panevojshme dhe **kryerjen e kontrollimit në të gjitha shpenzimet** që të arrihet funksionim optimal efikas me çmim më të ulët të shpenzimeve.

Lista e ideve për kontrollim të shpenzimeve dhe kursim të të hollave

- Mbani mend që t'i shikoni shpenzimet fikse si dhe shpenzimet variabile kur dëshironi t'i kontrolloni të dalurat (shiko **Kreu 1** për sqarim në bazë të shpenzimeve fikse dhe variabile). Shumë më lehtë është të ndryshohen shpenzimet variabile, por në plan afatgjatë, kontrollimi i fortë i shpenzimeve fikse do të jenë me dobi më të madhe.

- Kujdesuni që dikush të jetë përgjegjës për të gjitha shpenzimet. Ky person patjetër duhet t'i miratojë shpenzimet e bëra për pjesën e tij të përgjegjësive dhe do të jetë personalisht përgjegjës që të sigurojë se shpenzimet janë në kuadër të buxhetit të nënshkruar.

- Përcillni shpenzimet dhe zbatoni me rregull shpenzimet rrjedhëse me lartësinë e shpenzimeve të cilën e keni paraparë në buxhet. Vërtetoni se a ka qasje të rëndësishme dhe ndërmerrni hapat e nevojshme për pajtueshmërinë e tyre.

- Para pajtueshmërisë së shumës së shpenzimeve që duhet të ndahen në të hyra për grumbullimin e mjeteve apo për mobilizimin e fondeve, kujdesuni që të vërtetoni se a janë ato të arsyetuara nëpërmjet parashtrimit të pyetjes që vijon:

  - A është në kuadër të raportit të kontratuar raporti i të hyrave në bazë të të dalurave nga ana e shoqatës nacionale dhe a do të pajtohen në periudhë të dhënë kohore në të ardhmen?
  - Nëse raporti nuk bën pjesë në kuadër të nivelit të pranueshëm, a i arsyetojnë beneficionet shpenzimet plotësuese?

- Kujdesuni që furnizimet më të mëdha kapitale dhe marrëveshjet tjera të sigurohen nëpërmjet tenderit (me oferta) dhe sigurim të më së paku tre ofertave para se të bëhet furnizimi.
- Kërkoni nga furnizuesit që t'ju bëjnë lirime;
- Kërkoni lirim nga tatimi nga ana e qeverisë;
- Kërkoni donacione në mallra dhe shërbime të cilat zakonisht i paguani;
- Kërkoni alternativa më të lira gjatë furnizimit apo huazimit të pajisjeve, automjeteve apo hapësirës për zyre;
- Kërkoni nga vullnetarët t'a dhurojnë kompensimin e shpenzimeve.

4. RREGULLIMI I MËNYRËS SË GRUMBULLIMIT TË MJETEVE FINANCIARE

Grumbullimi i të hollave dhe akumulimi i të hyrave duhet të paraqesë diçka më shumë përveç efektivitetit në bazë të shpenzimeve. Gjithashtu me rëndësi është, posaçërisht për organizatat joprofitabile siç janë shoqatat e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe të cilat mbështeten në përkrahjen donatore, të hollat të sigurohen në mënyrë fer, moral dhe në mënyrë të ndershme. Një ndër gjërat më të rëndësishme për Kryqin e Kuq dhe Gjysmëhënën e kuqe është reputacioni. Asgjë nuk guxon të bëhet në aspektin e grumbullimit të të hollave, apo nëpërmjet aktivitetit tjetër, që do ta sjellë në çështje reputacionin e Kryqit të Kuq.

Në menaxhimin financiar kjo do të thotë:

- Kujdesuni që të gjitha aktivitetet në të cilat janë kyqur shpenzimet e të hollave të bëhen në pajtueshmëri me ligjin e vendit dhe të janë në pajtueshmëri me kulturat dhe përcaktimet fetare të qytetarëve.

- Siguroni që të gjitha aktivitetet lidhur me lojërat e fatit, siç janë lotaritë, shitja e buletave dhe garat të jenë fer dhe të rregullta.

- Sigurimi i ekzistimit të sistemeve adekuate për pranim dhe ruajtje të sigurt të të hollave, me qëllim që të mbrohen mjetet financiare dhe reputacioni i njerëzve të cilët punojnë me të hollat.

- Regjistroni pranimin e të hollave të cilat janë dhuruar në shoqatën tuaj nacionale dhe gjithmonë kur do të ketë mundësi, donatorit t'i siguroni fletëpagesë.

- Siguroni zbatimin e procedurave adekuate kontabiliste menjëherë pas pranimit të të hollave.

- Shfrytëzoni të hollat ashtu siç i keni premtuar donatorit apo ashtu siç ka kërkuar donatori prej jush.

- Tejkaloni donacionet e burimeve të cilat nuk kanë repuatcion të mirë.

- Ndërmerrni hapa adekuate që të siguroni besueshmëri dhe ndershmëri për të gjithë ata të cilët sigurojnë mjete financiare për shoqatën nacionale.

5. PROCEDURAT E KONTABILITETIT

Me qëllim që ta përcjellë situatën e vet financiare, shoqata nacionale patjetër duhet të ketë sistem adekuat dhe të sigurt të kontabilitetit.

Sistemi duhet:

- T'i regjistrojë të gjitha transakcionet financiare në mënyrë të diciplinuar dhe gjithëpërfshirëse.

- Të ketë procedurë të zbatuar për menaxhim me të holla që t'i mbrojë të hollat nga vjedhja apo marrje të pa autorizuar, dhe t'i mbrojë personat të cilët janë përgjegjës për të hollat nga dyshimet dhe akuzimet për nderin dhe integritetin e tyre.

- T'i rregullojë revizionet që të sigurohet respekti i të gjitha procedurave (shiko më poshtë).

Secili sistem i kontabilitetit duhet t'i respektojë parimet themelore të cilat vijojnë:

- Secili transakcion duhet të përkrahet me dokument të caktuar, shembull. Vërtetim për donacion për të holla të dhuruara apo faturë / vërtetim për të hollat e shpenzuara për furnizimin e prodhimit apo shërbimit të caktuar.

- Përdorni formularë standard numerik dhe dëshmi për qëllime kontabiliteti.

- Gjithmonë kur ka mundësi, menaxhimin me mjete të gatshme në të holla duhet ta bëjnë dy persona së bashku.

- Asnjëherë nuk duhet i njëjti person t'i kryejë dy procedura te njëpasnjëshme të kontabilitetit, dhe sipas mundësive, secilën fazë duhet ta zbatojë ndonjë person tjetër.

- Patjetër duhet të theksohet qartë se kush ka autorizim për sanksionim të caktuar të transaksionit dhe autorizimi patjetër duhet të merret para kryerjes së cilitdo transaksion.

- Të gjitha çeqet dhe dokumentet tjera adekuate duhet të nënshkruhen prej dy personave. Nëse çeku është në lartësi më të madhe të të hollave, njëri prej nënshkruesve duhet të jetë i punësuar ndërsa tjetri anëtar i këshillit ekzekutiv.

- Dokumentacioni i kontabilitetit patjetër duhet të evidentohet rregullisht dhe transaksionet patjetër duhet të regjistrohen së shpejti pasi të bëhen ato.

- Në të gjitha llogaritë duhet të bëhet revizion në bazë vjetore.
- Llogaritë duhet të jenë të kapshme për shqyrtim tek secili person i cili ka shkaqe të arsyeshme që ato t'i shikojë.
- Të gjitha të hollat duhet të barten në llogari menjëherë pas pranimit, e deri sa ajo të bëhet, të hollat duhet të ruhen në vend të sigurt.
- Pasi të fillojë ndonjë projekt i caktuar për të cilin do të merren mjete të caktuara, duhet t'i ndahet kod dhe të hapet llogari e posaçme në bankë që të bëhet kontrollim i saktë financiar.
- Shoqata nacionale duhet të zbatojë sistem me të cilin të punësuarit dhe vullnetarët të cilët janë të merakosur për cilindo aspekt të procedurave financiare të mund ta inicojnë çështjen para anëtarit të këshillit ekzekutiv dhe/apo sekretarit gjeneral.

6. REVIZION

Secila shoqatë nacionale ka për obligim që para donatorëve, të punësuarve, vullnetarëve dhe përdoruesve t'i mbrojë mjetet financiare dhe me ato të menaxhojë në mënyrë përgjegjëse.

REVIZIONE TË JASHTME

Si rregull e përgjithshme, për çdo vit firmë e kualifikuar dhe pavarur e kontabilitetit duhet të zbatojë revizion të raporteve financiare. Qëllimi i revizionit është që të merret mendim për raportet financiare me qëllim që të vërtetohet se ato në mënyrë të besueshme i shprehin llogaritë projektuese, pagesat, lëvizjet e mjeteve financiare dhe bilancet për periudhën për të cilën bëhet revizioni. Përskaj asaj, revizorët duhet të kapin mendimin e tyre se a janë në përputhshmëri të hyrat, të dalurat dhe bilanci me librat financiar dhe dokumentacionin të cilat i evidenton Shoqata nacionale.

Njësia e brendshme e revizionit të Federatës Ndërkombëtare e kryen revizionin e mjeteve financiare të transferuara nga ana e Federatës Ndërkombëtare në Shoqatat nacionale. Përderisa për projektin tuaj keni marrë mjete nga Federata Ndërkombëtare, për ato do të bëhet revizion i jashtëm nga ana e revizorëve të caktuar nga Njësia për Revizion të Brendshëm të Federatës Ndërkombëtare. Këto revizorë do të jenë nga radhët e firmës ndërkombëtare revizore që të sigurohet nivel i njëjtë i kualitetit në tërë botën.

Procedura e njëjtë zbatohet për të holla të marra nga burime tjera të jashtme. Me kujdes shikoni marrëveshjet dhe dispozitat të cilat kanë të bëjnë me donacione të këtilla.

Kontroll i brendshëm

Sistemi i mirë i kontabilitetit duhet të ketë sisteme të brendshme kontrolluese (shiko më lartë). Përskaj elementeve të përmendura, në pajtueshmëri me Procedurat e Kontabilitetit, duhet të theksohet se një firmë e pavarur lokale për revizion (mundësisht të jetë pjesë e firmës së njohur ndërkombëtare për revizion) mund të sigurojë këshilla për atë se si duhet të strukturohen.

Rekomandime për menaxhim financiar dhe kontrolle të brendshme mund të gjenden në dokumentin **Përforcim i menaxhimit financiar, Doracak për shoqata nacionale** të Malka Dharmaratne (studime për zhvillim HDI, Nr. 5, 1990, reviduar në shtator 1992, Instituti Anri Dinan).

7. MARKETING FINANCIAR

Marketingu financiar paraqet mënyrën e prezantimit të gjendjes financiare të shoqatës nacionale para komponentëve të organizatës dhe partnerëve.

Këtu nënkuptojmë:

- Këshilli ekzekutiv i shoqatës nacionale, i cili e bart përgjegjësinë përfundimtare për punën e shoqatës nacionale;
- Të punësuarit dhe vullnetarët e shoqatës nacionale, të cilët duhet të jenë plotësisht të njoftuar me gjendjen financiare;
- Donatorë dhe anëtarë, të cilëve duhet t'u tregohet se të hollat të cilat i kanë dhënë përdoren në mënyrë më efikase dhe më efektive;
- Trupa tjerë financiar në vend të cilët i kontrollojnë faturat e organizatave joprofitabile;
- Opinioni, posaçërisht ata prej të cilëve kërkohet në mënyrë të caktuar që të japin kontributin e tyre në punën e shoqatës nacionale. Si dhe donatorët e vazhdueshëm dhe donatorët potencial nga radhët e opinionit patjetër duhet të jenë të kënaqur në krahasim me atë se donacionet të cilat do t'i japin do të përdoren në mënyrë sa më të mirë.

Reputacioni i secilës shoqatë nacionale është me rëndësi esenciale për përfitimin dhe mbajtjen e përkrahjes së opinionit. A do t'ju pëlqejë juve apo jo, shumë njerëz do ta vlerësojnë shoqatën nacionale mënyrën e

punës financiare. Gjithashtu, vetëm një rast i publicitetit të keq në opinion në bazë të shpenzimeve të bëra në mënyrë të keqe mundet seriozisht t'i bëjë dëm imazhit të shoqatës nacionale në një periudhë më të gjatë kohore.

Megjithatë, ekziston anë pozitive. Tregimi i efikasitetit në sigurimin dhe përdorimin e mjeteve nga ana e shoqatës nacionale mund të jetë me rëndësi esenciale për sigurimin e mjeteve nga ana e njësisë për zhvillimin e resurseve.

Për shembull, shpalleni llogarinë përfundimtare vjetore në gazeta, në bilborde apo në fletushka. Qëllimi është që në mënyrë publike të falënderoheni dhe ta informoni opinionin nëpërmjet prezantimit të tabelave dhe grafikoneve për burime të financimit dhe përdorimit të mjeteve financiare. Porosi me falënderim publik nga ana e kryetarit tuaj dhe fotografi nga aktivitetet e zbatuara do t'i japin raportit edhe më shumë rëndësi dhe mund të ndihmojnë në nxitjen e donatorëve të rinj që të japin kontribut për shoqatën nacionale.

Gjëra në të cilat duhet pasur kujdes gjatë prezantimit të pasqyrës financiare të shoqatës nacionale

- Llogaritë ndoshta do të paraqesin mistere për ata persona të cilët janë të mësuar t'i shikojnë. Me rëndësi është që të përshtatet informacioni për audiencën qëllimore. Këshilli ekzekutiv duhet të dijë për punën me të gjitha individualitetet. Për donatorët, mund të prezantoni version më të thjeshtë, nëpërmjet diagrameve, siç është dhënë në Shtojcën C.

- Kujdesuni për informacionet të cilat i jepni që të jenë të ndershme dhe në pajtueshmëri me gjendjen faktike.

- Jeni transparent për çështjet financiare. Përderisa mundoheni të fshihni gjëra të caktuara vetëm se do t'i nxisni njerëzit të dyshojnë në më të keqen. Përderisa ka ekzistuar problem, më së miri është që ai problem të mos mbulohet që të mund të zgjidhet.

- Përgatitni material financiar marketingu menjëherë pas mbarimit të revizionit vjetor.

- Caktojeni saktë periudhën me të cilën kanë të bëjnë të dhënat.

- Krahasoni me vitet e kaluara, posaçërisht nëse janë të qarta përmirësimet evidente në performanca.

- Arsyetoni apo sqaroni ndryshimet kryesore krahasuar me vitet e kaluara. Sqaroni pse kanë ndodhur dhe jepni mendim se a ekziston mundësi që të përsëritet sërish.

- Jepni vërejtjen tuaj për ngjarje të rëndësishme që kanë pasur ndikim të rëndësishëm për ngjarjen.

- Theksoni trende apo tregues të caktuar që mund të kenë efekt në gjendjen financiare për periudhën që vijon.

8. MENAXHIM

Të punësuarit dhe vullnetarët e shoqatës nacionale të Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe janë me rëndësi esenciale për realizimin e qëllimeve të Lëvizjes në procesin e kryerjes së nevojave për popullatën e mjeruar në të gjithë botën.

Punëtorët e KK / GJHK, në të gjitha nivelet e funksionimit mbajnë përgjegjësi serioze si menaxhues dhe mbrojtës së mjeteve financiare dhe resurseve tjera – individë, shoqata, qeveri, korporata. Personat të cilët janë të kyçur në zhvillimin e resurseve mbajnë përgjegjësi të posaçme para donatorëve dhe përdoruesve në bazë të ndershme, dedikuese dhe efektive në shpenzimin e mjeteve.

Menaxhimi financiar duhet të merret me seriozitet. Shoqata nacionale duhet të zbatojë procedura për lëvizje të drejtpërdrejtë të mjeteve nga donatorët deri tek përdoruesit.

Menaxhimi i mirë do të thotë:

- Respektim i normave morale dhe financiare;
- Plotësim i standardeve profesionale për menaxhim organizativ;
- Sigurim të kushteve të mira për punë për të punësuarit dhe vullnetarët;
- Dorëzimi i raporteve tek donatorët për mënyrën e përdorimit të mjeteve me qëllim që të sigurohet besimi i donatorëve dhe të nxiten donacione të reja;
- Sigurim i suksesit të Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe për gjeneratat që vijnë.

REZIME

- MENAXHIMI FINANCIAR NËNKUPTON ZBATIMIN E PROCEDURAVE TË SIGURTA PËR PLANIFIKIM DHE PËRGATITJE TË BUXHETIT DHE NDËRMARJE TË MASAVE QË ATO TË ZBATOHEN.

- TEJKALIMI I SHPENZIMEVE TË PA NEVOJSHME DHE REVIDIMI I SHPENZIMEVE NDIHMON NË REALIZIMIN E VEPRIMIT EFIKAS ME SHPENZIME TË ARSYESHME.

- MJETET FINANCIARE ÇDOHERË DUHET TË SIGUROHEN NË MËNYRË FER DHE TË NDERSHME, HAPTAZI DHE ME RESPEKTIMIN E TRADITAVE LOKALE.

- SHOQATËS NACIONALE I NEVOJITET SISTEM I SIGURT I KONTABILITETIT ME KONTROLLË TË BRENDSHME TË ZBATUAR DHE REVIZIONE TË JASHTME.

- DONATORËT JANË TË GATSHËM TË JAPIN MË SHUMË KUR DINË SE GJËRAT FINANCIARE TË SHOQATËS NACIONALE KRYHEN NË MËNYRË TË KOMPLETUAR.

SHTOJCA Ç

SHEMBUJ TË DIAGRAMEVE PËR DONATORË PËR TË HYRA / SHPENZIME TË REALIZUARA

Zakonisht ky dokument është pjesë e Raportit Vjetor apo Llogarisë përmbaruese.

TË HYRA – PREJ NGA VIJNË TË HOLLAT

A. Fushata vjetore për grumbullimin e mjeteve	21,349,761	29%
B. Donacione për aktivitete për përgatitshmëri dhe veprim gjatë katastrofave	28,106,437	38%
C. Të hyra nga qiramarrja	12,514,067	17%
Ç. Dhurimi i gjakut	4,209,696	6%
D. Ngjarje bamirëse	2,580,000	3%
Dh. Kontribute nga fushata të zbatuara në vitin e kaluar	4,551,936	6%
E. Anëtarësimi	778,809	1%
Gjithsej	**74,090,710**	**100%**

TË DALURA – KU JANË SHPENZUAR MJETET

A. Funksionimi i OKKK	13,506,091	18%
B. Dhurimi i gjakut	9,435,251	13%
C. Aktivitete për veprim gjatë katastrofave	26,750,688	36%
Ç. Kryqi i Kuq i rinisë	2,647,907	4%
D. Aktivitete për përgatitshmëri gjatë katastrofave	1,645,822	2%
Dh. Program social	1,833,545	2%
E. Program shëndetësor, kujdes për të sëmurët	1,982,918	3%
Ë. Kontribute ndërkombëtare & Konferenca KK	839,478	1%

H. Programe të ndryshme	1,048,354	1%
I. Menaxhim, planifikim & Administrim	7,062,766	10%
J. Mobilizim i fondeve	4,868,293	7%
K. Informim	2,469,587	3%
Gjithsej	**74,090,710**	**100%**

Kreu 3

UDHËHEQËSI VULLNETARE:
KOMISIONE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

1. ROLI I KOMISIONEVE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE 77
Llojet e komisioneve për zhvillimin e resurseve 77

2. KOMISIONI NACIONAL PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE (KNZHR) 77
Role të mundshme të KNZHR 78
Përbërja e KNZHR 79
Detyrat e KNZHR 80
Si të formohet KNZHR 81
Zhvillim i KNZHR ekzistues 83
Rekrutimi i anëtarëve të rinj të KNZHR 84
Komision Efikas për Zhvillimin e Resurseve 85

3. KOMISIONE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE TË ORGANIZATAVE KOMUNALE TË KRYQIT TË KUQ 86
Roli i komisioneve të OKKK 86
Menaxhim me komisionet e OKKK 87
Formim të komisionit të ri në OKKK 88
Zhvillim i komisionit ekzistues të OKKK 88

4. KOMISIONE TË SPECIALIZUARA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

5. KOMISIONE RAJONALE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

QËLLIME

MËSONI TË.....

- PËRDORNI VULLNETARËT PËR TË QENË SHEMBULL NË LËMINË E SIGURIMIT TË MJETEVE FINANCIARE.
- PËRDORNI KOMISIONIN NACIONAL PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE.
- ZGJEDHNI DHE FORMONI KOMISION NACIONAL PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE.
- REKRUTONI ANËTARË TË KOMISIONIT DHE TA PËRKRAHNI PUNËN E TYRE.
- FORMONI KOMISIONE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE NË ORGANIZATË KOMUNALE TË KRYQIT TË KUQ.

1. ROLI I KOMISIONEVE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Vërejtje: Rekomandimet në këtë kaptinë janë të bazuara në shoqatat nacionale në shtetet ku komisionet vullnetare paraqesin mënyrë tanimë të zbatuar për sigurimin e përkrahjes për programin e zhvillimit të resurseve. Zbatimi praktik i konceptit të komisionit vullnetar për zhvillimin e resurseve (apo komisioni për grumbullimin e mjeteve financiare) dallohet nga vendi në vend. Bile edhe atje ku ekzistojnë komisionet për zhvillimin e resurseve, roli i tyre mund të jetë ndryshe duke u nisur nga kërkesa këshilluese e deri tek ajo aktive e donacionit. Disa mund t'i kenë edhe të dy rolet. Shoqata juaj nacionale duhet vetëm të vendosë se cili rol është më adekuat dhe më efikas për një komision të tillë në zbatimin e programit tuaj.

Komisionet për zhvillimin e resurseve mund t'iu ndihmojnë shoqatave nacionale që t'i maksimalizojnë aftësitë dhe kohën e personelit dhe të vullnetarëve në përparimin e programit për zhvillimin e resurseve.

Ekzistimi i komisioneve të vërteta, përdorimi dhe përkrahja e tyre e shkathtë, shoqatës nacionale i mundëson burim të fuqishëm të ideve, aftësive, kontakteve dhe aksionit.

Lloje të komisioneve për zhvillimin e resurseve

Në orvatjet për grumbullimin e mjeteve, shoqatat nacionale mund të mendojnë për formimin e tre llojeve të komisioneve për zhvillimin e resurseve:

- Komisioni nacional për zhvillimin e resurseve;
- Komisioni për zhvillimin e resurseve të OKKK;
- Komision i specializuar për zhvillimin e resurseve;

Shoqatat më të mëdha nacionale mund të mendojnë edhe për të katërtën:

- Komision rajonal për zhvillimin e resurseve.

Ta shqyrtojmë secilin komision në detaje.

2. KOMISIONI NACIONAL PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Komisioni nacional për zhvillimin e resurseve do të duhej të jetë pjesë e strukturës udhëheqëse të shoqatës nacionale.

Për secilën shoqatë nacionale drejton këshill ekzekutiv apo trup i ngjashëm, i përbërë nga vullnetarët. Për t'iu ndihmuar në zbatimin e përgjegjësive, këshilli ekzekutiv mund të ketë disa komisione të cilat do t'i ndihmojnë në punë. Ato dalin nga më shumë fusha programore në punën e shoqatës nacionale. Njëra prej komisioneve do të mund të jetë edhe komisioni nacional për zhvillimin e resurseve.

Mundësia tjetër është, që në përbërjen e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve të ketë vullnetarë të cilët nuk janë pjesë e strukturës udhëheqëse të shoqatës nacionale. Me këtë komision do të drejtonte bashkëpunëtor profesional për zhvillimin e resurseve. Shoqata juaj nacionale mund të kërkojë edhe alternativë tjetër. Zgjidhni një zgjedhje e cila më së shumti do t'i përshtatej nevojave në situatën tuaj.

Role të mundshme të komisionit nacional për zhvillimin e resurseve

Komisioni nacional për zhvillimin e resurseve ndihmon në zhvillimin dhe udhëheqjen e programit për zhvillimin e resurseve të shoqatës nacionale. Atë mund ta bëjë në më shumë mënyra.

- **Planifikim i përgjithshëm dhe strategjik**

Anëtarët e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve i përkrahin udhëheqësit për zhvillimin e resurseve në përparimin nën punën e tyre. Këtu bie edhe bashkëpunimi me udhëheqësit në përgatitjen dhe zbatimin e Planit Financiar i cili është i lidhur me planin e përgjithshëm për zhvillimin e shoqatës nacionale (shiko **Kreu 1: Planifikimi dhe përgatitja e buxhetit).**

- **Liderë në sigurimin e kontributeve**

Të gjithë anëtarët e komisionit mund të japin kontribut personal financiar apo kontribut në mallra në shoqatën nacionale dhe t'i nxisin vullnetarët tjerë dhe personelin për ta bërë të njëjtën gjë.

- **Vërtetimi dhe revidimi i buxhetit**

Anëtarët e komisionit konsultohen rreth secilës të hyrë vjetore, bëjnë vlerësimin e buxhetit, rregullisht e kontrollojnë punën e organizatës dhe japin propozime për adaptimin e buxhetit kur për atë ka nevojë.

- **Përkrahje speciale**

Përderisa anëtarët e komisionit disponojnë me aftësi të posaçme, atëherë mund t'iu shkojnë ndërmarrjeve dhe t'iu ofrojnë përkrahje apo ndihmë në planin e përmirësimit të publicitetit, ndihmë të drejtpërdrejtë apo ngjarje të posaçme.

- **Zbatimi i kontakteve afariste**

Anëtarët e komisionit shpesh kanë kontakte dhe njohuri se kush mund të ketë rëndësi të madhe në procesin e përgatitjes së planeve të shoqatës nacionale.

- **Përfaqësim**

Komisioni duhet të mundësojë që të gjithë në shoqatë – udhëheqës, donatorë, anëtarë, vullnetarë dhe të punësuar, që në mënyrë të barabartë ta kuptojnë dhe vlerësojnë rëndësinë e zhvillimit të resurseve.

- **Përmirësimi i imazhit publik të shoqatës nacionale**

Për shkak natyrës në punimin e planit për zhvillimin e resurseve qasja ndaj opinionit, do të thotë se komisioni do të jetë i kyçur në komunikime. Organizatat joprofitabile e kombinojnë komunikimin dhe zhvillimin e resurseve që të arrijnë porosi maksimale të qartë të cilën e dërgojnë në opinion. Komisioni nacional për zhvillimin e resurseve është medium ideal për koordinimin e këtyre dy rajoneve në punë.

- **Paraqitje**

Anëtarët e komisionit mund të punojnë në punën e sigurimit të resurseve në mbledhje të komisioneve, në mbledhje publike dhe në ngjarje të posaçme.

Përbërja e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve

Me qëllim që të punojë në mënyrë efikase, Komisioni nacional për zhvillimin e resurseve me siguri do të ketë më së paku 6 ndërsa më së shumti 12 anëtarë.

Të gjithë anëtarët duhet të jenë vullnetarë, por anëtarë adekuat nga radhët e të punësuarve duhet të marrin pjesë në mbledhje dhe ta përkrahin punën e komisionit. Përkrahja e të punësuarve duhet të jetë në formë të informimit në komisionin për çështje lidhur me zhvillimin e resurseve në shoqatën nacionale dhe sigurimin e përkrahjes adekuate për komisionin.

Kryetari i Shoqatës nacionale duhet të jetë vazhdimisht i informuar për punën e komisionit. Sekretari gjeneral gjithashtu duhet t'i ndihmojë komisionit.

Si në të gjitha komisionet, disa anëtarëve iu ndahen funksione. Më të rëndësishëm janë:

- Kryetari;
- Nënkryetari;
- Sekretari.

Anëtarët e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve duhet të:

- Përkrahin qëllimet kryesore të shoqatës nacionale;
- Kenë përvojë apo interes për disa aspekte të zhvillimit të resurseve;

- Jenë të gatshëm të ndajnë kohë dhe angazhim të cilat janë të nevojshme për punë efikase në komision.

Komisioni për zhvillimin e resurseve duhet të disponojë me numër të madh të aftësive. Disa prej tyre janë:

- **Aftësi lidere** janë të nevojshme që ta inspirojnë komisionin dhe t'i motivojnë të tjerët;
- **Aftësi speciale** për shtyp, reklamim, marketing apo organizim të ngjarjeve të posaçme;
- **Kontakte** me biznesmenë, persona juridik, mjekë, përfaqësues të medieve apo individë filantropik të orientuar;
- **Aftësi operative** gjatë të folurit për punën e shoqatës nacionale dhe mundësitë për zhvillimin e resurseve;
- Të kenë prapavijë të ndryshme në bazë të **përkatësisë shoqërore, etnike dhe fetare** dhe të përfaqësia e **burrave dhe grave** të jetë e barabartë në komision;
- Të ketë përfaqësues nga pjesë tjera të shoqatës nacionale siç janë **rajonet, organizatat komunale.**

Kompetencat e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve

Me rëndësi është, që plani dhe kriteret për punën e komisionit të jenë të qarta dhe të kuptueshme për të gjithë anëtarët.

Kompetencat dallohen varësisht nga shoqata nacionale por patjetër duhet t'i përfshijë pikat që vijojnë:

- **Përkufizimi i kohës së funksionit dhe anëtarësisë.**

Përkufizimi kohor iu mundëson njerëzve që me ide dhe përvoja të freskëta të kyçen në komision dhe me atë të tejkalohet situata në të cilën ato janë në funksion dhe përskaj asaj që nuk janë më adekuate për punën.

Prapë, që të mos humben përgjithmonë anëtarët e mirë, disa organizata joprofitabile kanë sistem sipas të cilëve një person i caktuar mund të jetë anëtarë i komisionit për periudhë njëvjeçare, por pastaj mund të kthehet me mandat të ri trevjeçar.

- **Paraqitje e qartë e qëllimeve të përgjithshme të Lëvizjes së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe, dhe posaçërisht të shoqatës nacionale.**
- **Roli dhe përgjegjësia e komisionit.** Ato patjetër duhet të jenë qartë të kuptuara nga të gjithë. A është vetëm "këshill me emër të zëshëm" apo anëtarët ndërmarrin edhe rol më aktiv? Për këtë qëllim mund të jetë i dobishëm përderisa siguroni listë të mëparshme të roleve të mundshme të anëtarëve të komisionit.

- **Përshkrimi i asaj që pritet nga anëtarët e komisionit.**

Këtu nënkuptohen gjërat që vijojnë:

- Sa shpesh mbahen mbledhjet (katër mbledhje në vit është numri optimal i mbledhjeve për këtë komision);
- Detyra tjera që pritet t'i zbatojnë anëtarët e komisionit;
- Çfarëdo trajnimi që ndoshta do t'u nevojitet anëtarëve të komisionit.

- **Përshkrim i parametrave në kuadër të së cilave duhet të punojnë anëtarët e komisionit.** Për shembull, të jepet sqarim në bazë të kompanive të cilëve shoqata nacionale nuk duhet t'iu drejtohet për përkrahje për shkak se puna e tyre është në kundërshtim me punën e shoqatës nacionale, apo nëse ekzistojnë qëndrime në lidhje me fotografi të cilat do të përdoren në materialet reklamuese; këto çështje etike patjetër duhet të zgjidhen në fillim.

- **Rregullore e shoqatës nacionale për kompensim të shpenzimeve.**

- **Linja të komunikimeve.** Secili anëtar duhet të jetë mirë i informuar dhe të dijë se si të marrë informacione tjera. Gjithashtu, anëtarët duhet të dinë se si zbatohet dhe si informohet për punën e komisionit, në mënyrë formale dhe joformale. Komisioni gjithashtu duhet të mundet të kontrollojë me pjesët tjera të shoqatës nacionale para sjelljes së disa vendimeve më të rëndësishme.

Si formohet komisioni nacional për zhvillimin e resurseve

Bile edhe në shoqatat e vogla nacionale, ku mund të ketë vetëm një person i cili pjesërisht një kohë punon në zhvillimin e resurseve, e dobishme është të formohet një komision i vogël për zhvillimin e resurseve. Pasi të fillojë programi për zhvillimin e resurseve të tregojë rezultate, ashtu komisioni dhe njësia e resurseve do të zgjerohet.

Që të mund komisioni të fillojë me punë, sekretari gjeneral apo bashkëpunëtori profesional duhet të ndërmarrin një mori hapash të cilat janë të nevojshme për këtë qëllim.

- **Konceptimi i detyrave punuese**

Anëtarët potencial duhet të dinë se çka i pret para se të rekrutohen.

- **Përgatitja e listës së anëtarëve potencial**

Kërkoni ide nga personeli, vullnetarët dhe njerëzit në, dhe jashtë shoqatës nacionale. Keni parasysh aftësitë e lartpërmendura kur e formoni komisionin.

- **Kontaktim me njerëzit nga lista**

Mendohuni me kujdes se cili do të duhej ta realizojë kontaktin e parë. Ndonjëherë një dy persona lënë përshtypje të mirë – për shembull sekretari gjeneral dhe kryetari i këshillit ekzekutiv. Siguroni kandidatëve informacione për punën e shoqatës nacionale dhe detyrat e komisionit. Pastaj caktoni edhe një vizitë që të përgjigjeni në pyetje të caktuara dhe të vendosni se a përshtatet personi. Nëse kandidatët përgjigjen dhe janë të gatshëm për punë atëherë mund të ftohen që t'iu bashkëngjiten komisionit.

- **Informimi i tjerëve në shoqatën nacionale**

Tregoni të punësuarve dhe vullnetarëve në qendrën dhe organizatat komunale të Kryqit të Kuq për formimin e komisionit, rolin e tij dhe për atë se si do të funksionojë në kuadër të shoqatës nacionale.

- **Organizim i trajnimeve për anëtarët e rinj**

Siguroni trajnim orientues për funksionimin e Lëvizjes së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe, shoqatës nacionale dhe aspekteve specifike lidhur me punën në planin e zhvillimit të resurseve.

- **Organizimi i mbledhjes së parë**

Anëtarëve të rinj siguroni gjërat që vijojnë:

- Rendin ditor në të cilin në mënyrë të qartë duhet të theksohen data, koha dhe vendi i mbajtjes së mbledhjes;
- Kopje nga lista me detyrat punuese;
- Informacione për programet e shoqatës nacionale dhe Lëvizjes në tërësi;
- Dokumente dhe raporte që duhet të lexohen para mbledhjes;
- Listën e emrave, adresave, numrave e telefonave të anëtarëve tjerë të komisionit;
- Përbërjen organizative të shoqatës nacionale, duke kyçur edhe emrat dhe funksionin e të punësuarve dhe listën e komisioneve tjera.

- **Rendi ditor për mbledhjen e parë**

Rendi ditor duhet të përmbajë:

- Hyrje të shkurtë;
- Emrat e udhëheqësve;
- Diskutim për programet e shoqatës nacionale dhe planin për zhvillim;
- Qëllimet e komisionit për zhvillimin e resurseve;
- Sqarimin e detyrave;
- Njoftim me personelin e komisionit për zhvillim dhe përgjegjësitë e tyre;
- Trajnim për anëtarët e komisionit; Përshkrim të aktiviteteve dhe detyrave vijuese;
- Data të rëndësishme në kalendarin e shoqatës nacionale;
- Orarin e mbledhjeve kryesore në shoqatën nacionale;
- Datat e mbledhjeve të ardhshme të komisionit për zhvillimin e resurseve;
- Pikat e rendit ditor të ardhshëm.

- **Pas mbledhjes**

Informojeni komisionin dhe të gjitha palët relevante për rezultatet e mbledhjes. Siguroni protokoll me vendimet dhe përcillni aktivitetet. Caktoni mbledhje me bashkëpunëtorët profesional dhe organizoni vizita të aktiviteteve programore.

- **Bëni vlerësim në çdo gjashtë apo nëntë muaj**

Vlerësoni se çka ka arritur komisioni. Pyetni se çka do të dëshironte që të arrijë akoma. Diskutoni për çfarëdo pengesa dhe përgatitni strategji për ti tejkaluar ato.

Zhvillimi i komisionit nacional ekzistues për zhvillimin e resurseve

Shpeshherë komisionet të cilat punojnë një kohë të gjatë, është e zakonshme që të vjetrohen, harxhohen apo të dalin nga binarët. Nëse komisioni nacional për zhvillimin e resurseve (apo komisioni për grumbullimin e mjeteve financiare) nuk është aq efikas se sa do të duhej të jetë, nga disa prej hapave që vijojnë do të mund të keni dobi:

- Kërkoni nga komisioni që **ta rishqyrtojë rolin e vet të përgjithshëm.** A ka komisioni përgjegjësi të cilat nuk janë relevante për rolin e tij? A ekzistojnë lëmi të cilat mundet më tej të zhvillohen? A do të ndihmonte trajnim plotësues?

- Kërkoni nga komisioni t'i regjistrojë **qëllimet e veta afatgjata dhe afatshkurta dhe të kontrollojë se si ato përshtaten në planet e shoqatës nacionale.**

- A posedojnë anëtarët e komisionit numër të madh të aftësive, dhe a e përfaqësojnë ata bashkësinë? Nëse jo, ndoshta do të ishte e ndihmës përderisa **kyçni anëtarë të rinj** në komision.

- Kontrolloni **se si është i përkrahur komisioni:**
  - A funksionojnë linjat e komunikimit në mënyrë adekuate? A i marrin në kohë informacionet anëtarët e komisionit?
  - A ka mjete dhe pajisje komisioni për punë efikase? A ka përkrahje të mjaftueshme administrative dhe financiare?
  - A është i njohur dhe i vlerësuar komisioni nga ana e shoqatës nacionale, posaçërisht nga ana e sekretarit gjeneral, personeli për zhvillimin e resurseve dhe vullnetarët?
  - A ekziston ndonjë person përgjegjës për sigurimin e këshillave për komisionin dhe sigurimin e asaj që i nevojitet për të funksionuar?

Rekrutimi i anëtarëve të rinj në komisionin për zhvillimin e resurseve

Për **komision të ri**, këtë përgjegjësi do ta ndërmarrë bashkëpunëtori profesional nga radhët e shërbimit me ndihmën e vullnetarëve.

Në **komisionin ekzistues** këto punë i kryejnë vet anëtarët e komisionit, me përkrahjen e shërbimit profesional.

Para fillimit të procesit të rekrutimit, patjetër duhet të dihet:

- Çka pritet nga anëtarët dhe çka presin ata për rikthim;
- Aftësitë të cilat priten në komision dhe kriteret për përfaqësi profesionale, sociale dhe gjeografike (shiko më lartë Përbërja e komisionit për zhvillimin e resurseve).

Pasi të vërtetohet kjo, hapi tjetër është që të bëhet lista dhe të rekrutohen njerëz të cilët i kënaqin këto kritere nëpërmjet përcjelljes së procesit të lartpërmendur.

- **Dobi nga puna e komisionit**

Gjatë rekrutimit të anëtarëve të rinj ndihmë të madhe do të ishte nëse iu shpjegohet kandidatëve se çfarë dobie mund të kenë nga puna e komisionit. Kjo mund të ndihmojë gjatë bindjes së njerëzve që të kyçen dhe ta lehtësojë identifikimin e anëtarëve plotësues.

Disa nga dobitë janë:

- Statusi i njohjes që merren me përkatësinë në Kryqin e Kuq dhe Gjysmëhënën e kuqe;
- Mundësi që t'u ndihmohet të tjerëve në mënyrë të rëndësishme, praktike;
- Hasje e përvojave në fusha të sigurimit të fondeve, planifikimit strategjik dhe menaxhimin financiar, që mund t'i ndihmojnë anëtarit në karrierë;
- Puna në komisionin nacional për zhvillimin e resurseve është e shkëlqyeshme për zgjerimin e kontakteve sociale dhe profesionale.

- **Njoftimi i anëtarit të ri me komisionin**

Anëtarët e rinj të cilët kyçen në komision duhet të kenë në diskonim informacione adekuate për punën e shoqatës nacionale. Në interes të kësaj, ide e mirë është që të bëhet **Doracak** për të gjithë anëtarët e komisionit. Nëse **Doracaku** përgatitet në formë të fletave të cilat nxirren, atëherë do të mund të azhurohet çdoherë kur do të ketë nevojë. Doracaku mund të përfshijë:

- Informacione për Lëvizjen e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënën e kuqe;
- Të dhëna për shoqatën nacionale, duke kyçur edhe punën e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve, përbërjen strukturore të organizatave komunale të Kryqit të Kuq dhe informacione për përbërjen strukturore të shërbimit profesional dhe vullnetarët kyç në organizatë;
- Detyrat e komisionit nacional për zhvillimin e resurseve;
- Emrat dhe adresat e anëtarëve të komisionit lidhur me rolet specifike të secilit anëtar;

- Informacione për programet e shoqatës;
- Kopje e planit zhvillimor të shoqatës nacionale (shiko **Kreu 1: Planifikimi dhe përgatitja e buxhetit)** apo ekuivalentit të tij;
- Kopje e planit financiar të shoqatës nacionale;
- Rregullore;
- Data të ngjarjeve të rëndësishme në kalendarin e aktiviteteve të shoqatës nacionale;
- Data të mbledhjeve të ardhshme të komisionit për zhvillimin e resurseve;
- Të hyra dhe shpenzime nga viti i kaluar;
- Buxheti për vitin vijues.

- **Trajnim**

Duhet të sigurohet trajnim për të gjithë anëtarët e rinj të komisionit. Ai duhet të përfshijë njoftim me Lëvizjen e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe dhe me shoqatën nacionale. Disa shoqata nacionale organizojnë kurs të tillë në disa muaj për të gjithë anëtarët.

Pas çdo trajnimi, për disa anëtarë të komisionit ndoshta do të duhet të organizohet edhe trajnim për teknika të posaçme për grumbullimin e mjeteve financiare, marrëdhënie me publikun, fjalim publik apo udhëheqje të mbledhjeve.

Është me rëndësi që udhëheqësi i komisionit anëtarëve të rinj t'iu dëshirojë mirëseardhje në mbledhjen e parë, t'i ftojë të japin kontributin në mbledhjet dhe t'iu tregojë se kontributi i tyre do të vlerësohet.

Komision efikas për zhvillimin e resurseve

Pasi të themelojë komisionin për zhvillimin e resurseve shoqata nacionale do të mund të ndërmarrë një mori hapash që të sigurohet në punën efektive të komisionit:

- Komisioni patjetër duhet të dijë se puna e tij do të **vlerësohet.** Këshillat e tij patjetër duhet të merren me seriozitet dhe komisioni duhet të jetë dëshmitar i rezultateve pozitive të punës së vet. Udhëheqësia ka përgjegjësi të posaçme t'u japë mirënjohje anëtarëve të komisionit për kohën dhe orvatjet e tyre dhe rregullisht ta shpallë punën e tyre.

- Komisionit i duhet **përkrahje** adekuate. Udhëheqësia duhet t'i sigurojë komisionit gjithçka që i nevojitet për funksionimin e tij. Rekomandohet të ketë një person nga radhët e të punësuarve që do të jetë përgjegjës për lidhje me komisionin, dhe ai zakonisht është bashkëpunëtori profesional për zhvillimin e resurseve.

- Linjat e **komunikimit** patjetër duhet të jenë të qarta, si mes anëtarëve të komisionit ashtu edhe mes komisionit e shoqatës nacionale.

- Duhet të sigurohet **trajnim** i vazhdueshëm ashtu që anëtarët do të hasin vetëdije, aftësi dhe motivim të punojnë në mënyrë efikase.

- Kohë pas kohe do të nevojiten **njerëz dhe ide të reja.** Mënyra më e lehtë që të bëhet kjo është të caktohet një limit kohor për anëtarësinë në plotësimin e detyrave njësoj për anëtarët dhe për udhëheqësit. (shiko më lartë Detyra).

- Komisioni duhet të jetë **pjesë integruese** e shoqatës nacionale dhe lidhjet e zbatuara mes tij dhe pjesëve tjera të shoqatës duhet të mbahen.

- Praktikë e mirë për komisionin dhe për udhëheqësin e shoqatës nacionale është që **kohë pas kohe të kontrollohen roli dhe detyrat** e komisionit (ndoshta në çdo 2 – 3 vjet). Kjo do të kontribuojë që të ruhet mënyra relevante në punë dhe anëtarët do të munden që më mirë të kuptojnë se çka kërkohet nga ata për të punuar.

3. KOMISIONE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE TË ORGANIZATAVE KOMUNALE TË KRYQIT TË KUQ

Në shumë shoqata nacionale organizatat komunale të Kryqit të Kuq kryejnë më shumë aktivitete lidhur me zhvillimin e resurseve. Në këtë pjesë flitet për atë se si në nivel komunal mund të menaxhohet me zhvillimin e resurseve, që të themelohen apo përparohen komisionet të cilët do të punojnë në këtë plan.

Roli i komisioneve lokale

Këto komisione e ndërmarrin përgjegjësinë lokale për aktivitetet e drejtpërdrejta lidhur me grumbullimin e mjeteve financiare. Zakonisht komisionet financohen me mjete personale për përkrahje (vetëm nëse nuk marrin mjete për kryerjen e kësaj veprimtarie në emër të shoqatës nacionale si pjesë të aktiviteteve të planifikuara në nivel nacional).

Komisionet fqinj të organizatave komunale fqinjë të Kryqit të Kuq shpesh mund të bashkëpunojnë njëra me tjetrën gjatë organizimeve të aktiviteteve në plan më të gjërë.

Aktivitetet e komisioneve komunale janë të shumta por mund të kyçen edhe aktivitetet që vijojnë:

- Dita e flamurit / aksione grumbulluese në rrugë;
- Aksione për grumbullim prej dere në derë (të holla dhe mallra);
- Aksione grumbulluese në ngjarje publike;
- Aukcione;
- Ndihmë gjatë apeleve nacionale;

- Shitje të mallrave dhe shërbime;
- Shitja e triskave për loto dhe tërheqje;
- Organizim i aktiviteteve lokale në kuadër të fushatës nacionale.

Menaxhim me Komisionin për zhvillimin e resurseve të organizatës komunale të Kryqit të Kuq

Shoqata nacionale e cila ka programin për zhvillimin e resurseve duhet të ketë parasysh nevojën e sigurimit të përkrahjes në formë të sigurimit të informacioneve, planifikimit dhe sigurimit të një lloji tjetër të përkrahjes për funksionimin e komisionit për grumbullimin e mjeteve financiare të organizatës komunale të Kryqit të Kuq.

- **Informim**

Këto komisione janë përfaqësues lokal të shoqatës nacionale. **Ato duhet ti dinë qëllimet kryesore dhe të kenë qasje në programet dhe informacionet rrjedhëse lidhur me grumbullimin e mjeteve financiare të Qendrës.** Ekzistojnë më shumë mënyra se si të sigurohet përkrahje për këtë plan:

- Sigurimi i doracakut me informacione themelore për anëtarët e Komisionit;

- Dorëzimi i gazetës elektronike tek anëtarët e Komisionit;

- Sigurimi i trajnimit për anëtarët e komisionit. Kjo mund të jetë në formë të seminarit elementar hyrës për personat të cilët për herë të parë kyçen në punën e komisionit, e pastaj mund të organizohen seminare plotësuese profesionale në tema të posaçme të interesit;

- Sigurimi i pjesëmarrjes në konferenca;

- Sigurimi i materialeve audio – vizuale dhe ndihmesave të cilat do të përdoren në mbledhjet e komisionit;

- Sigurimi i ligjëruesve në mbledhjet e komisionit;

- Zbatimi i kanaleve komunikatave për këmbimin e shkresave nga mbledhjet dhe raportet mes organizatave komunale të Kryqit të Kuq dhe zyrës qendrore të shoqatës nacionale;

- Emërtimi i personit përgjegjës në qendrën e shoqatës nacionale që do të jetë person për kontakt për komisionet e organizatave komunale të Kryqit të Kuq i cili vazhdimisht do t'ua sigurojë informacionet e nevojshme. Zakonisht, duhet të jetë bashkëpunëtori profesional për zhvillimin e resurseve.

- **Planifikim**

Komisionet për zhvillimin e resurseve të organizatave komunale të Kryqit të Kuq **duhet t'i dinë** planet gjenerale të shoqatës nacionale (Plani Zhvillimor i shoqatës nacionale dhe planet për sigurimin e mjeteve për implementimin e Planit Zhvillimor. Shiko **Kreu 1, Planifikimi dhe Përgatitja e buxhetit).** Anëtarët e komisioneve të organizatave komunale të Kryqit të Kuq më pas mund të bëjnë plan se si të sigurojnë kontribut adekuat, me qëllim që edhe organizatat komunale të Kryqit të Kuq dhe Qendra të punojnë së bashku në mënyrë të koordinuar në planin e sigurimit të përkrahjes adekuate për programin. Ndonjëherë organizatat komunale të Kryqit të Kuq do të lihen të bëjnë plane të veta por më e dobishme është nëse planet bëhen në konsultim me shërbimin profesional të Qendrës.

Formimi i komisionit të ri për zhvillimin e resurseve të organizatës komunale të Kryqit të Kuq

Ndonjëherë ideja për formimin e komisionit të ri për zhvillimin e resurseve të organizatës komunale të Kryqit të Kuq do të del nga vet mjedisi lokal. Ndonjëherë do të del si rezultat i iniciativës së drejtpërdrejtë nga ana e Qendrës. Në cilindo rast duhet të ndërmerren aktivitetet që vijojnë:

- Duhet **të caktohet mbledhje** për të gjithë të interesuarit të cilët dëshirojnë të ndihmojnë në punën e komisionit.
- Duhet **të informohet mirë opinioni për mbledhjen,** nëpërmjet përdorimit të postereve, kontakteve personale dhe kontakte me mediumet lokale. Distribuoni fletushka nëpër shtëpitë e njerëzve dhe në lokalitete kyçe në bashkësi, siç janë qendrat mjekësore, qendrat shoqërore, biblioteka dhe fakultete. Gjithashtu është mirë të përdoret fjalim i ndonjë personi të njohur në ndonjë ekspozitë të caktuar apo shënim i ndonjë manifestimi që të promovohet nevoja për personat e këtillë në komision.

- **Në mbledhje:**

  - **Siguroni informacione themelore** për punën e Lëvizjes Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe dhe shoqatës tuaj nacionale.
  - **Theksojeni qëllimin** për formimin e komisionit për zhvillimin e resurseve të organizatës komunale të Kryqit të Kuq. Propozoni ide në bazë të asaj se çka do të mund të punojë ky komision, çka mund të pritet nga arritjet dhe cilat persona do të jenë përgjegjës për funksionet e ndryshme në Komision. Potenconi qartë rregulloren e organizatës suaj në bazë të kompensimit të shpenzimeve për vullnetarët.
  - Përderisa ka mundësi, **ftoni përfaqësues të komisioneve tjera** që të sqarojnë se me çfarë aktivitetesh merren dhe pse e bëjnë atë.
  - Kujdesuni t'i evidentoni **emrat dhe adresat e të gjithë personave** të cilët janë të pranishëm në mbledhje.

- **Sillni vendim në bazë të hapave vijuese.** Ndoshta do të jetë vendimi për formimin e komisionit për zhvillimin e resurseve. Përderisa rasti është i tillë, caktoni datën e mbledhjes së parë dhe caktoni rendin ditor – për shembull, emërtimi i personave përgjegjës në komision, plani për punë për gjashtë muajt e ardhshëm dhe informacione kthyese të shoqatës nacionale.

- **Në bashkëpunim me njerëzit kyç të mjedisit lokal** caktoni mbledhjen e parë të komisionit.

- **Siguroni përkrahje, drejtime dhe motivim,** në disa muajt e parë që të kujdeseni për komisionin që të ketë fillim të mirë në punë.

Përparimi i komisionit ekzistues për zhvillimin e resurseve të organizatës komunale të Kryqit të Kuq

Ndonjëherë komisionet të cilat në mënyrë aktive sigurojnë mjete financiare në një kohë më të gjatë mund të lodhen dhe të mos kenë më interesim. Komisione tjera mund të humbin një pjesë të anëtarëve dhe me atë ta humbin edhe efikasitetin. Kur kjo ndodh, ekzistojnë më shumë hapa të cilat duhet të ndërmerren.

- **Tërheqja e anëtarëve të rinj.** Kjo duhet të bëhet patjetër dhe përskaj asaj të merren parasysh mendimet e anëtarëve ekzistues. Mos bëni diçka që do t'i nxisë të ndjehen të braktisur. Përderisa puna kryhet mirë, anëtarët e komisionit me gjithë zemër do të përshëndesin përkrahje plotësuese dhe në mënyrë aktive do të marrin pjesë në procesin e tërheqjes së anëtarëve të rinj. Organizoni aksion për tërheqjen e anëtarëve të rinj dhe kujdesuni që në mënyrë adekuate t'i futni anëtarët e rinj në punën e komisionit.
- Kujdesuni që **anëtarët e komisionit rregullisht të ndërrohen.** Kufizojeni mandatin e anëtarëve në komision (mesatarisht me kohëzgjatje prej 3 viteve).
- **Siguroni motivim:**
  - Tregoni se si puna e komisionit në mënyrë të drejtpërdrejtë ka siguruar përkrahje për funksionimin e programeve.
  - Ftoni anëtarët në konferenca apo seminare për trajnim, ku do të kenë mundësi të takohen me vullnetarë tjerë dhe të dëgjojnë ide të reja.
  - Ftoni anëtarë nga komisionet tjera (posaçërisht persona të cilët kanë realizime pozitive të cilat mund të përsëriten nëpërmjet përdorimit të përvojave të tyre).
  - Kujdesuni që të gjitha sukseset e mëparshme publikisht të theksohen me qëllim që anëtarët e rinj të komisionit të shohin se puna e tyre vlerësohet dhe respektohet.
  - Krijoni sfida të reja. Diskutoni për zgjerim apo adaptim të qëllimeve apo eksperimentoni me teknika të reja për grumbullimin e mjeteve.

- Kujdesuni që komisionit t'i sigurohet **përkrahja** e nevojshme në pjesën e:

  - Trajnimit;
  - Planifikimit;
  - Futjen e ideve të reja;
  - Caktimin e qëllimeve dhe rezultatet e monitorimit;
  - Ndarje e mirënjohjeve.

4. KOMISIONE TË SPECIALIZUARA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Komisionet e specializuara për zhvillimin e resurseve janë trupa të cilët përkohësisht formohen që të zbatohet detyrë e caktuar specifike. Kjo mund të jetë për shembull organizimi i ngjarjeve më të mëdha apo për ndërmarrjen e një iniciative të caktuar në opinion.

Komisioni i specializuar mund të jetë nëngrup i komisionit për zhvillimin e resurseve të organizatës komunale të Kryqit të Kuq. Apo mund të përbëhet nga vullnetarë të cilët posedojnë aftësi të specializuara të cilat janë relevante për kryerjen e detyrës së caktuar dhe dëshirojnë të marrin pjesë vetëm në atë aktivitet të caktuar. Në rrethana ideale, më mirë është që komisioni të jetë brumi i këtyre dy modeleve.

Roli i komisionit është për të planifikuar, organizuar dhe zbatuar një aktivitet të caktuar i cili është i planifikuar se duhet të bëhet. Ndonjëherë, për këtë punë do të nevojiten disa javë, ndonjëherë muaj e ndonjëherë vite. Në rast të një ngjarje vjetore të caktuar, puna e komisionit mund të jetë me kohëzgjatje prej më shumë viteve me atë çka për çdo vit do të jenë përgjegjës vetëm për ngjarjen e caktuar.

Nevojat në bazë të sigurimit të përkrahjes dhe menaxhimit me komisionin e specializuar janë të njëjta si edhe për komisionet për zhvillimin e resurseve të organizatave komunale të Kryqit të Kuq (shiko lartë).

5. KOMISIONE RAJONALE PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Në shoqatat e mëdha, ndoshta do të ketë nevojë për formimin e komisioneve rajonale për zhvillimin e resurseve me qëllim që puna e shoqatës nacionale në planin e mobilizimit të resurseve të jetë e realizuar në mënyrë adekuate në të gjitha rajonet në vend. Kjo posaçërisht ka të bëjë me vendet e mëdha apo në vendet ku ekzistojnë kultura të ndryshme. Komisionet rajonale zakonisht formohen që të mbulojnë një fushë të caktuar gjeografike, në të cilën mund të ketë numër më të madh të organizatave komunale të Kryqit të Kuq.

Roli i komisioneve rajonale për zhvillimin e resurseve përafërsisht lëviz në mes nga ato të komisionit nacional dhe komisioneve të OKKK. Anëtarët e këtyre komisioneve mund të bashkëpunojnë me shërbimin rajonal në bazë të planifikimit dhe përgatitjes së buxhetit për punën e zyrës rajonale dhe të organizojnë përkrahje tek grupet lokale dhe të kyçen në aktivitete më të gjëra

për grumbullimin e mjeteve financiare në nivel rajonal. Shërbimi rajonal do të jetë përgjegjës për përkrahjen e komisioneve rajonale për zhvillimin e resurseve në mënyrën e njëjtë si dhe komisioni nacional dhe komisionet e organizatave komunale të Kryqit të Kuq (shiko lartë).

REZIME

- KOMISIONI PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE MUND T'I MAKSIMALIZOJË AFTËSITË DHE KOHËN E TË PUNËSUARVE DHE VULLNETARËVE.

- KOMISIONI NACIONAL PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE MUND TË KETË MË SHUMË ROLE TË NDRYSHME NË BAZË TË PLANIFIKIMIT, GRUMBULLIMIT E MJETEVE FINANCIARE DHE MARRËDHËNIET ME PUBLIKUN.

- ËSHTË E DOBISHME QË TË ZGJEDHEN ANËTARË TË KOMISIONIT TË CILËT DO TË KENË PËRFSHIRJE TË GJËRË TË AFTËSIVE DHE KONTAKTEVE.

- TË PUNËSUARIT NË SHOQATËN NACIONALE DUHET TË KENË BASHKËPUNIM TË NGUSHTË ME ANËTARËT E KOMISIONIT.

- PËR FORMIMIN E KOMISIONIT PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE TË ORGANIZATËS KOMUNALE TË KRYQIT TË KUQ NEVOJITEN KONTAKTE LOKALE TË CILAT JANË ME VLERË TË JASHTZAKONSHME GJATË ORGANIZIMIT TË AKTIVITETEVE LOKALE PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANCIARE.

KREU 4

PERSONEL PËRGJEGJËS: NJËSIA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

1. ÇKA ËSHTË NJËSIA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE 95

2. ROLI I NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE 95

3. FUNKSIONE TË NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE 96
Menaxhim me zhvillimin e resurseve 96
Punë administrative / përkrahje 96
Grumbullimi i mjeteve financiare / Akumulimi i të hyrave 96
Marrëdhënie me publikun 97
Marketing 98
Koordinim i vullnetarëve 98
Koordinim i anëtarëve 98
Përdorim i përkrahjes konsultuese / agjenci të jashtme 98

4. FORMIMI I NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE 99
Si të fillohet: “Mjete fillestare” 100

5. MENAXHIM I NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE 102
Menaxhim sipas qëllimeve të planifikuara 102

6. MENAXHIM ME NDRYSHIME 103
Procesi i ndryshimit 104

QËLLIME

MËSONI TË...

- DEFINONI ROLIN E NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE TË SHOQATËS NACIONALE.
- SPECIFIKONI FUNKSIONET E NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE.
- FORMONI DHE MENAXHONI ME NJËSINË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE.
- SIGURONI MJETE FINANCIARE “FILLESTARE” PËR PROGRAMIN E ZHVILLIMIT TË RESURSEVE.
- MENAXHONI ME NDRYSHIME.

1. ÇKA ËSHTË NJËSIA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Njësia për zhvillimin e resurseve është e përbërë prej të punësuarve dhe vullnetarëve të cilët janë kompetent për futjen në funksion planin financiar të shoqatës nacionale. Madhësia e njësisë do të varet nga madhësia e shoqatës nacionale dhe planifikimeve të shoqatës nacionale për rritjen dhe / apo llojllojshmërinë e fondeve për implementimin e aktiviteteve të veta.

Shumë shoqata nacionale më të vogla mund të ballafaqohen me vështirësi për sigurimin e rrogave për personat e punësuar në njësinë për zhvillimin e resurseve, bile në fazën fillestare të funksionimit të njësisë. Në këtë rast menaxhimi me njësinë për zhvillimin e resurseve i ndahet si përgjegjësi një vullnetari të organizatës. Pasi të fillojë programi të zhvillohet, do të dalin mjete financiare të cilat do të dedikohen për rroga për koordinatorin e punësuar në njësinë.

Megjithatë, pa dallim se a është shoqata nacionale e vogël apo e madhe, do të ketë nevojë për përcaktimin e personit apo ekipit nga njerëz që të menaxhojnë me njësinë për zhvillimin e resurseve dhe për koordinim të këtij programi me aktivitetet tjera të shoqatës nacionale.

2. ROLI I NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Roli kryesor i njësisë për zhvillimin e resurseve është që të sigurohen mjete financiare për përkrahjen e programeve të shoqatës nacionale. Me rëndësi esenciale është puna në planin e zhvillimit të resurseve që të jetë e drejtuar në mënyrë programore, që do të thotë se planet financiare duhet të jenë të drejtuara kah sigurimi i **nevojave programore** të shoqatës nacionale. Pasi të caktohen qëllimet në bazë të nevojave programore, siguruesit e mjeteve financiare do ta kenë më lehtë të planifikojnë strategji dhe t'i sqarojnë nevojat gjatë procesit të tërheqjes së vullnetarëve dhe gjatë qasjes tek donatorët potencial për sigurimin e mjeteve financiare dhe dhuratave në mallra.

Përgjegjësitë kryesore të njësisë për zhvillimin e resurseve janë:

- **Të dizajnojë plan financiar,** me qëllime strategjike afatshkurte, dhe afatgjate, që është në pajtueshmëri me planet e shoqatës nacionale;

- **T'i sigurojë të hyrat e patjetërsueshme** në mënyrë kompetente dhe efikase, me qëllim që të sigurohet përkrahje për programet e shoqatës nacionale;

- **Në mënyrë efikase të menaxhojë** me të punësuarit, vullnetarët dhe resurset;

- **Ta diseminojë porosinë** e lëvizjes dhe shoqatës nacionale tek sa më shumë njerëz dhe grupe qëllimore, me qëllim që të sigurohet përkrahje financiare dhe ndihmë në mallra.

3. FUNKSIONET E NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Funksionet e njësisë për zhvillimin e resurseve të shoqatës nacionale në masë të madhe do të dallohen nga shoqata nacionale, varësisht nga natyra dhe vëllimi i programeve të përgjithshme të shoqatës nacionale. Në vazhdim vijojnë funksione të ndryshme të cilat janë të lidhura me punën e planit për zhvillimin e resurseve – gjëra të cilat mund të kryhen nga ana e të punësuarve dhe / apo vullnetarët. Në fazën fillestare apo në fazën kur programi për zhvillimin e resurseve do të fillojë të zgjerohet, do të jetë e dobishme që të merren parasysh këto funksione gjatë planifikimit dhe përgatitjes së buxhetit për vitin vijues dhe gjatë disa viteve të ardhshme.

Menaxhim me zhvillimin e resurseve

Kjo pozitë është përgjegjëse për zhvillimin financiar të shoqatës nacionale dhe duhet të plotësohet me person me njohuri të forta dhe përvojë praktike në fushën e grumbullimit të mjeteve financiare dhe marketingut.

Personi i cili do të punojë në këtë pozitë gjithashtu duhet të jetë mirë i organizuar në mënyrë kreative dhe të aftësuar për të motivuar njerëz. **Shiko Hyrjen për strategji kyçe për menaxhim të suksesshëm me Zhvillimin e resurseve.**

Drejtori / udhëheqësi i njësisë për zhvillimin e resurseve ka dy përgjegjësi kryesore:

- Të ndërtojë dhe udhëheqë ekip efikas dhe lartë të motivuar të të punësuarve dhe vullnetarëve në qendër dhe në nivel të organizatave komunale të Kryqit të Kuq;

- Ta menaxhojë njësinë për zhvillimin e resurseve me qëllim që në mënyrë efikase t'i sigurojë nevojat financiare për funksionimin e programeve të shoqatës nacionale.

Puna administrative / përkrahja

Përkrahja administrative është me rëndësi esenciale për zhvillimin e resurseve. Planifikimi efektiv, organizimi dhe përcjellja mund të rezultojnë me punë të madhe administrative. Detyrat e njësisë për zhvillimin e resurseve nënkuptojnë sigurimin e dokumenteve për t'u falënderuar për donacionin e dhënë, punë me kërkesa dhe dërgimin e procesverbaleve, ftesave dhe raporteve. Ato patjetër duhet të bëhen në mënyrë të shpejtë dhe efikase që të haset dhe mbahet besimi i opinionit.

Njëra prej punëve kyçe është që të kujdeset në udhëheqjen dhe ripërtrirjen e rregullt të dokumentacionit adekuat për donacione dhe donatorë.

Grumbullimi i mjeteve financiare / Akumulimi i të hyrave

Me zhvillimin e njësisë, me kalimin e kohës do të ketë nevojë të emërtohen njerëz për kryerjen e detyrave të ndryshme. Ekzistojnë dy mundësi:

- Të caktohen persona të cilët do të jenë përgjegjës për të gjitha aktivitetet për mobilizimin dhe akumulimin e të hyrave në fushë të caktuar gjeografike.

- Të caktohen persona të cilët do të jenë përgjegjës për aktivitete specifike për grumbullimin e mjeteve financiare në të gjithë shoqatën nacionale, si për shembull për:

  - Postë të drejtpërdrejtë;
  - Sigurimin e donatorëve;
  - Anëtarësim;
  - Javët e Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe;
  - Ngjarje speciale;
  - Bashkëpunim korporativ;
  - Aktivitete për akumulimin e të hyrave;
  - Përgatitje të apeleve në fondacione dhe në organizata tjera të cilat sigurojnë donacione;
  - Zhvillim i komisioneve / grupeve vullnetare për sigurimin e mjeteve financiare.

Shoqata nacionale mund ta zgjedhë modelin e parë apo të dytë apo mundet të bëjë kombinim me të dy modelet. Për shembull, shumë herë më efektive është që posta e drejtpërdrejtë të përgatitet në nivel qendror, ngjarjet speciale të organizohen në nivel lokal, ndërsa javët e Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe të koordinohen në nivel qendror por të implementohen në nivel lokal.

Shoqata nacionale (apo Drejtori i njësisë për zhvillimin e resurseve aty ku ka të tilla) patjetër duhet të vendosin se çfarë do të jenë përgjegjësitë e këtyre personave dhe çfarë trajnimi dhe çfarë përkrahje të vazhdueshme do t'u nevojitet.

Marrëdhënie me publikun

Që të sigurohet grumbullim efektiv i mjeteve financiare, me rëndësi të posaçme është opinioni, nga radhët e të cilëve priten donacionet, të ketë njohuri elementare për punën e Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe si organizatë vullnetare të cilës i nevojiten donacione në të holla, të mira, aftësi dhe kohë vullnetare. Njerëzit gjithashtu duhet të kenë njohuri për qëllimet dhe metodat kryesore të punës së shoqatës nacionale dhe të Lëvizjes në tërësi.

Marrëdhëniet me publikun janë përgjegjësi e të gjithëve në shoqatën nacionale për shkak se njerëzit i themelojnë mendimet e veta për shoqatën nacionale në bazë të asaj që e dëgjojnë dhe shikojnë kur takohen me të punësuarit, vullnetarët dhe donatorët.

Aspekti më formal i marrëdhënieve me publikun kyç edhe marrëdhënie me media, përgatitje të publikimeve, komunikime të brendshme dhe aktivitete speciale me publikun (për më shumë informacione, shiko **Kreu 5: Imazh, Marrëdhënie me publikun dhe Marketing).** Në shoqatat nacionale më të vogla ky aspekt i zhvillimit të resurseve me siguri do të jetë i zgjeruar tek të gjithë të punësuarit. Por me zhvillimin e njësisë do të ketë nevojë të emërtohet

person përgjegjës për marrëdhënie me publikun i cili do të jetë përgjegjës për këto funksione të specializuara.

Në kushte kur ekziston njësi e posaçme për marrëdhënie me publikun, atëherë duhet të zbatohen marrëdhënie të afërta punuese me njësinë për zhvillimin e resurseve që të sigurohet përkrahje maksimale për realizimin e planit financiar të shoqatës nacionale.

Marketing

Marketingu nënkupton koordinim të strategjive të marketingut siç janë vërtetimi i pikave qëllimore në treg, segmentimi dhe vëzhgimi i Tregut (për më shumë informacione shiko **Kreu 5: Imazh, Marrëdhënie me publikun dhe Marketing).** Si edhe për marrëdhëniet me publikun, nuk ka nevojë për vend pune të posaçëm për marketing deri sa njësia për zhvillimin e resurseve të shoqatës nacionale nuk është mirë e zbatuar.

Koordinimi i vullnetarëve

Ekziston edhe një rol tjetër të cilit duhet t'i përkushtohet vëmendje e posaçme me zhvillimin e aktiviteteve për zhvillimin e resurseve dhe me rritjen e trupit vullnetar të shoqatës nacionale. Këtu i nënkuptojmë aktivitetet që vijojnë:

- Tërheqja e vullnetarëve;
- Shpërndarja e vullnetarëve;
- Sigurim i vazhdueshëm i informacioneve për vullnetarët;
- Trajnim për vullnetarët;
- Konferenca për vullnetarë;
- Evidentim dhe dokumentacion për vullnetarët.

Trajnimi mund të zbatohet gjatë kryerjes së detyrave apo nëpërmjet organizimit të kurseve speciale për trajnim. Trajnimi për vullnetarë duhet të jetë i vazhdueshëm, për shkak se vazhdimisht paraqiten ide dhe mënyra të reja për organizimin e aktiviteteve dhe prandaj është me rëndësi që vullnetarët vazhdimisht të informohen për trendet e reja. (për më shumë informacione shiko **Kreu 13: Vullnetarë).**

Koordinimi i anëtarësisë

Me rëndësi është që vazhdimisht të tërhiqen dhe shërbehen anëtarë të ri në shoqatën nacionale. Njësia për zhvillimin e resurseve duhet të jetë e njoftuar me nevojat e anëtarëve, t'i informojë mirë dhe t'i kyçë në punë, të organizojë ngjarje dhe konferenca për ata dhe t'iu tregojë se anëtarësimi i tyre është me rëndësi të madhe për shoqatën nacionale. Për këtë qëllim nevojitet të angazhohet një person i cili do të jetë përgjegjës për koordinimin e këtyre aktiviteteve. (për më shumë informacione shiko **Kreu 6: Individë).**

Përdorimi i përkrahjes konsultuese / agjenci të jashtme

FUNKSIONET E ZHVILLIMIT TË RESURSEVE
Menaxhim
Përkrahje
Grumbullimi i mjeteve
Marrëdhënie me publikun
Marketing
Vullnetarë
Anëtarë
Konsultues

Ndonjëherë më lirë është që shoqata nacionale të blejë aftësi të caktuara nga konsultuesit dhe agjencitë se sa të punësojë njerëz. Shoqata nacionale gjithashtu mund të kërkojë përkrahje nga delegacioni i Federatës ndërkombëtare të shoqatave të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe apo nga shoqatë tjetër nacionale përvojat e të cilave mund të jenë në dobi të madhe.

Disa prej aktiviteteve për të cilat mund të nënshkruhet marrëveshje me shtëpinë konsultuese apo me agjenci janë organizimi i trajnimeve speciale, reklamimi, marrëdhëniet me publikun, përgatitja e dizajneve, shtypje dhe marketingu i drejtpërdrejtë.

Me rëndësi të posaçme është të merret parasysh përdorimi i konsultuesve dhe / apo agjenci të jashtme kur:

- Kur për shërbimin e nevojshëm nevojitet pajisje e shtrenjtë të cilën do të duhet ta blejë shoqata nacionale që të mundet në mënyrë të pavarur ta kryejë detyrën;

- Shërbimi apo roli shoqatës nacionale i nevojitet përkohësisht;

- Shoqata nacionale fillon aktivitet të ri dhe i nevojiten këshilla në detaje se si të organizohet ai aktivitet;

- Shoqata nacionale duhet t'i kufizojë shpenzimet e veta fikse. Nëpërmjet angazhimit të konsultuesve apo agjencisë së jashtme, shoqata nacionale mund ta kontrollojë shumën e harxhuar të të hollave për shkak se nuk obligohet në punësime të përhershme të personave të ri.

Si të gjeni konsultues të mirë? Pyetni kolegët e agjencive të ndryshme, si dhe miqtë dhe partnerët afarist. Në çdo rast kërkoni nga konsultuesit që t'ju dorëzojnë rekomandime për aktivitetet e tyre të mëparshme të realizuara në këtë lëmi. Nga agjencitë të cilat tanimë kanë përdorur konsultues kërkoni që t'ju dorëzojnë shembuj nga marrëveshjet që të shihni se si përafërsisht duken dhe çka duhet të përmbajnë.

Ndonjëherë mund të kërkohet nga firma tjera të huazojnë personel të specializuar nga agjenci joprofitabile siç është Kryqi i Kuq / Gjysmëhëna e kuqe. Në këtë rast, punëdhënësi vazhdon t'ia paguajë rrogën personit i cili do të punojë për shoqatën nacionale në periudhë prej disa javësh apo muaj. Kjo posaçërisht është e dobishme në lëmi të caktuara siç është teknologjia informative, ku pagesa e këtyre personave mund të jetë e shtrenjtë për shoqatën nacionale (për më shumë informacione shiko, **Kreu 8: Korporata)**

4. FORMIMI I NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Njësia për zhvillimin e resurseve duhet t'i kënaqë nevojat për mjetet financiare për funksionimin e shoqatës nacionale. Njësia duhet të zhvillohet dhe rritet me rritjen e nevojave për mjete financiare.

Gjatë formimit të njësisë për zhvillimin e resurseve shoqata nacionale duhet t'i ketë parasysh gjërat që vijojnë:

- Planin zhvillimor të shoqatës nacionale për disa vitet e ardhshme;
- Mjetet financiare të cilat nevojiten për realizimin e këtij plani për periudhën e njëjtë kohore;
- Situatën momentale financiare (sa të hyra sigurohen dhe prej nga vijnë);
- Sa resurse njerëzore, materiale dhe financiare do të nevojiten me qëllim që të sigurohen fonde adekuate për implemtimin e programeve të shoqatës nacionale.

Nëse shoqata nacionale vendos ta zgjerojë programin për zhvillimin e resurseve, duhet t'i marrë parasysh katër elementet e lartpërmendura dhe gjithashtu t'i ndërmarrë hapat që vijojnë:

- Vendosni se cilat resurse do t'u nevojiten. Parashtroni këto pyetje:
  - Çfarë pune duhet të zbatohet?
  - Sa njerëz do të kyçen në realizimin e këtij aktiviteti?
  - A do të jenë këta persona të punësuar, vullnetarë apo konsultues të jashtëm?
  - Përderisa janë persona të punësuar apo vullnetarë, çfarë aftësi duhet të posedojnë?
  - Çfarë pajisje do tu nevojitet për zbatimin e aktiviteteve?
  - Ku do të jenë të vendosur të punësuarit, vullnetarët dhe pajisjet?
- Llogaritni mjetet e nevojshme për realizimin e të lartpërmendurës.
- Krahasoni shpenzimet me mjetet financiare të cilat i keni në diskonim dhe vlerësoni çka mundet që në mënyrë efikase të zbatohet me ato mjete.
- Planifikoni kur dhe si do të bëhet rritja e nevojave.

- Mbani mend se komunikimet dhe konsultimet janë me rëndësi që të angazhohen dhe motivohen njerëzit e vërtetë në shoqatën nacionale në bazë të sigurimit të mjeteve të nevojshme financiare.
- Në mënyrë periodike kontrolloni ndryshimet të cilat i bëni dhe jeni të gatshëm për t'i ndryshuar planet atëherë kur do të paraqitet nevojë e tillë.

Si të fillohet: "Mjete fillestare"

Në këtë moment nuk kemi të holla për të angazhuar person për zhvillimin e resurseve dhe mendojmë se kjo është punë shumë e madhe e cila duhet t'i ndahet vullnetarit si obligim i tij. Por duhet të fillojmë me program të këtillë që të sigurojmë mjete financiare. Si të fillojmë?

Nuk ekzistojnë përgjigje të thjeshta për këtë pyetje të zakonshme. Megjithatë, propozimet që vijojnë mund t'ju sigurojnë drejtime të caktuara:

Si e para, **rrogën për bashkëpunëtorin profesional për zhvillimin e resurseve dhe nevojat tjera shikoni si "investim" e jo si "shpenzim".** A beson shoqata juaj nacionale se hapja e vendit të ri të punës me pagesë për zhvillimin e resurseve se është hap kyç drejt realizimit të sigurisë financiare dhe vetëmbajtje dhe do t'ju mundësojë t'i shërbeni kategoritë më të mjeruara të popullatës në mënyrë më efikase? Përderisa është ashtu, atëherë ekziston mundësi e madhe se edhe të tjerët do të përgjigjen pozitivisht në kërkesën tuaj për përkrahje për zbatimin e programit për zhvillimin e resurseve si mundësi përkrahje të orvatjeve tuaja për mbindërtimin e kapaciteteve – të jenë pjesë e programit serioz dhe mirë të menduar me qëllim që shoqata juaj nacionale të jetë më efektive, më përgjegjëse dhe më e aftë për t'i shërbyer njerëzit të cilët kanë nevoja më urgjente.

Përfitimi i investimeve (P.I.I.)

Njëra prej analizave më të sofistikuara është Përfitimi i investimeve (PII) me të cilën llogaritet se sa të hyra do të fitohen gjatë përkrahjes së një donatori apo fushate, lirimet e vlerës momentale dhe zbatimi i shpenzimeve.

Me rëndësi është që ky funksion i zhvillimit të resurseve në shoqatën nacionale të shqyrtohet me entuziazëm dhe qartë të bartet në kërkesat për përkrahje të jashtme. Një ndër mënyrat për përgatitjen e diskutimit të brendshëm (e më vonë edhe të jashtëm) është që të përgatitet tabelë e thjeshtë e shpenzimeve dhe beneficioneve ku do të theksohen investimet për angazhimin e bashkëpunëtorit profesional për zhvillimin e resurseve si dhe të hyrat e parapara dhe programet e reja të mundshme të shoqatës nacionale. Përderisa bëhet analizë e tillë për një periudhë prej 3 deri 5 vjet mund t'ju sigurojë argumente për investimin e të hollave për sigurimin e mjeteve, në vend se të keni pozitën status kuo apo të bëni orvatje ad hok të parakohshme të cilat mund të duken të shtrenjta shikuar në plan afatgjatë.

Në vazhdim është të mendoni për hapat dhe burimet vijuese në procesin e sigurimit të "kapitalit fillestar" për programin tuaj të zhvillimit të resurseve:

- Kërkoni prej një firme apo grup të firmave ta sponsorojnë programin tuaj për zhvillimin e resurseve (duke kyçur rrogat, shpenzimet dhe materialet) si investim 2-3 vjeçar për zhvillimin e Kryqit të Kuq në vendin tuaj. Përgatitni propozim në të cilin do ta prezantoni programin, beneficionet dhe nevojat të cilat do të dalin nga programi. Nxiteni udhëheqësinë e shoqatës tuaj nacionale ta bëjë investimin e parë dhe të ndihmojë në zbatimin e kontakteve me kompani të mundshme të cilat do të sigurojnë përkrahjen e tillë.

- Kërkoni donacion për sigurimin e "mjeteve fillestare" në kuadër të Lëvizjes së Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe. Kërkoni përkrahje nga Federata që t'ju sigurojë ndihmë në aplikimin për përkrahje të tillë. Një ndër burimet për sigurimin e mjeteve financiare është përkrahja donatore e shoqatës nacionale me të cilën keni bashkëpunim të ngushtë dhe e cila është e interesuar t'ju sigurojë përkrahje të drejtpërdrejtë si formë për vazhdimin e bashkëpunimit në programet rrjedhëse të cilat tanimë i ka përkrahur në një periudhë kohore. Burim tjetër i mundshëm për sigurimin e mjeteve të tilla është Fondi për zhvillimin e Federatës Ndërkombëtare. Përsëri, me rëndësi të madhe është që me kujdes të përgatitni propozim me qëllim që ta nxitni interesin për përkrahjen e programit tuaj për zhvillimin e resurseve.

- Përgatitni projekt të posaçëm për grumbullimin e mjeteve dhe drejtoni mjetet e siguruara në "Fondin për mbindërtimin e kapaciteteve" apo "Fondin për zhvillimin e resurseve". Mendoni një tubim publik vjetor apo periodik, tërheqje apo loto, apo caktoni fitimin e përqindjes së caktuar nga përfitimi i ngjarjeve sportive apo argëtuese. Shiko në **Pjesa 2** ku ka propozime dhe shembuj plotësues.

- Kërkoni informacione dhe mësoni përvojat e shoqatave tjera nacionale të cilat paraprakisht kanë filluar me programet për zhvillimin e resurseve.

5. MENAXHIM I NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

Menaxhim sipas qëllimeve të planifikuara

- Shumë shoqata nacionale të Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe kanë zbuluar se menaxhimi sipas qëllimeve të planifikuara paraqet mënyrë efektive të organizimit të punës së tyre. Menaxhimi sipas qëllimeve të planifikuara nënkupton ndërmarrjen e një mori hapash.

- Hapi i parë patjetër duhet të bazohet në planet e shoqatës nacionale. Në Kreu 1, Planifikim dhe përgatitje e buxhetit, është sqaruar se pasi të përgatitet Plani zhvillimor i shoqatës nacionale, njësia për zhvillimin e resurseve duhet të përgatisë Plan financiar për implementimin e Planit zhvillimor të përgatitur.

- Në pajtueshmëri me Planin financiar, udhëheqësi / drejtori i njësisë për zhvillimin e resurseve patjetër duhet t'i caktojë qëllimet e njësisë për vitin e ardhshëm.

- Hapi tjetër është që të punësuarit së bashku me udhëheqësin t'i caktojnë qëllimet për vitin e ardhshëm – me çka do të detajohen rolet individuale në realizimin e qëllimeve të planifikuara. Udhëheqësi patjetër duhet me kujdes t'i koordinojë qëllimet e personelit me qëllime që të përfshihen në mënyrë adekuate të gjitha qëllimet, dhe njësoj të përcaktohen detyrat që të mos vihet në keqkuptime se cili për cilën detyrë është përgjegjës.

- Pasi të caktohen qëllimet e personelit, të punësuarve do t'u jetë e qartë se çka duhet të punojnë gjatë vitit. Nga ana e tyre pritet të përgatisin plane punuese për një periudhë të caktuar kohore (zakonisht 1 deri 3 muaj), ku qartë do të caktohen detyrat punuese me qëllim që të plotësohen qëllimet e planifikuara. Këto plane punuese duhet të jenë të miratuara nga ana e udhëheqësit të njësisë për zhvillimin e resurseve.

- Udhëheqësi i personelit dhe personeli do të mbajnë mbledhje çdo muaj me qëllim ta shqyrtojnë përparimin në bazë të realizimit të planeve punuese dhe përderisa nevojitet të bëhen ndryshimet e nevojshme. Roli i udhëheqësit nuk do të jetë vetëm kontrollim i plotësimit të qëllimeve por edhe të sigurohet përkrahje dhe të shihet se çfarë ndihme u nevojitet të punësuarve për tu plotësuar qëllimet e planifikuara. Këtu nënkuptojmë format e ardhshme të sigurimit të përkrahjes:
  - Aftësi;
  - Trajnime;
  - Informacione;
  - Autorizime;
  - Kohë;
  - Përkrahje për detyrë të caktuar;
  - Materiale;
  - Pajisje.

- Gjatë realizimit të çdo qëllimi të planifikuar duhet të jepet mirënjohje dhe të bëhet evaluim.

- Nevojitet të mbahen mbledhje vjetore evoluuese me të punësuarit tjerë me qëllim që të bëhet vlerësim i arritjeve të realizuara dhe të shqyrtohen planet e ardhshme.

Si rezime, menaxhim sipas qëllimeve të planifikuara në njësinë për zhvillimin e resurseve do të thotë:

- **Përgatitje e planit financiar si përkrahje e planit programor të shoqatës nacionale;**
- **Të punësuarit në njësi caktojnë qëllimet e veta për vitin e ardhshëm;**
- **Të punësuarit në njësi përgatisin plane punuese për periudhën prej 1 deri 3 muaj;**
- **Mbajtje e mbledhjeve të rregullta mes të punësuarve dhe udhëheqësit për shkak të kryerjes së vlerësimit në realizimin e planeve punuese;**
- **Ndarje e mirënjohjeve dhe kryerje e vlerësimit për arritjet e realizuara në bazë të rregullt;**
- **Mbajtje e mbledhjeve të përbashkëta vjetore për evoluimin e të arriturës.**

6. MENAXHIM ME NDRYSHIME

Shumë shoqata nacionale bëjnë ndryshime të rëndësishme në strategjitë e tyre për grumbullimin e mjeteve financiare – duke u larguar, për shembull, nga mbështetja pa masë në përkrahjen qeveritare apo të jashtme në drejtim të zhvillimit të programeve të llojllojshme për grumbullimin e mjeteve dhe mobilizim të fondeve. Secili vendim për fillim apo adaptimin e diçkaje që është aq me rëndësi siç është plani financiar i shoqatës nacionale në mënyrë të pashmangshme angazhon në ndryshime të caktuara. Struktura të reja dhe të panjohshme, të punësuar dhe vullnetarë të ri dhe programe të ndryshme dhe imazhi janë vetëm disa nga ndryshimet të cilat me siguri do të jenë të pranishme në realizimin e planit të ri financiar.

Ndryshimi i planifikuar dhe menaxhuar në mënyrë adekuate mund të paraqesë fuqi kreative e cila do të sjellë:

- Mënyrë të re të të menduarit me mundësi të reja dhe zgjedhje problemeve;
- Motivim, për shkak se ndryshimi i detyrës apo ndryshimi i mënyrës në të cilin zbatohet mund të sjellë në paraqitjen e interesit kur puna do të bëhet e mërzitshme;
- Njerëz të ri dhe ide të reja të cilat mund të fisnikërojnë punën bile edhe të shoqatës më të suksesshme nacionale;

- Ndryshime në politikën dhe procedurat të cilat do të kontribuojnë që shoqata nacionale të jetë më efikase dhe më efektive.

Ndryshimet gjithashtu mund të duken kërcënuese dhe frikësuese. Kjo posaçërisht ka të bëjë me gjendjet kur njerëzit nuk e kuptojnë procesin, kur nuk janë të sigurt për rezultatin përfundimtar apo kur nuk e dinë se cili është roli i tyre. Udhëheqësit duhet të kenë kuptim për efektet e ndryshimit për të punësuarit dhe vullnetarët. Për këtë, me rëndësi është:

- **Ta planifikojnë** zhvillimin e ndryshimeve;
- **T'i kyçin njerëzit** sa më shumë në procesin e sjelljes së vendimeve;
- Të kujdesen që njerëzit të cilët janë të kyçur në proces ta kuptojnë **rëndësinë e rolit të tyre** me qëllim që në mënyrë efikase të arrihen ndryshimet e dëshiruara;
- Qartë t'i sqarojnë **shkaqet dhe beneficionet** të cilat do të dalin me ndryshimet;
- Të zbatojnë **kanale të shpejta dhe efikase për komunikim** me qëllim që të gjithë të jenë të informuar për idetë e reja, problemet dhe vendimet;
- T'i kontrollojnë dhe të ballafaqohen me **vështirësitë potenciale** që nga fillimi;
- T'i implementojnë vendimet në mënyrë **të shpejtë dhe efikase;**
- **Me rregull të bëjnë evoluimin** në procesin e ndryshimeve.

Procesi i ndryshimeve

Ndërmarrja e hapave të cilat vijojnë mund ta lehtësojnë procesin e ndryshimeve dhe t'i lehtësojnë efektet e padëshirueshme:

- Pasi të konsultohen njerëz adekuat, definoni se si duhet të jetë prodhimi përfundimtar i ndryshimeve;

- Vëzhgoni mënyra të ndryshme që të arrini deri tek qëllimi i dëshiruar. Kërkoni mendim dhe këshilla profesionale dhe konsultoni sa më shumë njerëz që të vini në mendime adekuate të cilat do t'ju ndihmojnë në procesin.

- Siguroni komunikim të dyanshëm me të punësuarit dhe vullnetarët;

- Përgatitni vendime dhe plane për implementim;

- Rregullisht bëni evoluimin që ta analizoni përparimin në bazë të asaj se si zhvillohen punët dhe jeni të gatshëm për t'i bërë ndryshimet e nevojshme.

R E Z I M E

- NJËSIA PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE SIGURON BAZË TË KOORDINUAR PËR SIGURIMIN E MJETEVE FINANCIARE DHE AKTIVITETEVE VULLNETARE.

- TË PUNËSUARIT DHE VULLNETARËT E NJËSISË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE JANË PËRGJEGJËS PËR DETYRAT PRAKTIKE LIDHUR ME GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANCIARE, MARRËDHËNIE ME PUBLIKUN, MARKETING DHE MENAXHIM ME VULLNETARË.

- DEFINONI NEVOJAT VIJUESE TË MJETEVE FINANCIARE TË SHOQATËS NACIONALE PARA SE TË FORMONI APO TË ZGJERONI NJËSINË PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE.

- SHPENZIMET PËR GRUMBULLIMIN E MJETEVE FINANCIARE DUHET TË SHIKOHEN SI INVESTIME NË KUADËR TË TË HYRAVE TË ARDHSHME.

- MENAXHIMI SIPAS QËLLIMEVE TË PLANIFIKUARA DHE MENAXHIMI ME NDRYSHIME DO T'I PËRMIRËSOJNË REZULTATET.

KREU 5

IMAZHI, RAPORTET ME PUBLIKUN DHE MARKETINGU

1. SA ËSHTË I RËNDËSISHËM IMAZHI?
2. KOMPONENTET E IMAZHIT POZITIV?
3. ÇKA ËSHTË RAPORTI ME PUBLIKUN?
4. ÇKA ËSHTË MARKETING?

Analiza e Tregut – Për çka është e nevojshme?
Vëzhgimi i Tregut
Segmentimi i Tregut
Pika qëllimore të tregut
Pako për marketing

5. PSE JANË TË RËNDËSISHME IMAZHI, RAPORTET ME PUBLIKUN DHE MARKETINGU PËR SIGURIMIN E MJETEVE?
6. PËRGATITJA E STRATEGJISË PËR RAPORTE ME PUBLIKUN DHE MARKETING

QËLLIME

- DEFINIMI I ELEMENTEVE TË CILAT E PËRBËJNË IMAZHIN PUBLIK TË SHOQATËS NACIONALE
- PËRDORIMI I RAPORTEVE ME PUBLIKUN PËR PËRKRAHJEN E ZHVILLIMIT TË RESURSEVE.
- PËRDORIMI I TEKNIKAVE TË MARKETINGUT PËR PËRMIRËSIMIN E ZHVILLIMIT TË RESURSEVE.
- ZBATIMI I VËZHGIMIT NË TREG.
- KAHJE PËR ZHVILLIMIN E RAPORTEVE TË RAPORTEVE ME PUBLIKUN DHE STRATEGJISË PËR MARKETING TË SHOQATËS NACIONALE.

1. SA ËSHTË I RËNDËSISHËM IMAZHI?

Program i fortë dhe i qëndrueshëm për zhvillimin e resurseve është i mundshëm vetëm në shoqatën nacionale e cila gëzon imazh pozitiv në publik. Për këtë qëllim elementet të cilat u diskutuan në kreun e mëparshëm janë me rëndësi esenciale. Po, programi i shoqatës tuaj nacionale për zhvillim të resurseve duhet të bazohet në planifikimin dhe përgatitjen e kujdesshme të buxhetit dhe vullnetarët dhe të punësuarit e sigurojnë fuqinë kadrovike e cila është e nevojshme për plotësimin e këtij qëllimi. Por këto përgatitje, por as kjo strategji nuk mund të jenë të suksesshme përderisa imazhi i shoqatës tuaj nacionale në publik është negativ apo aspak nuk ekziston.

Thjeshtë thënë, mjetet e të hollave si shprehje e dëshirës së lirë i sigurojnë individët apo organizatat vetëm përderisa ekziston atmosferë e kuptimit të punës së Kryqit të Kuq dhe ekzistimi i dëshirës së mirë.

Pozitën të cilën e ka shoqata nacionale në mendimet e njerëzve – imazhi publik i saj – ka ndikim të madh mbi rezultatet në raport me donacionet e kërkuara.

2. Komponentet e imazhit pozitiv

Edhe pse nuk ekziston recetë për hasjen e imazhit pozitiv, ekzistojnë tregues të dobishëm. Ekziston mundësi e madhe se shoqata nacionale do të gëzojë imazh të mirë përderisa janë të plotësuara kushtet që vijojnë:

- Shoqata nacionale **punon** në pajtueshmëri me parimet themelore të Lëvizjes dhe sfidat të vërtetuara në Planin Strategjik Zhvillimor.
- SHN zbaton **aktivitete** të cilat janë mirë të selektuara, të planifikuara dhe të evaluuara.
- SHN i diskriminon **parimet themelore** dhe bashkëpunon me qeverinë në promovimin e respektimit të të drejtës ndërkombëtare humanitare dhe mbrojtjen e emblemës së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe.
- Shoqata nacionale është e gatshme që të ndërmarrë **aksion të shpejtë dhe efikas** që të veprojë në rast të katastrofave dhe përgatitet në kushte paqësore për zbatimin e detyrave të saja në rast të konfliktit të armatosur.
- SHN ka programe zhvillimore të dedikuara për përkrahjen e **popullatës më të mjeruar** dhe për përmirësimin e aftësisë së tyre që të ndihmojnë vetvehten.
- Shoqata nacionale ka **reputacion të mirë për kualitetin e punës së saj** tek partnerët në shtet dhe në publikun. Me qëllim që të përmirësohet imazhi, shoqata nacionale vazhdimisht i informon mjetet për informim publik, anëtarët, donatorët dhe publikun, nëpërmjet raporteve të rregullta për aktivitetet e saja.
- Aktivitetet e shoqatës nacionale për mobilizimin e fondeve për çdo muaj kanë **mbulim pozitiv** në mjetet për informim publik.

- Shoqata nacionale ka **sistem të sigurt për menaxhim financiar,** buxhetor dhe zbaton revizion të pavarur për shkak të dhënies së llogarisë në punën dhe përdorimin e mjeteve nga donatorët.
- Shoqata nacionale **bashkëpunon me organizata tjera – nacionale dhe ndërkombëtare, publike dhe private –** duke i koordinuar aktivitetet e veta dhe ndan resurse, informacione dhe ekspertiza.
- Pasuria, veturat dhe pajisjet e shoqatës nacionale janë adekuate për qëllimet dhe janë në **pajtueshmëri me misionin** e organizatës pa fitim.
- Shoqata nacionale ka **burime të llojllojshme të financimit** për mbrojtjen e punës së saj të pavarur dhe zvogëlimin e rreziqeve.
- Shoqata nacionale siguron **standarde të larta etike** dhe shmanget nga përkrahja financiare e cila nuk është në pajtueshmëri me misionin e saj.
- Shoqata nacionale i tejkalon **metodat detyruese** për sigurimin e përkrahjes në të holla.
- Shoqata nacionale ka **shpenzime të arsyeshme administrative** dhe pjesa më e madhe nga mjetet përdoren për përmirësimin e situatës së popullatës së mjeruar.

A duhet të gjitha këto elemente të jenë të plotësuara që të ketë imazh pozitiv në publik? Jo. Nuk është e patjetërsueshme.

Shqyrtimi i rregullt i këtyre komponenteve të kombinuara me aksion përkatës a do ta përforcojë efikasitetin e zhvillimit të resurseve të shoqatës nacionale? Po. Gjithsesi.

Më shumë informacione rreth rolit të imazhit mund të gjenden në dokumentin e Federatës Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe – **karakteristika të shoqatave nacionale të cilat funksionojnë mirë.** Dokumenti përmban "Udhëzues për vetvlerësim" i cili do t'u ndihmojë shoqatave nacionale që t'i shqyrtojnë anët e tyre të fuqishme dhe pikat e liga në punë në tre lëmi esenciale – **bazë, kapacitet dhe punë.**

3. ÇKA PARAQESIN MARRËDHËNIET ME PUBLIKUN?

Raportet me publikun paraqesin informim të publikut dhe përbërësit në shoqëri për qëllimin dhe punën e organizatës. Raportet me publikun gjithashtu paraqesin edhe ngritjen e vetëdijes së publikut për prioritetet programore dhe aktivitetet e shoqatës nacionale.

Përderisa shoqata nacionale tenton që t'i informojë masat e gjëra të popullit për punën e saj, kjo mund të kushtojë shumë para, rëndë realizohet dhe as që është produktive. **Me rëndësi është që të bëhet zgjedhja e vërtetë dhe të zgjidhet se cili duhet të jetë i njoftuar me punën e shoqatës nacionale dhe cili është mjeti më i lirë dhe më produktiv për komunikimin në këto grupe qëllimore. Si rregull e përgjithshme, me rëndësi është që të**

shtrohet pyetja se cila është nevoja e vërtetë që të realizohet komunikim me publikun. Pyetni se cili është qëllimi, sa do të kushtojë, dhe cilat janë rezultatet që priten nga shpenzimi i kohës dhe parave për komunikimet me publikun.

Raportet formale me publikun nënkuptojnë raporte me mediumet, publikimet, raporte me anëtarët, raporte me donatorët, ngjarje të organizatës dhe komunikimet e brendshme.

Raportet joformale me publikun mund të jenë shumë efikase. Informacioni mund të bartet deri te një grup i caktuar qëllimor nëpërmjet njerëzve të shumtë të cilët janë të kyçur në shoqatën nacionale – shërbimin e paguar, vullnetarë, donatorë dhe shfrytëzuesit e shërbimeve të organizatës.

Informacione lidhur me më shumë aspekte për raportet me publikun dhe komunikime mund të gjenden në publikimet e Federatës Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe – **Mbrojtje të jetës dhe dinjitetit të njerëzve në botë: Udhëzues për personat përgjegjës për komunikime në Kryqin e Kuq dhe Gjysmëhënën e kuqe.** Udhëzuesi përfshin tema të ndryshme siç janë përdorimi përkatës i ëmblemës, shkrimi i letrave – informatorë dhe revista, punë me media dhe planifikim i ngjarjeve të posaçme. Gjithashtu këtu janë përfshirë shembuj specifik të komunikatave në mjetet për informim publik, fleta me të dhëna faktike, artikuj hyrëse, reklama për ngjarje publike dhe letra – falënderuese. Udhëzuesi për personat përgjegjës për komunikime në Kryqin e Kuq dhe Gjysmëhënën e kuqe do t'juparaqesë mjet dobiprurës për kontrollimin gjatë dizajnimit të përkrahjes së planit të raporteve me publikun dhe komunikime në kuadër të programit për zhvillim të resurseve.

4. ÇKA ËSHTË MARKETINGU?

Marketingu do të thotë paraqitje e prodhimeve apo shërbimeve të organizatës në "treg" ku shpenzuesit e bëjnë zgjedhjen e tyre. Plani për Marketing është plan për identifikimin e përkrahësve të mundshëm dhe prezantim se si programi juaj do ti kënaqë nevojat e tyre. Marketing në kontekst të zhvillimit të resurseve do të thotë ndërtim i lidhjes mes produktit apo shërbimit të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe të cilën e siguron për përdoruesit e vet dhe mundësitë për donatorët (shpenzuesit) që ta zgjedhin Kryqin e Kuq / Gjysmëhënën e kuqe si mjet efikas për ndihmën e personave me nevoja.

Disa aspekte të marketingut mund të ndikojnë në vendimet e shoqatës tuaj nacionale në raport me shpenzimin e kohës dhe të hollave kur kërkoni donacione.

- Analiza e Tregut;
- Vëzhgimi i Tregut;
- Segmentimi i Tregut;
- Pika qëllimore të tregut;

- Pako për marketing.

Analiza e tregut – Për çka nevojitet?

"Tregun" e shoqatës nacionale e paraqesin ata njerëz apo organizata të cilët ndajnë mjete financiare, kohë, mallra apo shërbime për shoqatën apo ata të cilët mund të detyrohen që ta bëjnë atë.

Analiza e Tregut do të thotë të mësohet mjaft për këta njerëz që të mund të:

- **Të hyni në treg –** t.e., t'i rritni donacionet nga i njëjti treg nëpërmjet prezantimit të shembujve më relevante dhe më bindëse.
- **Ta zgjeroni tregun –** t.e., t'i përfshin njerëzit të cilët nuk kanë dhënë mjete më parë për Kryqin e Kuq / Gjysmëhënën e kuqe dhe t'i nxisni që të bëhen përkrahës të aktiviteteve tuaja.

Analiza e tregut të donatorëve potencial do të thotë që t'i parashtroni pyetjet që vijojnë:

- Pse njerëzit për momentin e përkrahin shoqatën tuaj nacionale?
- Cilët njerëz e përkrahin shoqatën tuaj nacionale? (shiko segmentimin e tregut më poshtë).
- Cilët janë përkrahësit potencial?
- Si mund të arrihet deri tek përkrahësit potencial? (shiko pika qëllimore të tregut më poshtë).

- **Pse donatorët u japin mjete shoqatave nacionale?**

Përderisa e dini se pse njerëzit dhe organizatat japin donacione ajo do t'i ndihmojë shoqatës tuaj nacionale në mënyrë sa më të mirë që të sigurojnë dhurata dhe mjete. **Shumica e njerëzve japin sepse kanë interes të caktuar.** Gjithashtu bëhet fjalë për korporatat, fondacionet dhe organizatat tjera të cilat japin para, mallra dhe shërbime. **Përderisa i dini mirë këto beneficione kjo do t'ju ndihmojë që të përgatisni strategji përkatëse për grupe të ndryshme qëllimore.**

Çfarë beneficione kanë donatorët nga ajo që e bëjnë? Ja disa prej tyre?

- Kënaqet nevoja e donatorit që të bëhet diçka me vlerë.
- Zgjon ndjenjën e solidaritetit të donatorit me shfrytëzuesit apo përdoruesit.
- Zbut pakënaqësinë për shkak të situatës së bërë.
- E zbutë ndjenjën e fajësisë.
- "Krijoj botë më të mirë për mua".
- "Krijoj botë më të mirë për fëmijët e mi".
- Mundëson që njerëzit ti mbajnë mend sipas veprave të mira.
- Plotësimi i obligimit (dhënia 10% nga të hyrat për nevoja fetare).
- Solidarizim social ("Të gjithë japin aty ku punoj").
- Shprehi. ("Kjo është organizata ime humanitare – çdoherë u jap").
- Shprehja e falënderimit.

- Tregimi i prestizhit – posaçërisht tek donatorët nga sektori korporativ – të tregojnë përkatësi kah Kryqi i Kuq / Gjysmëhëna e kuqe.
- Raporte me publikun – posaçërisht ne rastin e kompanive.
- Tregimi se personi / kompania / organizata është mirë e qëndrueshme dhe dhuruese.
- Mundësi për marrjen e shpërblimit (hyrje në garë apo lotari).

Vëzhgimi i tregut

Vëzhgimi i tregut do të thotë mbledhje e informacioneve për tregun para bartjes së vendimit përkatës. Nëse tregu është i përbërë nga donatorët dhe donatorë potencial, me rëndësi është të mësohen punë të caktuara për ata para se të fillojë procesi i analizimit të tregut dhe segmentimi i tregut.

Ekzistojnë tre mënyra të shpeshta për zbatimin e vëzhgimit të tregut:

- Intervista
- Pyetësorë
- Eksperimentim

- **Intervistë**
  - Një me një (për shembull: ndalimi i njerëzve në rrugë para qendrës tregtare).
  - Personi i cili e kryen intervistën dëgjon grup njerëzish të cilët përgjigjen në pyetje.
  - Personi i cili e realizon intervistën parashtron pyetje nëpërmjet telefonit.

Personat të cilët e realizojnë intervistën mund të përdorin format struktural, ku secili person përgjigjet në pyetjet e njejta dhe pastaj lehtë të krahasohen rezultatet. Nga ana tjetër, pyetjet e pastrukturuara mund të sigurojnë mendime për çështje më gjenerale, si për shembull për mendimet e njerëzve në bazë të qëllimeve të shoqatës nacionale.

- **Pyetësorë**

Personi i cili e realizon intervistën mund të përdorë pyetësor për futjen e përgjigjeve gjatë kohës së intervistës apo nga pyetësi mund të kërkohet që të plotësojë pyetësor.

Pyetësorët mund:

- Dërgohen me postë;
- Të ndahen në ngjarje të cilat i organizon shoqata nacionale;
- Të theksohen si pjesë e ekspozitës, apo në vend publik me qëllim që njerëzit të mund të marrin shembull.

Pyetësorët mund të dizajnohen në atë mënyrë ashtu që do të mundësohen përgjigje të gjëra ku i pyeturi përgjigjet me fjalë, apo me përgjigje të kufizuara me "po/jo" apo "saktë/ jo e saktë". Edhe pse forma e dytë është më e thjeshtë dhe më e shpejtë, e para do të sigurojë kualitet më të mirë të informacioneve.

- **Eksperimentim**

Kjo nënkupton përcjelljen e në situate të caktuar me qëllim që të zbulohet se si të merren rezultate më të mira. Për shembull, është e mundshme që të eksperimentohet me letra – apele apo reklama në media që të shikohet se cili lloj paraqet përgjigje më të mirë në vend dhe në kohë të caktuar. Me rëndësi është që të tentoni që shumica e elementeve në eksperiment të jenë konstante dhe të ndërrohet vetëm nga një prej elementeve me qëllim që të tejkalohet konfuzioni gjatë sumimit të rezultateve.

- **Punë në të cilat duhet të përkushtohet kujdes kur bëhet vëzhgimi i tregut**

- Përgjigjet të cilat shpien në përgjigje do të rezultojnë me përgjigje tendencioze dhe informacione të pasakta.
- Sa më i vogël që është shembulli reprezentativ, aq më të pasigurta do të jenë rezultatet. Me siguri numri më minimal është 50 persona që nevojitet që informacioni të mund të përdoret në ndonjë mënyrë. Me qëllim që të sigurohet relevanca e informacionit të fituar në nivel nacional, duhet që të intervistohen më shumë qindra njerëz.
- Jeni të kujdesshëm kur e "zgjidhni" shembullin reprezentativ. Intervista e njerëzve të cilët marrin pjesë në ngjarjet e shoqatës tuaj nacionale do të thotë se një pjesë e madhe e këtyre njerëzve tani më janë përkrahës të shoqatës tuaj nacionale. Kjo është dobiprurëse përderisa vëzhgimi ka për qëllim të zbulojë diçka më shumë në bazë të vet përkrahësve, por do të sigurojë fotografi të shtrembuar përderisa vëzhgimi është dedikuar që të jetë gjeneral. Zgjedhja e shembullit reprezentativ i cili duhet të intervistohet patjetër duhet ta reflektojë grupin qëllimor, në bazë të moshës, gjinisë, përkatësisë etnike etj. Përderisa keni dëshirë të merrni mendim gjeneral nga njerëzit, zhvilloni intervistën në ndonjë vend publik, siç është për shembull qendra tregtare.
- Tek pyetësorit me përgjigje të kufizuara të mbyllura, numri më i vogël i mundësive për përgjigje do t'ju lehtësojë që të bëni analizë statistike të rezultateve.
- Njerëzit nuk janë gjithmonë të real kur përgjigjen, por edhe kur kanë opsion tjetër që të mos e zbulojnë identitetin personal. Testimi i pyetjeve në më shumë se në një mënyrë që të shikohet se a përshtaten përgjigjet, shpeshherë paraqet masë të mençur.
- Vëzhgimi i tregut mund të sigurojë dy lloj të të dhënave:

    - Të dhëna kuantitative – të cilat lehtë mund të maten dhe numërohen;

- Të dhëna kuantitative – të cilat nuk mund të maten lehtë apo të numërohen (kryesisht për ndjenja, vlera, qëndrime)

Për shembull, përgjigjja "Unë për çdo vit i dhuroj 500$ shoqatës time nacionale" është deklaratë kuantitative, përderisa "Jam krenar që për çdo vit ndaj mjete për shoqatën time nacionale" është e dhënë kuantitative.

- ❖ Vëzhgimi i tregut mund të merr shumë kohë dhe për atë nevojiten shumë aftësi. Kjo është lëmi ku shoqatat nacionale duhet të marrin parasysh edhe përdorimin e vullnetarëve të specializuar apo konsultues të jashtëm.

Segmentimi i tregut

Segmentimi i tregut do të thotë ndarje e tregut në grupe apo segmente me karakteristika të përbashkëta. Për tu bërë kjo saktësisht, përdoret vëzhgimi i tregut. Sapo dihet se cilat grupe eventualisht do të kishin donuar, përgatitni projekte apo fushata të caktuara për përkrahjen e këtyre grupeve.

Segmentimi i tregut merr parasysh disa aspekte të tregut:

- ❖ **Demografik –** moshë, gjini, status familjar (i/e pa martuar, pa fëmijë, i/e martuar me fëmijë të vegjël), të hyra, përkatësia etnike, kombi, statusi i përgjithshëm.
- ❖ **Gjeografik –** ndoshta më e vyeshme është të vërtetohen lokacione specifike në vend.
- ❖ **Psikografike –** stili i jetës (gazeta, revista të cilat lexohen, organizata fetare apo tjera të cilat përkrahen).

Kur bëhet segmentimi i tregut për nevojat e sigurimit të mjeteve në të holla, mbani mend punët që vijojnë:

- ❖ Informacionet në të cilat e bazoni selektimin tuaj duhet të jenë të sakta dhe të besueshme. Ato patjetër duhet të dalin si rezultat i vëzhgimit të tregut e jo të jenë vetë propozime.
- ❖ Grupet apo segmentet të cilat janë të bazuara patjetër duhet të jenë të kapshme për shoqatën nacionale nëpërmjet metodave normale për sigurimin e mjeteve siç janë posta e drejtpërdrejtë, kontakte personale apo reklamime.
- ❖ Grupet apo segmentet të cilat janë të zgjedhura patjetër duhet të jenë mjaft të mëdha që të paguhet mundi.

Pika qëllimore të tregut

Sapo të segmentohet tregu, shoqata nacionale është në pozitë më të mirë që të zgjedhë se cilat grupe do të përgjigjen në apele të caktuara për përkrahje. Pikat qëllimore të tregut thjeshtë janë kahëzim i tentimeve për sigurimin e mjeteve të atyre segmenteve në treg të cilat në kërkesat

do të përgjigjen pozitivisht. Kjo ndikon në dizajnimin e porosisë dhe mënyrës së komunikimit.

Ka tre strategji themelore për kahëzim të porosisë: marketing i diferencuar, marketing i pa diferencuar dhe marketing i koncentruar.

- **Marketing i diferencuar**

Kjo nënkupton shqyrtim se segmente të ndryshme të tregut kanë karakteristika të ndryshme dhe për secilin segment veçmas dizajnohet porosia. Shembull për këtë janë apelet të cilat drejtohen nëpërmjet postës së drejtpërdrejtë dedikuar për njerëz të cilët kanë arsimim të lartë dhe janë të kahëzuar në rëndësinë dhe nevojën për trajnim preventiv medicinal.

- **Marketingu i pa diferencuar**

Dizajnimi i porosive të ndryshme për segmente të ndryshme mund të jetë i shtrenjtë, pra për atë shpeshherë përgatitet një porosi me apel gjeneral. Edhe pse kjo qasje shpeshherë është e suksesshme, patjetër duhet të bëhet por me kujdes. Përderisa zgjedhja e porosisë është e gabuar nuk do të ketë sukses që ta sigurojë përkrahjen e pjesës më të madhe të tregut.

Shembull për këtë lloj të marketingut ku funksionon me sukses është përgatitja e apelit për mbledhjen e mjeteve pasi që të bëhet ndonjë katastrofë e madhe.

- **Marketing i koncentruar**

Kjo strategji i kufizon shpenzimet nëpërmjet drejtimit të apelit vetëm në një apo dy segmente të tregut prej të cilave mundësia që të sigurohen mjetet është shumë e madhe, në vend se të drejtohet deri tek të gjitha segmentet e tregut për të cilat ekziston mundësi se mund të sigurojnë përkrahje. Edhe pse ndonjëherë kjo strategji është e dobishme në plan afatshkurtë, ajo mund të jetë shumë joproduktive në plan afatgjatë sepse seriozisht e kufizon bazën për përkrahje të shoqatës nacionale. Shembull për këtë mund të jetë thirrje personale në telefon prej sekretarit gjeneral deri 20 – 25 përkrahës të shoqatës nacionale, duke kërkuar përkrahjen e tyre për iniciativë të re të rëndësishme.

Ka përparësi dhe mangësi tek secila prej këtyre strategjive qëllimore. Me qëllim që të zgjidhet se cila të përdoret dhe kur të përdoret ajo strategji, e patjetërsueshme është që të merren parasysh rrethanat dhe resurset e kapshme. Gjithashtu ndoshta duhet të kërkohet edhe përkrahje profesionale.

Pako për marketing

Sapo të caktohet grupi qëllimor apo individ, hapi tjetër është të përgatitet "pako" përkatëse. Çka do të ketë ndikim më të madh në ato prej të cilave dëshironi që të arrini? Për këtë qëllim e nevojshme është që të shikoni katër elemente: prodhim, çmim, lloj dhe porosi të aktivitetit të marketingut.

- **Prodhim**

Çka tenton të "shesë" apo të kërkojë shoqata nacionale nga njerëzit si përkrahje me dhuratën e tyre? Në kuptim më të gjerë, ajo është qëllim kryesor i shoqatës nacionale. Për apele individuale, është e mundshme që të identifikohen lëmi të punës të cilat posaçërisht janë relevante për grupin e vërtetuar qëllimor në pajtueshmëri me nevojat dhe dëshirat e donatorit. Për shembull, shoqata nacionale mund të vendosë që të drejtohet tek ata të cilët janë të lidhur me shkolla, kolegje dhe universitete kur kërkohen mjete për fillimin e projektit të caktuar letrar.

- **Çmimi**

Shoqata nacionale mund të caktojë çmim për qëllimin e dëshiruar. Për shembull:

- Vërtetoni çmim (apo disa çmime) për anëtarësim dhe testoni çmimet në situata të ndryshme para se ta sillni vendimin përfundimtar.
- Vërtetoni çmim për vend të siguruar me emër dhe mbiemër apo për pllakë përkujtimore të vendit të theksuar të rëndësishëm.
- Vërtetoni çmim për vënien e emrit në listën e personave donatorë të merituar – për shembull, ata persona të cilët kanë blerë karrocë për person të hendikepuar apo krevat për spital.
- Siguroni "listë të prodhimeve" të cilat do të blihen me donacionet e siguruara.

- **Lloje të aktiviteteve për sigurimin e mjeteve financiare – media**

Cili mjet është më efikas që të dërgohet apel me sukses deri në grupin e duhur qëllimor? Si mund t'ua lehtësoni njerëzve që të gjejnë donacione? Metodat janë postë e drejtpërdrejtë, reklama në media, thirrje telefonike, aksione mbledhëse publike, vizita prej shtëpie në shtëpi dhe kontakte personale.

- **Porosi**

Si do ta përpiloni apelin me fjalë? Cilin ton dhe porosi do ta përdorni?

Shiko **Pjesa 2** në doracakun për më shumë detaje rreth teknikave të nevojshme.

5. PSE IMAZHI, RAPORTET ME PUBLIKUN DHE MARKETINGU JANË TË RËNDËSISHME PËR SIGURIMIN E MJETEVE FINANCIARE

Janë të rëndësishme sepse para se të donojnë njerëzit mjete financiare, shoqata juaj nacionale duhet ti ketë të plotësuara parakushtet që vijojnë:

- **Shoqata juaj nacionale duhet të ketë program i cili e meriton përkrahjen e publikut (imazh);**
- **Njerëzit duhet të jenë të njoftuar me punën e shoqatës tuaj nacionale (raporte me publikun);**
- **Ata të cilët kanë mundësi që të sigurojnë përkrahje patjetër duhet ta zgjedhin shoqatën tuaj nacionale si mjet më efektiv për arritjen e qëllimeve të tyre humanitare (marketing);**
- **Njerëzit patjetër duhet të kenë mundësi specifike për sigurimin e donacioneve në mënyra të cilat iu përshtaten (sigurimi i mjeteve financiare).**

6. PËRPARIMI I RAPORTEVE ME PUBLIKUN DHE PËRGATITJA E STRATEGJISË PËR MARKETING

Në bazë të përparimit të raporteve me publikun dhe përgatitjes së Strategjisë për marketing, merrni parasysh pyetjet që vijojnë:

- Cilat janë qëllimet përfundimtare hyrëse të Planit Zhvillimor të ShN?
- Cilat strategji për marketing dhe raporte me publikun janë më të mira për arritjen e qëllimeve të duhura?
- Çfarë aktivitete nevojiten për arritjen e këtyre qëllimeve?

Përgjigjet e pyetjes së tretë e formojnë fillimin e raporteve me publikun / plan për marketing. Që të vazhdoni, merrni parasysh punët që vijojnë:

- Përdoreni Planin Zhvillimor të shoqatës nacionale dhe Planin për Fonde si pika kryesore referuese.
- Analizoni tregun e shoqatës nacionale, nëpërmjet përdorimit të Vëzhgimit të tregut dhe Segmentimit të Tregut.
- Vërtetoni se cilat do ti keni tregje qëllimore.

Prapë pse prapë, kjo nuk guxon të jetë punë e një personi. Edhe pse personi i cili është përgjegjës për mobilizimin e resurseve do ta marrë iniciativën për organizimin dhe koordinimin e përgatitjes së kësaj strategjie, mirë është që në këtë proces të kyçen persona të cilët kanë përvojë profesionale në këtë plan (raporte me publikun / specialist për marketing nga korporatë e caktuar lokale apo anëtar i Këshillit tuaj Zgjedhor apo anëtar i Njësisë për mobilizimin e resurseve i cili ka përgatitje përkatëse profesionale) dhe nëpërmjet kyçjes së Komisionit për Mobilizimin e resurseve në sesionet për shqyrtimin e ideve dhe planifikimeve të aktiviteteve.

REZIME

- REPUTACIONI PËR PUNIM TË SIGURTË FINANSIAR DHE MENAXHMENT PARAQET THELBIN PËR IMIXHIN E MIRË TË SHN NË PUBLIK.

- SHPESH HERË ËSHTË MË MIRË QË VËMENDJA TË KAHËZOHET KAH GRUPET SPECIFIKE QËLLIMORE SE SA TË TENTONI QË TË GJITHËVE T'UA SQARONI PUNËN TUAJ.

- ANALIZOENI TREGUN DHE ME KUJDES PËRGATITNI APELIN TUAJ PARA SE TA FILLONI FUSHATËN.

- PËRDORNI INTERVISTA DHE PYETËSORË PËR MLEDHJEN E INFORMACIONEVE POR MOS U FRIKONI QË TË EKSPERIMENTONI ME APELE TË NDRYSHME QË TË SHIHNI SE ÇKA DO TË JAPË REZULTAT MË TË MIRË.

- KUJDESUNI QË DONATORËT TË DINË SE SHOQATA JUAJ NACIONALE ËSHTË MJETI MË EFEKTIV PËR ARRITJEN E QËLLIMEVE TË TYRE HUMANITARE.

PJESA 1

R E Z I M E

Doracaku për Zhvillimin e resurseve përmban përshkrim të rregulloreve dhe praktikave të cilat e bëjnë zhvillimin e resurseve më të lehtë dhe me efektiv

Drejtoria dhe udhëheqësia e shoqatës nacionale patjetër duhet të vlerësojnë se cilat pjesë të doracakut janë më të rëndësishme për shoqatën e tyre nacionale dhe të caktojnë se cilat janë mënyrat më adekuate për zbatimin e tyre në praktikë.

Megjithatë, ekzistojnë gjëra të caktuara të cilat janë të rëndësishme për shoqatën nacionale përderisa duan që zhvillimi i resurseve të ketë sukses optimal: Ato janë:

1. **planet për zhvillimin e resurseve duhet të dalin nga programet.** Kjo do të thotë se shoqata nacionale duhet mirë ta planifikojë Programin për punë e pastaj të përgatisë Plan financiar për zbatimin e programit.

2. **Buxheti** paraqet trajnim të rëndësishëm por gjithashtu edhe mjet efikas. Buxheti duhet të përgatitet me kujdes, të miratohet nga ana e udhëheqësisë e pastaj të përcillet dhe revidohet rregullisht me qëllim që të krahasohen planet me rezultatet e realizuara.

3. **Puna e mirë financiare** është shumë me rëndësi me qëllim të mbrohen mjetet financiare dhe ato të përdoren në mënyrë më efikase me qëllim të publiku të ketë besim në integritetin fiskal të shoqatës nacionale.

4. **Mënyra në të cilën organizohen vullnetarët dhe të punësuarit** në bazë të funksionimit të zhvillimit të resurseve në shoqatën nacionale kanë ndikim të madh në suksesin e grumbullimit të mjeteve financiare në shoqatën nacionale. Prandaj, nevojitet të ketë Njësi për mobilizimin e resurseve koordinuar nga person i paguar për implementimin e planit. Kjo praktikë u tregua si e suksesshme në shumë shoqata nacionale.

5. Program i mirë për mobilizimin e resurseve mund të ndërtohet vetëm përderisa shoqata nacionale kënaq **imazh pozitiv në publik.** Elementet e imazhit të mirë, marrëdhëniet e mira me opinionin dhe teknikat e zbatuara të marketingut mund të ndihmojnë në planin e sigurimit të informimit të mirë të njerëzve, vërtetim të grupeve më të mira qëllimore dhe maksimalizim i efekteve nga mobilizimi i mjeteve (Shiko Kreu 5)

A jeni të gatshëm?

Nuk janë të gjitha shoqatat nacionale të gatshme për procesin e sigurimit dhe menaxhimit me mjetet financiare, përderisa paraprakisht nuk e ka realizuar punën e vet në këtë mënyrë. Përgjigja e pyetjeve të cilat vijojnë mund t'ju ndihmojë t'i vërtetoni fushat të cilave duhet t'u përkushtohet më shumë vëmendje para se ta formoni apo zgjeroni Programin për zhvillim / mobilizim të resurseve. Mundohuni të jepni përgjigje në pyetjet (me PO ose JO) nga aspekti i shoqatës tuaj nacionale.

1. A kemi Plan zhvillimor të shoqatës nacionale ku janë qartë të vërtetuara qëllimet programore të organizatës?

2. A kemi Plan për sigurimin e mjeteve financiare ku janë përmbajtur qëllimet programore, nevojat financiare dhe analiza e tregut, buxheti dhe programo për punë?

3. A kënaq imazh pozitiv shoqata jonë nacionale në vendin tonë?

4. A janë të obliguar këshilli ekzekutiv dhe drejtoria të japinë kontributin e tyre personal?

5. A kemi Njësi për mobilizimin e resurseve?

6. A kemi person përgjegjës për koordinimin e Planit për sigurimin e mjeteve financiare?

7. A kemi zbatuar sistem për komunikim me donatorët?

8. A sigurojmë trajnim për të punësuarit dhe vullnetarët?

9. A mbajmë dokumentacion financiar, dhe a bëjmë evaluim të vazhdueshëm dhe a i përdorim rezultatet gjatë planifikimeve tona të ardhshme?

10. A janë dhe a kanë qenë të pranishme në vendin tonë / bashkësinë mobilizimi i mjeteve për qëllimet humanitare?

A është përgjigja e dhjetë PO. Nëse është ashtu atëherë jeni të gatshëm të vazhdoni. Secila përgjigje "nuk" ju paraqet pengesë për të cilën duhet patjetër të veproni dhe për këtë qëllim përsëri të shikoni kaptinat prej 1 deri 5 ku janë dhënë propozimet në bazë të përforcimit të segmenteve dhe fushave ku ju nevojitet ndihmë.

A mund të jemi edhe më të mirë?

Shoqatat nacionale me përvojë të gjatë në sigurimin e mjeteve financiare duhet të parashtrojnë pyetjet që vijojnë:

1. A kemi kënaqësi të lartë tek klientët tanë nga shërbimet të cilat i sigurojmë si dhe shkallën e lartë të interesit për donacion për përkrahje tjetër në aktivitetet tona?
2. A mundemi t'i segmentojmë të dhënat tona në bazë të asaj se a i kemi plotësuar pritjet e donatorëve dhe a kemi të dhëna për marrëdhëniet e zbatuara me secilin donator individualisht?
3. A kemi projekte profitabile të cilat e përmirësojnë imazhin dhe shërbimet e shoqatës nacionale?
4. a kemi portfolio me kandar dhe të llojllojshme të aktiviteteve të cilat sigurojnë të hyra edhe në aktivitetet me të cilat sigurojmë fonde?
5. A jemi organizata më e mirë humanitare në vend?
6. A kemi futur me sukses metodë të re më të madhe për grumbullimin e mjeteve në dy vitet e fundit?
7. A jemi të kënaqur me inovacionet, pjesëmarrjen, komunikimet, vlerësimin dhe zgjedhjen e të punësuarve dhe vullnetarëve në njësinë për mobilizimin e resurseve?
8. A është përgatitur apo është në proces kodi etik për organizatat bamirëse në vendin tonë?
9. A i përdorim në mënyrë efektive instrumentet e marketingut siç janë vëzhgimi i tregut, menaxhim i bazave të të dhënave, ofertave, çmimeve, mediumeve, porosive dhe aktivitete tona për optimalizimin e efekteve nga investimet tona në planin e mobilizimit të mjeteve financiare?
10. A i veçuam të hyrat tona dhe përkrahjen tonë për popullatën më të mjeruar në pesë vitet e kaluara të veprimit tonë?

A keni përgjigje pozitive në të gjitha dhjetë pyetjet? Nëse është rasti i tillë, atëherë me të vërtetë jeni organizata e cila funksionon mirë. Nëse keni përgjigje negative atëherë keni mundësi për zgjerimin e punës tuaj në këtë drejtim.

PJESA 2
TEKNIKA: MJETE PËR SUKSES

DORACAK PËR ZHVILLIMIN E RESURSEVE

HYRJE NË PJESËN 2

Në pjesën e parë të Doracakut për zhvillimin e resurseve, vëmendja ishte e drejtuar në hapat të cilat janë të nevojshme për zbatimin e programit efikas për zhvillimin e resurseve. Hapat siç janë strategjia, planifikimi, përgatitja e buxhetit, menaxhimi financiar, udhëheqja me vullnetarë, menaxhim me të punësuarit dhe imazhi janë të rëndësishme për secilën shoqatë nacionale.

Në pjesën e dytë, vëmendja është drejtuar në teknika apo opsione të ndryshme për zhvillimin e resurseve. Disa prej këtyre opsioneve do të jenë të dobishme për shoqatën tuaj nacionale e disa nuk do të jenë. U mbetet juve dhe ekipit tuaj të vendosni se çfarë zgjedhje do të bëni dhe se si do ti përshtatni me gjendjet specifike.

Edhe pse marketingu është më shumë i zhvilluar në vendet ku realizohen të hyra më të mëdha dhe ku ekziston infrastrukturë për zbatimin e teknikave më komplekse, shumë prej elementeve të Doracakut mundet gjithashtu të përdoren dhe përshtaten nga ana e shoqatave nacionale në vende tjera.

CILAT JANË HAPAT TUAJA QË VIJOJNË

Hapat që vijojnë varen nga ajo se në cilin stadium gjendeni për momentin. Ky doracak prezanton më shumë opsione, ngjashëm me ushqimin indonezian të ashtuquajtur “rijstafell”. Ky ushqim i cili shërbehet në më shumë enë të ndryshme dhe është i përbërë nga ushqime dhe mëlmesa të llojllojshme dhe se është shumë për ta ngrënë dikush vetë prandaj juve ju mbetet të vendosni se çka dëshironi të provoni dhe atë se çka do të hani ta hani me mëlmesa të cilat ju do ti zgjidhni.

Grumbullimi i mjeteve financiare dallohet nga vendi në vend. Kultura dhe religjioni, historia ekonomike dhe sociale, traditat dhe teknikat e dhënies, madhësia dhe historia e shoqatës nacionale do të ketë ndikim të rëndësishëm mbi mënyrat të cilat mund t’i zhvilloni në kuadër të programit tuaj për grumbullimin e mjeteve financiare.

Në asnjë doracak nuk do të gjeni gjithçka që i nevojitet secilës shoqatë nacionale. Duhet t’i zgjidhni dhe përparoni hapat të cilat më së shumti do të përshtaten në situatat e vendit tuaj. **Gjithsesi për secilën shoqatë nacionale ekziston hap vijues të cilin duhet të zgjedhë!**

Për shoqatat nacionale të cilat janë formuar **para një periudhe të shkurtë kohore,** progresi i aktiviteteve mund të zhvillohet në kahjen që vijon:

- Sigurim të përkrahjes nga qeveria juaj;

- Sigurim të donacioneve për projekte të organizatave ndërkombëtare joqeveritare të cilët punojnë në vendin tuaj;
- Sigurim të donacioneve nga ambasadat;
- Të hyra nga tubimet gala vjetore;
- Apelim në opinion për sigurimin e përkrahjes gjatë katastrofave;
- Dërgim të apeleve me postë tek individët të cilët kanë prezantuar në ngjarje të organizuara nga ana e shoqatës nacionale;
- Sigurim të sponsorimeve nga korporatat ndërkombëtare;
- Implementimi i projekteve për akumulimin e të hyrave.

Për shoqatat nacionale të cilat kanë **bazë në procesin e implementimit të aktiviteteve** në fushën e akumulimin të të hyrave, hapat vijuese ndoshta janë këto që vijojnë:

- Zbatimi i vëzhgimeve të tregut për t'u përcaktuar gjendja e planit të donatorëve momental dhe të ardhshëm;
- Përgatitje e listave më të mira të donatorëve;
- Përdorimi i kanaleve të reja për apele për grumbullimin e mjeteve financiare të cilat do të dorëzohen tek më shumë individë;
- Organizim të tubimeve të mëdha publike për grumbullimin e mjeteve financiare;
- Organizim të fushatave korporative për kompanitë më të mëdha në vendin tuaj;
- Zgjerim të programeve dhe aktiviteteve vullnetare të organizatave komunale të Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe;
- Sigurim të donacioneve për implementimin e projekteve nga qeveria dhe agjencitë të Kombeve të Bashkuara;
- Këmbim të borxheve dhe valutave të bllokuara.

Për shoqatat nacionale të cilat kanë **histori të gjatë të aktivitetit në fushën e zhvillimit të resurseve,** fazat vijuese mund të jenë këto:

- Përdorimi i një pjese të këtyre metodave në organizatat tuaja komunale të Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe;
- Përdorimi i medieve të reja për gjetjen e donatorëve të rinj;
- Zbatimi i marketingut individual;
- Organizimi i aktiviteteve të reja për akumulimin e të hyrave;
- Përgatitja e programit për dhënie të planifikuar;
- Organizim të fushatave kapitale;
- Sigurim të përkrahjes së specializuar për shoqata tjera nacionale në fushën e grumbullimit të mjeteve financiare.

Këto janë vetëm propozime. Hapat e ardhshme në realitet varen nga ajo se çka punoni për momentin, nga traditat në pjesën e akumulimit të të hyrave në vendin tuaj, dhe nga kreativiteti i cili mund të futet në aktivitetet tuaja. **Ajo që është e sigurt është se tani mundeni të ndërmerrni masa për dyfishimin apo të siguroni të hyra trefish më të mëdha për shoqatën tuaj nacionale!**

TË FILLOJMË!

Tetë kapitujt e ardhshme veçanërisht paraqesin shumë qasje të rëndësishme – lidhur me akumulimin e të hyrave. Ato janë të dizajnuara që t'ju çojnë nëpër procesin për të kuptuar se si duhet të siguroni resurse nga burime të ndryshme.

Do të shihni se **Kreu 6** është dedikuar për sigurimin e donacioneve nga individë. Është e gjatë sepse individët e përbëjnë sektorin më të madh të dhënies së përkrahjes në botë. Për shkak se individët janë burim potencial shumë i rëndësishëm për rritjen e vëllimit të aktiviteteve të shoqatës tuaj nacionale, këtë përmbajtje e futëm si të parën në këtë Pjesë të Doracakut.

Kreu 7 tregon se si ngjarjet speciale janë me rëndësi të madhe për sigurimin e mjeteve, emra të donatorëve, vullnetarëve, publicitet dhe kontakte.

Kreu 8 tregon se korporatat janë burim i rëndësishëm i përkrahjes për shumë aktivitete duke kyçur organizimin e ngjarjeve, projekteve dhe sigurimin e përkrahjes administrative për funksionimin e shoqatës nacionale.

Kreu 9 e prezanton akumulimin e të hyrave si pjesë të rëndësishme për organizatat joprofitabile për sigurimin e të hollave nëpërmjet aktiviteteve personale afariste.

Në **Kreun 10** diskutohet për mundësitë për sigurimin e përkrahjes dhe ndihmës në kuadër të Lëvizjes së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe.

Kreu 11 si sigurohen donacione për projekte dhe për përkrahje administrative dhe tjera për funksionimin e shoqatës nacionale.

Kreu 12 i përshkruan fushatat kapitale si qasje për akumulimin e përkrahjes në dhurata kapitale.

Kreu 13 tregon se sa janë vullnetarët të rëndësishëm dhe siguron udhëzime dhe drejtime se si të mbahet dhe menaxhohet kjo komponentë esenciale e zhvillimit të resurseve.

KREU 6

DONACIONE NGA INDIVIDË

1. HYRJE
   - Piramidë donatore
   - Marketing individual
   - Llojllojshmëri e përkrahjes
   - Dhënie me lehtësime tatimore

2. PËRGATITJA E PROGRAMIT INDIVIDUAL DONUES
   - Planifikimi i programit për sigurimin e mjeteve finansiare
   - Vëzhgimi në Treg
   - Evidentimi i të dhënave për donatorët tuaj
   - Sisteme për veprim
   - Vëmendja kah individë

3. SIGURIMI I DONACIONEVE TË PARA NGA INDIVIDË
   - Anëtarësim dhe mbledhje
   - Postë dhe reklamim
   - Ngjarje për mbledhjen e mjeteve financiare

4. RRITJA E DONACIONEVE INDIVIDUALE
   - Dhënia e mirënjohjes për dhurata
   - Dhënia e mirënjohjes së donatorëve
   - Postë e drejtpërdrejtë
   - Formë tjetër e përkrahjes
   - Sponzorizim
   - Kontakt nëpërmjet telefonit
   - Dhurata të mëdha
   - Zhvillim i programit për dhurata të mëdha

SHTOJCA E: ANËTARËSIM

SHTOJCA F: POSTA E DREJTPËRDREJTË

SHTOJCA G: AKSIONE PUBLIKE PËR GRUMBULLIM

SHTOJCA H: DHËNIE E PLANIFIKUAR

SHTOJCA I: DHURATA NË MALLËRA

SHTOJCA J: SHEMBUJ TË RASTEVE

QËLLIME

- PËRDORIMI I PARIMEVE TË PIRAMIDËS DONATORE
- UDHËHEQJA E BAZËS SË TË DHNAVE PËR DONATORË SA MË SHUMË QË ËSHTË E MUNDSHME.
- MENAXHIMI I METODAVE KRYESORE PËR TËRHJEQJEN E DONATORËVE TË RINJ INDIVIDUAL.
- MENAXHIMI I METODAVE KRYESORE PËR PËRTRIRJEN DHE MBINDËRTIMIN E DHURATAVE INDIVIDUALE TË DONATORËVE.
- PËRGATITJE E PROGRAMIT PËR DHURATA TË MËDHA INDIVIDUALE DUKE E KYÇUR EDHE DHËNIEN E PLANIFIKUAR.

1. HYRJE

Kjo kaptinë është e dedikuar për mënyrën e bindjes së individëve që të sigurojnë përkrahje për shoqatën e tyre nacionale nëpërmjet sigurimit të donacioneve në të holla apo dhurata në mallra. Shumë prej metodave të cilat janë të përshkruara gjithashtu mund të shërbejnë për tërheqjen e njerëzve për ndarje në nivel të kohës së vullnetarëve për sigurimin e ndihmës dhe përkrahjes.

Shoqatat nacionale nuk munden ta arrijnë potencialin e tyre të plotë pa përkrahjen e individëve, të cilët ndihmojnë nëpërmjet punës së tyre vullnetare dhe donacioneve të tyre në të holla apo mallra. Për atë, një ndër prioritetet kryesore për secilën shoqatë nacionale duhet të jetë tërheqja e individëve dhe bindja e tyre se Kryqi i Kuq / Gjysmëhëna e kuqe është i vlefshëm për përkrahjen e tyre të parë dhe të vazhdueshme.

Disa prej propozimeve ndoshta akoma nuk munden të realizohen në praktikë për shoqatat më të vogla nacionale a disa prej tyre ndoshta tani më në të madhe përdoren në vendet tuaja për shkak të arsyeve të caktuara historike apo kulturore. Propozimet janë prezantuar për shkak të ideve të mundshme të reja apo adaptime të mundshme të formave ekzistuese. Thjeshtë ndoshta do të dëshironit të futni qasje të re për sigurimin e mjeteve financiare i cili nuk ka qenë i duhur deri në atë moment në vendin tuaj por mund të jetë shumë i suksesshëm.

Piramidë donatore

Një prej koncepteve të pranuara i cili përdoret për sigurimin e mjeteve financiare nga individë është piramida donatore. Piramida ilustron se si programet efikase për sigurimin e mjeteve tërheqin donatorë të rinj nga

korniza e popullatës së përgjithshme, e pastaj se si nxiten në mënyra të ndryshme që të ngriten në nivel të ndryshëm të sigurimit të përkrahjes. Duke u nisur me "zbulimin" për atë se çka paraqet organizata, donatori ideal gjatë kohës e rrit përkrahjen për organizatën e tij / saj.

Universi i donatorëve të mundshëm e formon bazën e gjerë të piramidës, përderisa një grup i vogël i donatorëve kryesor gjendet në majën e piramidës. **Për tu ngritur donatorët në shkallë më të larta të piramidës, duhet të kujdeseni në raportet personale mes donatorit dhe organizatës nëpërmjet përdorimit të metodave të llojllojshme për sigurimin e mjeteve për nxitjen e donatorit që të japë qerasje apo dhurata të mëdha.**

Popullata e përgjithshme në lëminë tuaj – e cila e përbën bazën e piramidës – është burimi juaj i donatorëve të ardhshëm të cilët për herë të parë do të japin përkrahje për shoqatën nacionale. Ekzistojnë disa mënyra për tërheqjen e **donatorëve të rinj,** siç janë anëtarësimi i tyre, posta e drejtpërdrejtë, apele gjatë gjendjeve urgjente, ngjarje speciale, dhe futja e tyre në organizatë nga ana e miqve. Njësoj aq të rëndësishme si donatorët të cilët për herë të parë sigurojnë përkrahje, janë edhe **donatorët e përtrirë** të cilët sigurojnë më shumë të hyra me çmim më të ulët. Apelet e drejtpërdrejta të drejtuara nëpërmjet postës, ngjarjet speciale dhe kontaktet personale në të madhe përdoren si formë për sigurimin e dhuratave të vlefshme dhe të rëndësishme. Për t'iu ndihmuar donatorëve që të lëvizin më lartë në shkallën vijuese të piramidës dhe të bëhen **donatorë të dhuratave të mëdha,** me siguri është e nevojshme që të ndërmerren më shumë kontakte personale. Kjo mund të bëhet nëpërmjet bisedës telefonike, mbledhjeve individuale dhe ngjarjeve speciale. Me rritjen e kontributit të donatorit, ai / ajo mund të bëhet **donator i dhuratave speciale** duke siguruar dhurata më të mëdha në të holla, tokë apo mallra. Në fund, disa donatorë mund të bëhen **donatorë kapital** të cilët sigurojnë shuma të cilat janë mjaft të mëdha për blerjen e ndërtesave apo për donacione të mëdha. Në majë të piramidës janë donatorë të cilët bëjnë dhurata të planifikuara nëpërmjet testamentit.

PIRAMIDË DONATORE			
DHURATA TË PLANIFIKUARA			
Testamente			
DONATORË KAPITAL			
Ndërtesa, donacione			
DONATORË TË DHURATAVE SPECIALE			
Dhurata të një shumë më të madhe të të hollave, tokë, mallëra			
DONATORË TË DHURATAVE			
TË MËDHA VJETORE			
Donacione në rritje			
			Kërkesa personale

Kyçje personale	DONATORË TË PËRSËRITSHËM Dhurata të përsëritshme		Ngjarje speciale
	DONATORË TË RINJ Donacione fillestare		Kërkesa telefonike
	POPULLATË E PËRGJITHSHME		Ngjarje speciale Posta e drejtpërdrejtë Kontakte personale Anëtarë të dhuruesve të gjakut

Si rezime, mund të themi se kemi tre kategori kryesore të donatorëve:

- Donatorë të rinj
(persona të cilët japin donacione për herë të parë)
- Donatorë të përsëritshëm
(persona të cilët përsëri japin donacione)
- Donatorë të mëdhenj
(persona të cilët japin donacione më të mëdha)

Tek programet e përpunuara mirë dhe tek programet individuale mirë funksionale për dhurata, 20% prej donatorëve sigurojnë 80% prej mjeteve të përgjithshme financiare.

Megjithatë, baza më e madhe e përkrahësve të rinj dhe të vegjël është më shumë se nevojë për shkak të vlerës së dhuratave të tyre por edhe për shkak të potencialit dhe mundësisë që më tej të sigurojnë donacione më të mëdha. Për shkak të suksesit në procesin e sigurimit të përkrahjes nga individët, me rëndësi të madhe është **që të tërhiqen sa më shumë donatorë të rinj, e pastaj të punohet në ngritjen e tyre nëpër piramidë nëpërmjet ndërtimit të raporteve dhe zgjedhjen e kujdesshme të teknikave për sigurimin e mjeteve.** Baza i siguron individët për të cilat ekziston mundësi se përsëri do të sigurojnë dhurata, pastaj të japin shuma sa më të mëdha. Për shembull, donatorët të cilët për herë të parë japin donacione si përgjigje e ndonji apeli në kushte të gjendjes urgjente, paraqesin resurs të vlefshëm për dhurata tjera të ardhshme.

Qëllimet e programit individual për dhurata të shoqatës nacionale duhet të jenë:

- Tërheqja e njerëzve në piramidë;
- Ngritja e tyre nëpër piramidë me qëllim që të sigurojnë dhurata të rregullta dhe të mëdha; dhe

- Lëvizje e një pjese të këtyre individëve në majën e piramidës që të bëhen donatorë të mëdhenj.

Marketingu individual

Programet më të suksesshme për sigurimin e mjeteve zbatojnë dhe mbajnë raporte me secilin donatorë individual. Kjo quhet marketing individual apo relacionar.

Në kuadër të metodave të llojllojshme për mobilizimin e mjeteve dhe donatorëve të cilët gjenden në rrethin tonë, apelet më efikase për individë do të jenë ata të cilët janë të përcaktuar në mënyrë përkatëse kah grupet e vërteta qëllimore. Për këtë qëllim nevojitet që të segmentohen recepientët përfundimtare në grupe me karakteristika të përbashkëta dhe përgatitja e secilit apel duhet të jetë relevante në çdo grup qëllimor. (Shiko **Kreu 5; Imazh, Raporte me publikun dhe Marketing,** për më shumë detaje se si të bëhet kjo.)

Sa më shumë që është e mundshme nga kontakti i parë me donatorin e ri potencial, duhet të tentoni që lidhjen ta bëni mes shoqatës nacionale dhe donatorët të ndërtoni raporte mes veti. Kjo do të thotë se duhet të mësohet aq shumë sa është e mundur për donatorët ekzistues dhe potencial të rinj, duke i segmentuar në grupe sa më të vogla, dhe drejtim sa më të mirë të apeleve dhe porosive tuaja që të sigurohen rezultate më të mira. Kjo do të thotë trajtim i donatorëve tuaj si miq të rëndësishëm të shoqatës nacionale.

Marketingu i individualizuar mundohet që të zbatojë lidhje mes veti me donatorët dhe organizatën me qëllim që të përforcohen raportet afatgjate mes veti.

Qëllimi primar është që të përdoret segmentimi dhe drejtimi kah grupi qëllimor që të krijohet raport individual personal.

Programet përparuese individuale përdorin baza më të përparuara të të dhënave informative për futjen dhe përdorimin e të dhënave për donatorët si dhe mjetet më të mira për vëzhgimin e tregut me qëllim që të zbulohet diçka më shumë për donatorët, kanalet dhe mediat më adekuate të cilat janë të kapshme për tu arritur tek secili donator, apelet më adekuate dhe niveli i kontributit i cili i përshtatet secilit donator, porositë personale për komunikim me secilin donator dhe sigurim i shërbimit më miqësor për përdoruesit apo donatorët.

Kur shumica e këtyre komponenteve janë të përdorura mirë, organizata do të ketë raporte individuale me secilin donator që do të zgjasin shumë gjatë kurse shpërblimi i këtyre raporteve do të jetë rritje e rëndësishme e të hyrave në shoqatën tuaj nacionale.

Sigurimi i përkrahjes së llojllojshme

Sigurimi i përkrahjes së llojllojshme do të thotë sigurim i ndihmës prej më shumë sektorëve të shoqatës dhe përdorim i shumë mënyrave të dorëzimit të apeleve për donacione.

Një prej parimeve themelore të Lëvizjes së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe është që të punohet me të gjitha segmentet e bashkësisë. Kjo njësoj ka të bëjë me të punësuarit, vullnetarët, anëtarët, përdoruesit dhe donatorët. Shoqatat nacionale të cilët kanë lidhje të afërta me bashkësitë lokale do të gëzojnë përkrahje më të madhe. Në atë mënyrë shoqatat nacionale do të kenë njohuri më të mira për nevojat lokale dhe do të munden të punojnë më mirë.

Edhe pse përkrahja më e gjerë nuk është në fillim aq shumë e paguar sikur përkrahja më e afërt, vlera e cila sigurohet nga spektri më i gjerë i shoqatës do të paguhet më shumë në plan afatgjatë në bazë të përmirësimit të imazhit, tërheqjes së vullnetarëve të rinj, hasja e të hyrave, sigurim i shërbimeve më të mira programore dhe përkrahje nga bashkësitë gjatë veprimit në rast të gjendjeve urgjente.

Metoda të ndryshme tërheqin njerëz të ndryshëm. Zbatimi i teknikave të llojllojshme do të sigurojë mjete financiare si dhe kyçje e një numri më të madh të njerëzve.

Përskaj asaj, me rëndësi do të ndryshohet rrethana në bazë të mbledhjes së mjeteve financiare. Disa prej metodave do të jenë më efektive nga të tjerët e gjithsesi do të ketë variacione në bazë të kornizës kohore. Ndonjëherë ndoshta do të sillen masa të caktuara ligjore të cilat do të kenë ndikim në metodë të caktuar për dorëzime të apeleve apo sigurimin e donacioneve të ndonjë lloji të caktuar. Apo mund të vijë deri në humbjen e ekspretizës apo pajisjes e cila është e nevojshme për udhëheqjen e ndonjë apeli të caktuar. Shoqatat nacionale mund të gjenden në situatë të pavarur përderisa nuk kanë mënyra alternative për sigurimin e mjeteve financiare.

Për atë, strategji shumë e rëndësishme dhe e mençur për mobilizimin e resurseve është që të ketë burime, metoda dhe media të llojllojshme për mbledhjen e donacioneve dhe mjeteve financiare.

Lirimi nga tatimet për donacione

Në shumë vende, ligji u mundëson organizatave joprofitabile dhe donatorëve që ti përdorin lehtësimet tatimore që nga ana tjetër mundëson rritjen e vlerës së dhuratës.

Në disa vende, organizatat joprofitabile kanë të drejtë për kompensim të tatimit të paguar nga ana e donatorëve në qeveri si kontribut për nevojat e organizatës. Në vende tjera, individë mund që ndonjëherë të kërkojnë lehtësime tatimore kur sigurojnë donacion për organizatë humanitare dhe për atë shkak janë në mundësi që të ndajnë shuma më të mëdha.

Disa qeveri gjithashtu kanë ligje të cilat kanë të bëjnë me dhuratat e dedikuara për përdorim në vende tjera, apo dhurata të dhëna në mallra.

Mirë është që shoqatat nacionale të shikojnë se a i përdorin të gjitha beneficionet e mundshme tatimore të cilat i kanë në disponim.

Ligjet ndryshohen periodikisht, për atë me rëndësi është që të jeni të informuar. Ligjet mund të jenë komplekse dhe për atë shkak ndoshta është më mirë që ndonjëherë të konsultohet avokat. Në këtë plan, me këshilla mund t'ju ndihmojnë edhe vullnetarë të caktuar të cilët janë profesional në këtë lëmi.

2. PËRGATITJE E PROGRAMIT PËR DONATORË INDIVIDUAL

Planifikimi i programeve për sigurimin e mjeteve financiare

Donacionet e individëve janë burim kryesor i të hyrave për shoqatën nacionale. Strategjia për mobilizimin e fondeve të secilës shoqatë nacionale duhet të përmbajë metoda për tërheqjen e donatorëve të rinj, bindjen e tyre që të bëhen donatorë të rregullt dhe bindje e disa prej tyre që të bëhen donatorë të mëdhenj. Kjo do të thotë ngritja e tyre në piramidën donatore nëpërmjet raporteve individuale dhe interaktive.

Kontributet nuk bëhen vetvetiu. Programi i suksesshëm për mobilizimin e fondeve menaxhon me këtë proces.

Plani i përgatitur mirë është me rëndësi kyçe për mobilizimin efektiv të fondeve. Ai siguron parakusht se në kohë dhe në mënyrë përkatëse do të sigurohet shuma e nevojshme e të hollave në shoqatën nacionale. Me rëndësi esenciale është strategjia për mobilizimin e fondeve që vazhdimisht të shpërblehet, rregullisht të kontrollohet dhe të përshtatet sipas nevojave. Përderisa i përgatitni planet, mundohuni që ti përdorni përvojat edhe në organizata tjera të cilat kanë programe të mira për mobilizimin e fondeve. (Për më shumë detaje, shikoni **Kreun 1: Planifikim dhe Buxhet).**

Mbani mend: shumë me rëndësi është që të drejtoheni tek njerëzit të cilët kanë të holla për përkrahje. Këtu mendojmë në individë të pasur, profesional, nëpunës dhe përfaqësues të huaj në vend.

Përskaj asaj, gjithashtu me rëndësi është që të përmendim se donatorët të cilët ndajnë shuma të vogla të të hollave në bazë të rregullt gjatë kohës së periudhës së gjatë kohore gjithashtu janë burim i rëndësishëm dhe i përmirësuar i mjeteve. Për shembull, shumat e vogla të të hollave të cilat mblidhen nga shumë individë në mënyrë efikase siç është për shembull në vendin e tyre të punës, mund të sigurojë një shumë të madhe të të hollave. Donuesit të vogël duhet ti ceket se donacioni i tij/saj është shumë i rëndësishëm. Disa shoqata nacionale kyçin shembuj në fushatat e tyre për atë se çka mund të bëjnë shumat e vogla të parave për pranuesit e shërbimeve. Për shembull, Kryqi i Kuq i Finlandës, në këtë mënyrë siguron ushqime për fëmijët e pastrehuar.

Përdorimi i mundësive

Kur mbahen ngjarje më të mëdha në të cilat jemi të kyçur si Lëvizje e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe dhe kur këto ngjarje janë të mbuluara nga mediat, bëhuni të shpejtë që t'i tregoni publikut se ekziston organizatë e vërtetë e cila siguron ndihmë. Mundohuni që t'i kyçni mediat sa më shumë që është e mundur. Përdorni mediat si pasqyrë e lëvizjes dhe shoqatës tuaj nacionale. Tregoni se jemi pjesë e jetës së përditshme gjithkund në botë. Rezultatet do të jenë shumë pozitive.

Vëzhgimi i tregut

Donatorët japin të holla në organizata humanitare joprofitabile për shkak të numrit të madh të arsyeve. Vëzhgimi i tregut paraqet mjet që të mësojmë diçka më shumë për motivimin e donatorëve momental dhe potencial. Sa më shumë që dini se çka i motivon donatorët tuaj, aq më shumë do të keni mundësi që t'i plotësoni pritjet e tyre dhe aq më shumë ata do të dëshirojnë të sigurojnë përkrahje për shoqatën tuaj nacionale.

Disa njerëz thonë se mobilizimi i fondeve paraqet më shumë art se sa shkencë, mirëpo në çdo rast, mirë është që të përdoren të gjitha mundësitë dhe dituritë si dhe të gjitha informacionet e kapshme që punën ta kryeni me sukses dhe të mobilizoni më shumë mjete financiare që t'iu ndihmoni më shumë njerëzve.

Për shembull, disa donatorë do të ndajnë mjete vetëm si përgjigje e një apeli gjatë ndodhjes së ndonjë katastrofe të caktuar. Ata do të përgjigjen në çdo apel të tillë. Për atë, e logjikshme është që të dërgoni kërkesa lidhur me katastrofa sa më shumë që është e mundur por mos t'iu dërgoni kërkesa mjetesh për përkrahje tjetër. Kjo do t'iu mundësojë që të japin për atë që dëshirojnë që të përkrahin, prandaj mos iu dërgoni kërkesa për përkrahje të cilën ata nuk dëshirojnë që ta përkrahin. Disa donatorë dëshirojnë të përgjigjen vetëm në apele nacionale, të tjerë dëshirojnë të japin përkrahje vetëm për apele ndërkombëtare. Ky dallim duhet të jetë lëndë e testimit në vëzhgimin tuaj.

Burimet e vëzhgimit të tregut janë të shumta, por të gjitha ato kanë të bëjnë me një punë –**dëgjoni përkrahësit tuaj, mbahuni të afërt me donatorët tuaj.**

Njëra prej teknikave më të mira për vëzhgim është që të pyeten përkrahësit tuaj momental, në mënyrë joformale gjatë kohës së takimeve tuaja, për shkak se sigurojnë përkrahje dhe që i plotëson kur sigurojnë dhurata për shoqatën tuaj nacionale. Njëra prej teknikave e cila mund të përdoret për këtë qëllim është anketimi, mundësisht të jetë e besueshme, me çka do të fitoni informacione prej donatorëve tuaj për pyetjet e njejta të cilat janë në interesin tuaj.

Në shumë vende ekzistojnë informacione për organizatat humanitare. Këtu mendojmë në informacione për atë i cili jep përkrahje dhe pse. Të dhënat demografike në bazë të moshës, statusit familjar, të hyrave, gjinisë si dhe treguesve psikografik në kuptim të punëve personale të cilat donatori i dëshiron apo nuk i dëshiron mund t'ju sigurojnë informacione të rëndësishme në atë se në cilën kahje ti drejtoni aktivitetet tuaja për mobilizimin e fondeve. Firmë e caktuar për vëzhgimin e tregut apo firmë reklamuese apo korporatë e madhe mund t'ju ndihmojë, pa pagesë të merrni informacione të rëndësishme për donatorët apo më saktë për donatorët të cilët janë në interesin tuaj. (Shiko **kreun 5: Imazh, Raport me publikun, Marketing).**

Evidentimi i të dhënave për donatorët tuaj

Përderisa dëshironi të jeni efektiv në bazë të gjetjes së donatorëve të rinj dhe dëshironi që ti bindni të japin më shumë, për atë qëllim duhet të keni të dhëna të sakta për donatorët. Shoqatat më të vogla nacionale mund t'i shënojnë të dhënat në dorë por shpejtë pas asaj do të bëhet e patjetërsueshme dhe më efektive që të evidentohen të dhëna kompjuterike për donatorët. Kjo mund të bëhet në kuadër të organizatës apo nga ana e agjencisë së jashtme.

Sa do të jenë të sakta dhe të reja informacionet për secilin donator aq më efektiv do të jetë mobilizimi i fondeve.

Informacionet minimale të cilat shoqata nacionale duhet t'i ketë për secilin donator janë që vijojnë:

- Emri dhe funksioni;
- Adresa (e shtëpisë dhe e punës);
- Numri i telefonit (i punës dhe i shtëpisë);
- Historia e donacioneve të mëparshme (cilat apele iu janë dorëzuar dhe kur, në cilat apele janë përgjigjur, sa të holla kanë dhënë, dhe cilën metodë të pagesës e kanë përdorur);
- Forma tjera të kontaktit të cilën e kanë pasur shoqata nacionale (p.sh. anëtarë, dhurues të gjakut, përdorues, pjesëmarrës të seminareve).

Bazat më të sofistikuara të të dhënave për donatorët mund të kenë informacione për datën e lindjes, të dhënat familjare, pritje, organizata tjera të cilat i përkrahin, apo kontaktet të cilat i kanë.
Të dhënat për donatorët patjetër duhet të ripërtrihen në bazë të rregullt. Informacionet patjetër duhet të jenë të sakta aq më shumë që është e mundur. Kjo do të mundësojë kontakt më të mirë dhe mundësi më të madhe për donacione të mëtejshme nga përkrahësit.

Sisteme për përgjigje

Bartja e porosisë suaj tek donatorët dhe bindja që të japin përkrahje nuk do të jetë efektive përderisa nuk iu mundësoni që tu përgjigjen në mënyrë të lehtë. Lëshoni pako për mbledhjen e shtojcave për shoqatën tuaj nacionale në ngjarje të caktuar të cilën e organizoni. Siguroni edhe adresën tuaj, të dhëna dhe instruksione për kontakt se si mund të jepen të mira

humanitare për organizatën tuaj. Përdorni sistemet më efektive për përgjigje të cilat i keni në disponim. Siguroni mënyrën më të thjeshtë për transferimin e mjeteve nga llogaria e donatorit në llogarinë e organizatës tuaj.

Sistemi për përgjigje duhet të mundësojë tre punë:

1. **Ti lehtësohet donatorit që ta dërgojë shtojcën humanitare të tij;**
2. **Ua siguron emrin dhe adresën e donatorit për përdorim të mëtutjeshëm;**
3. **Ju tregon në metodën për mobilizimin e fondeve apo reklamimit i cili ka sjellur në sigurimin e shtojcës nga donatori. Secila reklamë apo apel duhet të ketë numër të posaçëm të kodit.**

- **Dhënia e kontributit**

Dhënia e kontributit është mënyrë e mirë për sigurimin e mjeteve financiare atëherë kur sistemi postar i ngadalëson apelet me postë të drejtpërdrejtë. Në këtë rast, shoqata nacionale mban rrjetin e përkrahësve të cilët janë të njerëzit që të donojnë mjete në bazë të rregullt. Vullnetarët mbledhës me kujdes selektohen dhe përcjellin me qëllim që donatorët të kenë besim në sistemin.

Angazhoni vullnetarë për mbulimin e pesëdhjetë shtëpive apo zyrave. Para se gjithash vullnetarët i vizitojnë shtëpitë apo zyrat e personave dhe kërkojnë nga ata që të marrin pjesë në programin për sigurimin e kontributeve. Vullnetari sqaron se donatori do ta përkrahë punën e shoqatës nacionale me dhënien e kontributit se secilin muaj do të sigurojë kontribut të vogël (pa dallim se a është i madh apo i vogël). Vullnetari personalisht e merr dhuratën dhe do ta paguajë në llogarinë e shoqatës nacionale në bankë apo mjetet do ti dërgojë në zyrat e shoqatës nacionale.

Vullnetari vazhdimisht i informon këta donatorë për punën e shoqatës nacionale, mundësisht duke i lidhur në kontributin e tyre me ndonjë projekt të caktuar me qëllim që kontributi të jetë më i qëndrueshëm. Vullnetarët munden çdo muaj të dorëzojnë edhe letra informuese gjatë mbledhjes apo grumbullimit të kontributeve apo të tregojnë fotografi për aktivitetet e zbatuara.

Kjo punë mund të jetë shumë efektive por paraqet obligim të madh për vullnetarët. Me rëndësi të madhe është që të zbatohen mënyra për shpërblimin dhe vlerësimin e kontributit të vullnetarëve që të mbahet motivimi për përkrahjen e tyre të vazhdueshme. Gjithashtu, me rëndësi është që secilin muaj vullnetarët të marrin informacione dhe materiale të cilat do ti komunikojnë tek donatorët.

Përkushtimi i vëmendjes në detaje

Mobilizimi efektiv i mjeteve përkushton kujdes të veçantë në të gjitha detajet. Mënyra në të cilën trajtohen donatorët është shumë e rëndësishme që të sigurohet përkrahje e vazhdueshme nga ana e tyre. Për shembull, keni kujdes

që emrat dhe mbiemrat e tyre të jenë saktë të shënuara më emrat e saktë të funksioneve të cilat i kanë dr., z-ri., z-një.

Mobilizimi i mjeteve për organizatën është pjesë e punës sonë, por për individët kontributi i tyre është pjesë e raportit mes tyre dhe organizatës. Prandaj, punët e vogla personale, vlerësimi i asaj që është e rëndësishme, dhe përkushtimi i vëmendjes së detajeve çon kah raportet afatgjate pozitive mes vete.

Si për të gjitha lëmitë tjera lidhur me mobilizimin e mjeteve, patjetër duhet të vërtetohen dhe përcillen procedura përkatëse për menaxhimin financiar. Me rëndësi është që të shikohet se shoqatat nacionale menaxhojnë me efikasitet dhe me përgjegjësi me mjetet financiare. **Donatorët kanë të drejtë të dinë se dhuratat e tyre janë marrë dhe përdorur në mënyrë efikase për qëllimet e caktuara.** Përderisa shikojnë se emrat e tyre janë të shkruara gabimisht apo dhuratat nuk janë të shënuara në rregull, do ta sjellin në çështje efikasitetin e funksionimit të përgjithshëm të shoqatës nacionale. Këto procedura patjetër duhet të jenë të vërtetuara me precizitet dhe të jenë të respektuara nga ana e të gjithë personave përgjegjës në shoqatën nacionale para fillimit të cilitdo apel për sigurimin e mjeteve.

Mobilizimi i mirë i resurseve do të thotë zbatim në kohë i kontakteve të nevojshme për sigurimin e donacionit.

MBANI MEND

- **Planifikoni**
- **Vëzhgoni**
- **Futni të dhëna**
- **Zbatoni sistem efikas për përgjigje**
- **Keni kujdes në detaje**

3. SIGURIMI I DONACIONEVE TË PARA NGA INDIVIDË

Kur shoqata juaj nacionale dëshiron të tërheqë donatorë të rinj, analizoni qëllimet tuaja dhe definoni se a është anëtarësimi qasja më e mirë, lajmërim në mjetet për informim, pres konferenca, ngjarje, aksion publik tubues, postë e drejtpërdrejtë apo mënyra tjera. Secila shoqatë nacionale patjetër duhet të analizojë nevojat personale dhe gjendjen reale në vend. Në vazhdim vijojnë disa metoda themelore për tërheqjen e donatorëve të rinj.

Anëtarësim dhe aksione tubuese

Anëtarësimi dhe aksionet tubuese janë dy teknikat më të shpeshta për mobilizimin e mjeteve financiare. Ato përdoren për sigurimin e përkrahjes së parë nga individi dhe për ripërtrirjen e përkrahjes.

Ato janë përshkruar posaçërisht në Shtojca E dhe Shtojca G.

Posta dhe Shpallje

- **Posta e drejtpërdrejtë**

Posta e drejtpërdrejtë do të thotë sigurim i mjeteve financiare nëpërmjet postës. Këtu bëhet fjalë për dërgimin e letrave me apel apo fletushka, së bashku me material dërgues, zarfe dhe fletëpagesa për përgjigje, me qëllim që të motivohen njerëzit për të dhënë donacion. Posta e drejtpërdrejtë mund të paraqesë mënyrë efektive për futjen e dënuesve në piramidën për donim dhe ngritja e tyre në piramidë.

Megjithatë, kjo gjithashtu mund të jetë proces i komplikuar për të cilën nevojitet shumë kohë dhe para, prandaj duhet me kujdes të planifikojë strategji për fillimin e aktivitetit me postë të drejtpërdrejtë. Suksesi afatgjatë varet nga veprimi i shpejtë dhe efikas në raportet me ata të cilët sigurojnë kontribute, udhëheqje të të dhënave për secilin donator dhe analizim të rezultateve me qëllim që aktivitetet e mëtejshme i kanë parasysh përvojat e mëparshme me donator të caktuar në bazë të sigurimit të përkrahjes së tij.

Posta e drejtpërdrejtë paraqet investim afatgjatë. Deri sa të ndërtohet lista e përkrahësve të njohur, do të ketë interes të vogël nga i tërë procesi. Në fakt, kur posta e drejtpërdrejtë do të përcillet në listë të re të njerëzve që të shihet se cili do të përgjigjet (ndonjëherë të ashtuquajtura "donatorë të ardhshëm") në mënyrë gjenerale aksioni llogaritet si i suksesshëm përderisa ka sukses të mbulohen shpenzimet për aksionin. Beneficioni i donatorëve të rinj të mundshëm është se mbindërton listën e njerëzve të cilët përgjigjen në apelin tuaj – dhe për të cilët llogaritet se ekziston mundësi se sërish në mënyrë pozitive do të përgjigjen në apelin tuaj. Me qëllim që të arrihet sukses afatgjatë me programin e postës së drejtpërdrejtë, baza e të dhënave për donatorë duhet të përmbajë sa më shumë që është e mundshme emra të njerëzve të cilët kanë shprehur interes për përkrahjen e shoqatës nacionale.

Për tu siguruar këto emra nevojitet kohë. Prandaj, buxhetet duhet të tregojnë se në vitin e parë dhe të dytë posta e drejtpërdrejtë mund të sigurojë pak më shumë apo vetëm para për mbulimin e shpenzimeve. Megjithatë, në vitin e tretë shoqata nacionale duhet të presë rritje të madhe të mjeteve financiare të siguruara nga posta e drejtpërdrejtë. Kjo është e realizueshme përderisa me sukses udhëhiqet dhe zhvillohet në mënyrë efektive baza donatore.

Ekzistojnë gjashtë hapa themelore në procesin e përgatitjes së postës së drejtpërdrejtë. Më së miri është që të fillohet thjeshtë dhe të shtojnë elemente të sofistikuara gjatë zhvillimit të procesit;

- Planifikoni programin për postë të drejtpërdrejtë;
- Përgatitni apel dhe dërgoni edhe materialin shtesë për apelin;

- Pranoni përgjigjet dhe ndërmerrni procedurat e nevojshme për veprim me mjetet financiare;
- Dërgoni vërtetim dhe letër falënderuese tek donatori;
- Ripërtërijeni bazën e të dhënave; analizoni rezultatet që ta përmirësoni aksionin që vijon me postën e drejtpërdrejtë.

(Për më shumë informacione shiko **Shtojca F: Posta e drejtpërdrejtë)**.

- **Shpallje në gazeta dhe revista**

Mënyrë tjetër për tërheqjen e personave që të dhurojnë mjete për shoqatën nacionale është që të jepen shpallje (thirrje) në gazeta dhe revista; në radio por edhe ne televizion atje ku ajo është e lejuar. Suksesi dallohet nga vendi në vend dhe për këtë qëllim nevojitet që të kërkohet përkrahje dhe këshillë profesionale në plan lokal në bazë të medieve më përkatëse të cilat duhet të përdoren për këtë qëllim.

Shpalljet në gazeta dhe revista kanë ndikim më të madh kur kanë të bëjnë me katastrofë të caktuar apo situatë urgjente e cila është prezent në sytë e publikut. Shumë njerëz kanë vendosur që të japin diçka. Gjithçka që duhet të bëhet është që t'ju sqarohet se si ta bëjnë atë. Shpallje në gazetë ku ka kupon me udhëzues ua siguron mundësinë e cila u nevojitet. Shpallja e këtillë siguron jo vetëm të holla por edhe emra të rinj për apelet e ardhshme të drejtuara me postë të drejtpërdrejtë.

Në rrethana tjera, vlera kryesore e shpalljeve është që të fitohen emra të rinj të përkrahësve të cilët hyjnë në bazën donatore. Fitimi i drejtpërdrejtë nga shpalljet për apele të cilat për momentin nuk janë mjet i interesit publik zakonisht është i vogël. Me të vërtetë, shumë fushata propaganduese nga kjo piramidë kushtojnë më shumë se sa që sigurohen mjete financiare në herën e parë. Përderisa orë, mundësia është e madhe që ata gjithashtu do të përgjigjen në apele vijuese dhe me atë procesi do të jetë i paguar në periudhë prej disa viteve. Shpesh herë, shpalljet për thirrje për përkrahje munden që pa pagesë të sigurohen si formë e përkrahjes nga shtëpia botuese për organizatën.

- **Reklama në radio dhe televizion**

Organizatat joprofitabile zakonisht i përdorin thirrjet në radio dhe televizion në disa mënyra.

- Disa radio stacione dhe stacione televizive sigurojnë intervale të shkurta kohore për shpallje të aktiviteteve në bashkësi. Ato mund të jenë pa pagesë dhe mund t'i përdorin shoqatat nacionale, normal për promovimin e ngjarjeve dhe shërbimeve të posaçme. Paraqitjet e këtilla gjithashtu mund të paraqesin mjet për mbledhjen e emrave dhe adresave të vullnetarëve të cilët më vonë mund të shtohen në listën e donatorëve.
- Reklamimi i aktiviteteve në radio, por në masë të madhe dhe promovimi aktiviteteve në televizion, mund të ndihmojnë në

promovimin e apelit të caktuar apo aksionit publik tubues. Muaji i Kryqit të Kuq është një prej shembujve kur ky lloj i reklamës mund të jetë i dobishëm. Lajmëroni njerëzit nëpërmjet televizionit për aksionin vijues për tubim dhe ato do të jenë të kapura në mënyrë pozitive për iniciativën tuaj kur do ta marrin letrën apo kur do të takohen me përfaqësuesin tuaj në rrugë i cili mbledh mjete për aksion.

- Disa organizata joprofitabile përdorin reklamim me pagesë kur ekzistojnë dëshmi se realizohet fitim i rëndësishëm si rezultat i aktivitetit të këtillë. Kjo zakonisht do të thotë angazhim i shtëpisë profesionale produksionale apo shtëpi reklamuese.
- Programet televizive me format të gjatë siç janë teletlonet, dokumentarët dhe programet argëtuese mund të jenë forma shumë të suksesshme të mobilizimit të përkrahjes. Për aktivitete të tilla komplekse nevojitet përkrahje dhe ndihmë profesionale.

Për shembull, Kryqi i Kuq i Finlandës përdor fushatë intensive televizive për fushatën e vet me rastin e Ditës së urisë.

- **Punët të cilave duhet tu kushtohet vëmendje kur përdoren shpallje/ apele/ reklama**

  - Kërkoni emrat dhe adresat e qarta. Tek apelet në gazetë apo revistë, siguroni fletëpagesë dhe formë që t'ju përgjigjen. Emrat mund të futen në bazën e të dhënave për donatorë dhe mundësia është e madhe se këta persona përsëri do të paraqiten si donatorë të aktiviteteve tuaja.
  - Mundohuni që ti lidhni reklamat me temë të caktuar, siç janë ngjarje dhe aktivitete të caktuara të cilat duhet të mbahen. Përderisa duhet të paraqitet skicë për punën e shoqatës suaj nacionale në gazetë apo revistë mundohuni që në anën e njëjtë të vendosni apel / reklamë.
  - Shikoni me kujdes shpenzimet të cilat dalin. Kujdesuni që apeli / reklama të ketë shpenzime të arsyeshme krahasuar me rezultatet e pritura. Shpeshherë vlera e vërtetë nuk mund të shihet deri sa donatorët të cilët për herë të parë paraqiten në apel më vonë sigurojnë edhe dhurata plotësuese.
  - Gjithmonë kërkoni reklamë dhe shpallje pa pagesë apo ato të jenë me çmim të ulët.
  - Kërkoni nga ndonjë firmë që ti paguajë shpenzimet e reklamës dhe kujdesuni që të jepni mirënjohje për këtë përkrahje në reklamë / shpallje / apel.
  - Kujdesuni që ta drejtoni apelin tek grupi qëllimor.

Ngjarje për grumbullimin e mjeteve financiare

Numër i madh dhe i llojllojshëm i ngjarjeve mund të organizohen për:

- Nxitjen e dhuratave të reja nga individë;
- Mbledhje e emrave dhe adresave për plotësimin e bazës së të dhënave për donatorë;

- Sigurimin e mjeteve financiare nga donatorë momental.

  - **Nxitje e dhuratave të reja nga individë**

Gjatë kohës së ndonjë ngjarjeje të caktuar, vendosni kasa në vende strategjike siç janë hyrjet dhe daljet. Përderisa është e mundur, caktoni njerëz të cilët do të tërheqin vëmendje tek kasat dhe kërkoni nga njerëzit që të dhurojnë të holla, dedikuar për ndonjë situatë të caktuar urgjente apo për projekt special. Në ngjarje ku njerëzit qëndrojnë një periudhë më të gjatë kohore, vendosni fletushka në vendet ku ulen apo kaloni me kasa dhe kërkoni përkrahje nga njerëzit. Kjo gjithashtu paraqet mënyrë për komunikim dhe paraqitje e juaj para publikut.

  - **Grumbullimi i emrave dhe adresave për plotësimin e bazës së të dhënave për donatorë**

Në ngjarjen, theksoni apo ndani fletushka për mënyrën në të cilën njerëzit mund të marrin pjesë në punën tuaj, siç është për shembull sigurimi i donacionit, anëtarësimi në organizatë, vullnetarizëm, përkrahje e peticionit, apo si mund që të interesuarit të fitojnë informacione plotësuese për aktivitetet tuaja, që njerëzit të munden ti marrin me vete. Gjithmonë në shtojcë vendosni edhe kupon me vend për emër dhe mbiemër dhe adresë dhe mundësitë të cilat i ofroni. Ndani vend ku njerëzit do të mund të shënojnë se kanë për qëllim të japin donacion.

Nëse shoqata nacionale mendon se në këtë mënyrë nuk është e përshtatshme të plotësohet baza e të dhënave për donatorë, kërkoni nga njerëzit që të tregojnë se a dëshirojnë të jenë të futur në listë.

  - **Sigurimi i mjeteve financiare nga donatori momental.**

Ngjarjet speciale gjithashtu sigurojnë mundësi që të kërkohet nga donatorët momental të japin kontribut plotësues me atë që kërkohet nga ata të sponsorizojnë apo të marrin pjesë në ngjarje apo të sigurojnë përkrahje në mallra për organizimin e ngjarjes.

(për informacione plotësuese shiko në **Shtojca 7 – Ngjarje)**

4. RRITJE E DONACIONEVE INDIVIDUALE

Që t'i rritni donacionet nga individë patjetër duhet me kujdes t'i trajtoni donatorët tuaj që të mundeni të kërkoni përkrahje plotësuese. Në vazhdim vijojnë propozime të caktuara konkrete të cilat do t'ju ndihmojnë në këtë plan.

Vërtetim i donacionit

Secili donacion duhet të vërtetohet me letër falënderuese në të cilën shtohet edhe vërtetim për donacionin e pranuar.

- Nëse donacioni është për projekt të caktuar, kujdesuni që të hollat të harxhohen për atë projekt dhe donatori të jetë i njoftuar se si përparon projekti. Përderisa është e mundshme, dërgoni raporte dhe fotografi nga projekti, apo dërgoni porosi personale prej ndonjërit i cili punon në të. Kjo është shumë me rëndësi përderisa donatori jep mjete të larta për përkrahjen e programit.
- Donacionet e mëdha meritojnë letër speciale të nënshkruar nga kryetari apo sekretari gjeneral, bile edhe thirrje telefonike. Në një organizatë të madhe joprofitabile, sekretari gjeneral rregullisht iu lajmërohet në telefon tetë apo dhjetë donatorëve në javë që t'iu shprehë falënderim. Kjo ka shumë rezultate pozitive financiare.
- Shpeshherë donatorët e masin efikasitetin e organizatës me atë se si vepron me dhuratën e siguruar. Përderisa kjo bëhet në mënyrë efikase mundësia është e madhe që ata përsëri të sigurojnë përkrahje. Shumë është me rëndësi që të hollat menjëherë të futen në llogari bankare dhe donacioni të vërtetohet para donatorit sa më shpejtë që mundet prej se të pranohet donacioni.

Ndarja e mirënjohjeve për donatorët

Njëra prej mënyrave më të mira që të sigurohet përkrahje e vazhdueshme nga donatorët është që donatorëve t'ju jepet mirënjohje. Në këtë mënyrë do të dinë se dhurata e tyre vlerësohet. Ata do të jenë mirë të informuar dhe do të ndjejnë vetëbesim personal më të madh. Do të jenë të vetëdijshëm për nevojën e vazhdueshme për më shumë donacione dhe do të bëhen ambasadorë më të mirë të shoqatës nacionale.

Në vazhdim vijojnë propozime se si t'ju shpërndahen mirënjohje donatorëve:

- Vazhdimisht informoni (posaçërisht donatorët e rregullt) për punën e shoqatës suaj nacionale. Kjo tregon se kujdeseni për ata.
- Donacionet speciale mund të përmenden në gazetat e juaja informative (mbani mend se për këtë qëllim nevojitet që të merret leje nga donatori).
- Ftoni donatorët në ngjarje të ndryshme, konferenca, ditë të hapura në shoqatën nacionale dhe në seminare.
- Donatorët më të mëdhenj mund të ftohen para ngjarjeve speciale dhe të njoftohen më njerëzit e rëndësishëm në shoqatën nacionale. Apo një numër i madh i donatorëve mund të ftohen si mysafir special i gala mbrëmjes të cilën e organizoni.
- Keni parasysh se ndoshta nevojitet të zbatoni sistem për ndarjen e mirënjohjeve, me të cilat donatorëve do tu jepen mirënjohje për kontributin e tyre për një numër të caktuar të donacioneve për apele apo për donacion të një shume të caktuar të të hollave apo për ndarjen e mirënjohjeve për sigurim të rregullt të donacioneve për disa vite të caktuara.

- Duhet që donatorëve më të mëdhenj apo të rregullt tu mundësohet që ti vizitojnë projektet tuaja që të shohin se çfarë aktiviteti janë duke përkrahur. Vizitat e këtilla pothuajse sigurisht do të rezultojnë me përkrahje të rëndësishme nga ana e donatorëve.
- Formë tjetër efektive e kontaktimit është apeli për sigurimin e donacionit të ri.

Mirënjohjet e donatorëve duhet të jenë të përshtatshme. Donatorët nuk guxojnë që të marrin përshtypje se mirënjohjet shpenzohen me mjete të mëdha financiare. Mirënjohja mund të jetë bexh, vërtetim, fotografi në gazetën informative, punim dore i projektit tuaj, apo ndoshta një gjë e vogël e projektit tuaj, apo ndoshta ndonjë gjë e vogël e siguruar me donacion për këtë qëllim.

Donatorët të cilëve do t'ju dorëzohen mirënjohje do të ndajnë ndjenja se janë pjesë e shoqatës nacionale. Ata më shumë do të angazhohen që të japin kontributin e tyre personal dhe mundësia është më e madhe se do të dëshirojnë të ndajnë shuma edhe më të mëdha të donacioneve dhe atë në bazë më të shpeshtë.

Posta e drejtpërdrejtë

Shpeshherë posta është teknikë standarde për sigurimin e përkrahjes donatore. **Për atë, me domethënie esenciale është që të jepen kontribute maksimale në bindjen e donatorëve të mëparshëm që përsëri të japin donacione për shoqatën nacionale.** Shpeshherë bëhet gabim tek organizatat joprofitabile me atë që kontribuohen të gjitha kontributet në hasjen e donatorëve të rinj edhe pse ndoshta është më e mirë t'iu drejtohen donatorëve të mëparshëm dhe ti bindin që përsëri ta japin donacionin e tyre. **Shumë lehtë është që të ruhet një donator i caktuar se sa të haset donator i ri për shoqatën nacionale.**

Pasi që një herë donatori do të japë donacion tek shoqata nacionale, juve ju mbetet që ta bindni donatorin që përsëri të japë donacion dhe ta ngritni nëpër piramidën donatore. Në vazhdim vijojnë ide të caktuara të cilat mund t'ju shërbejnë që ta bindni donatorin që përsëri të ndajë donacione:

- Një deri në dy muaj pasi që të ndani mirënjohje për donacionin e siguruar nga donatori, dërgoni letër për donatorët të cilët e kanë siguruar donacionin e tyre të parë me çka do ti ftoni në shoqatën nacionale. Kërkoni donacion të sërishëm nga ata, mundësisht për projekt të caktuar. Nga ata kërkoni shumë të të hollave e cila është në kuadër të njejtë sikur donacioni i parë, sepse me siguri kjo shumë iu përshtatet.
- Përderisa kjo nuk ka rezultat, dërgoni letër tek donatori pas gjashtë muajsh nga pranimi i donacionit të tyre të parë. Përkujtoni për përkrahjen e tyre dhe siguroni tregues të caktuar në bazë të asaj që është arritur në gjashtë muajt e fundit. Kërkoni donacion të ri, i cili do të jetë pak më shumë i lartë se donacioni i parë. Në këtë mënyrë donatorët munden gradualisht ta rrisin kontributin e tyre me çka do të mund të ngriten në piramidën donatore.

- Dërgoni letër tek donatorët pas skadimit të vitit të parë dhe të dytë pasi e kanë siguruar donacionin e fundit. Falënderohuni për përkrahjen e mëparshme dhe bëni me dije se ju mungojnë. Përmendeni shumën e nevojshme për përkrahje, e cila përafërsisht është njësoj apo pak më pak se sa ajo që më parë e kanë dhënë që t'iu duket se është e arsyeshme dhe se mund t'ia lejojnë vetes.
- Përderisa nuk merrni përgjigje pas më shumë apeleve të drejtuara, dërgoni letër dhe pyetni pse donatori nuk dëshiron që përsëri të japë donacion dhe se a ka bërë diçka gabim shoqata nacionale në këtë periudhë. Kjo qasje e drejtpërdrejtë shpeshherë siguron informacione si dhe përkrahje nga donatori.
- Drejtimi i shpeshtë mundëson edhe përkrahje të shpeshtë dhe ndjenjë të kontributit të thellë. Me rëndësi të madhe është që të zbatohet plan me të cilin donatorët e rregullt kontaktohen me postë (të themi në çdo katër apo gjashtë muaj), kurse donatorët e vjetër (ata të cilët nuk janë përgjigjur në apelin apo në dy apelet e fundit) kontaktohen sërish pasi që të kalojë një vit.

- **Apele gjatë situatave të jashtëzakonshme**

Donatorët përgjigjen në apelin e personave të rrezikuar kur problemi është i pranishëm në media. Shpeshherë, vetëm dërgimi i kartës me të cilën paraqitet fushata për sigurimin e ndihmës gjatë situatës së caktuar të jashtëzakonshme e dërguar tek të gjithë donatorët të cilët janë në bazën tuaj të të dhënave do të sigurojë rezultate të jashtëzakonshme në bazë të përqindjes së personave të cilët janë përgjigjur edhe në bazë të përkrahjes së siguruar financiare. **Kur do të ndodhë katastrofë e caktuar, apeli i drejtuar me postë të drejtpërdrejtë zakonisht është shumë i suksesshëm.**

Shoqatat nacionale duhet të kenë plan për këto lloje të situatave urgjente ku tanimë janë përpunuar aktivitetet të cilat duhet të ndërmerren. Për këtë qëllim nevojitet të keni listë të vullnetarëve të cilët janë pajtuar që menjëherë t'ju ndihmojnë në rrethana të këtilla që është shumë me rëndësi, duke pasur parasysh se korniza kohore është e shkurtër kurse nevojitet që ta rritni suksesin e apelit i cili do të jetë i gatshëm për këtë qëllim. Posta e drejtpërdrejtë patjetër duhet të dërgohet tek donatorët në afat prej vetëm disa ditëve.

Çdoherë mund të ndihmojë përderisa në apelin tuaj për situata të jashtëzakonshme kyçni fjalë të cilat ju mundësojnë të përdorni pjesë nga mjetet për mbindërtimin e kapaciteteve dhe zhvillim si dhe për ndarjen e ndihmës së parë dhe ndarjen e ndihmës në vendet fqinje përderisa situata e jashtëzakonshme është me karakter rajonal.

Përkrahje e kryqëzuar

Përkrahja e kryqëzuar paraqet dorëzimin e kërkesës për përkrahje tek individët të cilët e kanë përkrahur shoqatën nacionale në një mënyrë, ta bëjnë atë në mënyrë tjetër.

Njerëzit e shprehin përkrahjen e tyre për shoqatën nacionale në më shumë mënyra dhe forma të ndryshme të sigurimit të përkrahjes të cilët jo gjithmonë janë me dhënie të të hollave. Anëtarët mund të ndajnë të holla për përkrahjen e apeleve për situata të jashtëzakonshme dhe për përkrahjen e ngjarjeve speciale. Donatorët mund të bëhen vullnetarë, dhurues të gjakut, pjesëmarrës në trajnime apo anëtarë. Pjesëmarrësit në programe mund të paraqiten si përkrahës së apelit me donacionin e tyre. E nevojshme është që të përgatitni pyetësor të thjeshtë që ta testoni interesin e të gjitha këtyre kategorive me çka do të hasni në shumë informacione të rëndësishme!

Kur apeli për kërkimin e mjeteve dorëzohet tek dikush i cili tanimë e përkrah shoqatën nacionale në mënyrë tjetër, duhet të jepet mirënjohje për përkrahje të vazhdueshme. Individi duhet të dijë se edhe forma tjetër e kontributit vlerësohet dhe se shoqata nacionale kërkon ndihmë plotësuese.

Sponsorizim

Një prej mënyrave që njerëzit të ndjehen personalisht të angazhuar dhe të kyçur në punën e shoqatës nacionale kurse me atë edhe t'i tërhiqni që të japin donacione, është që ti bindni që të sponsorizojnë pjesë të caktuar të programit. Kjo mund të jetë projekt i caktuar, fshat apo edhe person.

Donatori premton se do të ndajë një shumë të caktuar të bazës së rregullt. Për kthim donatori rregullisht merr informacione, dhe mundësisht fotografi, me qëllim që të paraqitet përparimi i projektit, fshatit apo individit. Në raste të caktuara, e rendit është që të ftohet donatori për ta vizituar projektin.

Ndonjëherë sponsori i caktuar do të premtojë që të sigurojë mjete financiare për tërë projektin por rekomandohet që të ketë disa sponsorë të cilët do ta ndajnë këtë detyrë.

Shoqata nacionale duhet me kujdes ta menaxhojë programin për sponsorizim. Nevojat duhet të plotësohen në mënyrë përkatëse por projektet nuk duhet të marrin mjete të tepërta. Dikush duhet të përkujdeset që sponsorët rregullisht të jenë të informuar dhe të marrin fotografi nga implementimi i projektit.

Kjo është mënyrë e mirë që të kyçen grupe tjera në sigurimin e mjeteve financiare për shoqatën nacionale. Organizatat e grave dhe grupet tjera në bashkësi mund të binden që të sigurojnë mjete financiare për projekt të caktuar. Kjo do të mundësojë përmirësim të imazhit të shoqatës nacionale dhe do ti ndihmojë publikut që më mirë ta kuptojë punën e saj.

Kontakte nëpërmjet telefonit

Apelet nëpërmjet telefonit normalisht bëhen për shkak njërës prej tre arsyeve që vijojnë:

- Të përmirësohet pozita e donatorëve në piramidën e donatorëve;

- Të zbatohet kontakt i sërishëm me donatorët e mëparshëm të cilët nuk përgjigjen më në postën e dërguar;
- T'u falënderohemi donatorëve për përkrahjen e tyre dhe t'iu parashtrojmë pyetje të caktuara.

Kujdes! Nuk është mirë dhe profitabile t'iu telefonohet njerëzve me të cilët shoqata nacionale nuk ka pasur kontakte të mëparshme. Në shumë vende ligji ndalon kërkesë për përkrahje nga njerëzit nëpërmjet thirrjes telefonike.

Apelin nëpërmjet telefonit duhet ta bëjnë të punësuarit dhe vullnetarët e shoqatës nacionale. Shoqata nacionale e cila do të vendosë për këtë apel nëpërmjet bisedës telefonike duhet të jetë sigurt se i ka kapacitetet e duhura për këtë qëllim, siç janë hapësira përkatëse dhe linjat e ndara telefonike që të zvogëlohet zhurma gjatë bisedimeve. Qasje tjetër është që të sigurohet leje nga korporata e caktuar që të përdoren telefonat e tyre në një periudhë të caktuar kohore dhe të sigurohen vullnetarë të cilët do ti kryejnë thirrjet në emër të shoqatës nacionale.

Punët që vijojnë duhet të merren parasysh kur bëhet apel nëpërmjet telefonit.

- Dërgoni letër apo kartolinë tek personat e listës telefonike, dy javë para dërgimit të apelit. Personat të cilët do ti zhvillojnë bisedimet telefonike prezantohen dhe thirren në letrën apo në kartolinën e dërguar. Shkresa duhet të jetë e shkurtër por të sigurojë informacione të mjaftueshme që të zgjohet interesi.
- Trajnoni personat të cilët do të zhvillojnë biseda telefonike. Mësoni për teknikat telefonike dhe për mënyrat e përgjigjes së pyetjeve apo vërejtjeve për punën e shoqatës nacionale. Siguroni skriptë me informacionet e nevojshme me qëllim që përfaqësuesit e Kryqit të Kuq të kenë mundësi që tu përgjigjen pyetjeve të parashtruara dhe vërejtjeve tjera për punën e shoqatës suaj nacionale apo për fushatën konkrete.
- Pasi që ta bëni listën e personave të cilët duhet të kontaktohen (donatorë të mëparshëm, donatorë të cilët mund të përparojnë në piramidën donatore apo donatorë të cilët thirren për zbatimin e anketës së caktuar apo për shkak të shprehjes së falënderimit për përkrahjen) siguroni njerëzve të cilët do ti zhvillojnë thirrjet telefonike, informacione për njerëzit të cilët i thërrasin. Këtu duhet të sigurohen informacione për apelet të cilat këta persona janë përgjigjur më herët dhe shumat të cilat paraprakisht i kanë ndarë si përkrahje për shoqatën nacionale.
- Përdorni persona të cilët besojnë në atë që e bëjnë. Ata mund të bindin persona tjerë vetëm përderisa edhe vet janë të bindur në efektin pozitiv të gjithë punës. Sipas mundësisë edhe ata duhet të jenë pjesë e donatorëve të shoqatës nacionale.
- Kujdesuni që thirrjet telefonike të jenë në kohë të përshtatshme e cila do tu përgjigjet donatorëve. Shpeshherë periudhë më e mirë për këtë punë janë orët e hershme të mbrëmjes. Lajmërohuni njerëzve pasi që të kenë mundësi të pushojnë nga puna dhe para se të bien në gjumë.
- Bëni atmosferë në garë pozitive mes njerëzve të cilët i bëjnë thirrjet telefonike, shënoni rezultatet në tabelë të madhe. Cingëroni me zile

çdoherë kur do të fitohet premtim për përkrahje. Ndani shpërblime personit i cili do të sigurojë më shumë premtime për përkrahje apo shumë më të madhe të premtuar.
- Pas premtimeve dhe angazhimeve të dhëna nëpërmjet telefonit bëni letër me të cilën personi duhet ta vërtetojë premtimin e dhënë.

Vërejtje! Telefonat gjithashtu përdoren për "teletlone", ku prej publikut kërkohet që të paraqiten dhe ti shpallin emrat dhe adresat e tyre dhe të premtojnë një shumë të caktuar, zakonisht gjatë apelit televiziv. Për këtë qasje nevojitet që të sigurohen një numër i madh i telefonave.

Dhurata të mëdha

Dhuratë e madhe është dhuratë e cila jashtëzakonisht është e madhe krahasuar me dhuratat e zakonta të cilat merren. Dhurata mund të jetë në formë të të hollave apo pasurisë apo dhuratë paraprakisht e premtuar e cila do të jepet në një të ardhme të shpejtë.

Programi për donatorë të mëdhenj identifikon donatorë dhe gjen mënyra për ngritjen e donatorëve në piramidën e donatorëve. Kohë pas kohe, donatori i cili për herë të parë siguron donacion do të japë dhuratë të madhe, por paraqitje shumë e shpeshtë është donatorët të cilët tanimë kanë treguar angazhim për përkrahjen e shoqatës nacionale t'i bindni që të japin këso dhurate të madhe. Edhe pse kërkesat për përkrahje mund të bëhen nëpërmjet shkresës, organizatat e shumta joprofitabile realizojnë rezultate më të mira në këtë plan nëpërmjet kontakteve personale. Ato mund të jenë nëpërmjet bisedave telefonike, apo akoma më mirë, nëpërmjet takimeve personale.

Përgatitja e programit për dhurata të mëdha

Para se të fillojë programi për dhurata të mëdha, secila shoqatë nacionale duhet mbledhë të dhëna për të cilat ekziston interes tek donatorët lidhur me punën e shoqatës nacionale. Të dhëna të tilla janë:

- Misioni i shoqatës nacionale;
- Plani zhvillimor;
- Raport të revizionit të llogarive përmbyllëse vjetore për dy vitet e fundit;
- Buxheti i shoqatës nacionale për vitin vijues;
- Lista e disa projekteve të shoqatës nacionale me shumat e nevojshme për implementim;
- Informacione për normat ligjore për dhurata të mëdha për organizata joprofitabile;

Pasi që të mblidhen këto informacione, shoqata nacionale në disa faza mund ta zhvillojë programin për dhurata të mëdha.

- Marrje e lejes dhe **angazhim për këshillin ekzekutiv** të shoqatës nacionale. Ndoshta do të ketë nevojë për kyçjen e tyre.

- Përskaj përkrahjes së të punësuarve, **angazhoni vullnetarë** të cilët do t'ju ndihmojnë gjatë implementimit të programit. Disa prej tyre duhet të përgatiten për bisedim në telefon me donatorët e mundshëm kurse të tjerët duhet të përgatiten që të dalin në teren dhe personalisht të diskutojnë me donatorët e mundshëm. Gjithashtu mund të jetë e ndihmës që të angazhohen një numër i caktuar të vullnetarëve të cilët janë të njohur për publikun, por edhe nëse janë më pak të njohur.
- **Trajnimi i vullnetarëve.** Përshkruani në mënyrë gjenerale programet e shoqatës nacionale e posaçërisht programin për dhurata të mëdha. Vullnetarët duhet të kenë mundësi që të përgjigjen në pyetje me qëllim që të mënjanohen dyshimet e llojllojshme tek donatorët e mundshëm. Vullnetarët duhet të jenë plotësisht të bindur në atë që e flasin që të munden ti bindin edhe të tjerët. Njerëz më të mirë për takime personale me donatorë të mëdhenj potencial janë ata të cilët vetë kanë ndarë shuma të mëdha të të hollave për përkrahjen e shoqatës nacionale.

Vërtetoni projektet për të cilat ju nevojiten shuma më të mëdha të të hollave. Ofroni zgjedhje të projekteve ku janë të kyçur edhe shpenzimet administrative të shoqatës nacionale, përderisa ajo është e mundshme. Përgatitni informacion për projektet. Potenconi nevojën dhe sqaroni se si shoqata nacionale do ta zgjidhë atë nevojë. Përmendeni lartësinë e shpenzimeve. Përgatitni fletushkë me fotografi, përderisa është mundshme, e cila do të sigurojë informacione në mënyrë të thjeshtë dhe në të cilën është theksuar nevoja për përkrahje.

- Kontrollojeni listën e donatorëve që t'i **identifikoni donatorët e mëdhenj potencial.** Ata mund të jenë:

  - Persona të cilët kanë dhënë shuma të mëdha të arsyeshme për përkrahje në të kaluarën;
  - Persona të cilët kanë punë të paguar mirë;
  - Anëtarë të familjeve të njohura në rrethin shoqëror.

Shtoni edhe emra tjerë, siç janë persona të cilët nuk kanë siguruar donacione më parë por nga pikëpamja financiare mund të jenë donatorë të mëdhenj. Kërkoni nga përkrahësit ndikues që t'ju sigurojnë emra të shokëve dhe miqve të cilët mund të jenë donatorë të mëdhenj. Mundohuni që të arrini tek drejtorët e firmave, liderë të bashkësisë apo anëtarë të familjeve të njohura. Shpeshherë në media ka storje për njerëz të cilët ndajnë shuma të mëdha të të hollave për organizata tjera prandaj vlen të mundoheni të vini në kontakt me këso persona.

Pasi që të përpilohet lista, **filloni me identifikimin e personave për të cilët ekziston mundësi se mund t'ju përkrahin.** Mblidhni gjitha informacionet të cilat i keni për ata dhe bëni një përshkrim të secilin prej tyre, që do t'ju ndihmojë përfaqësuesve tuaj gjatë kontakteve me ata. Në informacionin për donatorin e mundshëm mund të kyçni të dhëna siç janë:

- Adresa e shtëpisë dhe e punës dhe numra telefoni;
- Numri i faksit;

- Profesioni;
- Të dhëna familjare (i/e martuar, i/e pamartuar, numri i fëmijëve);
- Lidhje të mëparshme me shoqatën nacionale.

    - Punoni në **qasjen.** Ka më shumë punë të cilat duhet t'i merrni parasysh në lidhje me këtë çështje.

- Kush do ta përgatisë qasjen? Më së miri është që paraqitjen ta bëjë ndonjëri i cili e njeh donatorin e mundshëm dhe i cili tanimë ka dhënë donacion. Mundohuni që ta lidhni donatorin perspektiv me ndonjërin me të cilin ai ka kontaktuar që të kenë diçka të përbashkët.
- Kur duhet të bëhet qasja? Tejkaloni atë që të jetë koha kur personi ndoshta është i zënë, por mundohuni që të bëni lidhje me diçka që për atë është e njohur (p.sh. viti i donacionit të tij të fundit).
- Si të bëhet qasja? Me njohje personale, me lutje për takim nëpërmjet telefonit, apo në ndonjë mënyrë tjetër? Për donacione më të mëdha nga individë shumë organizata organizojnë ngjarje shoqëruese kur donatorët potencial mblidhen në një vend. Paraqitet projekti, mund të parashtrohen pyetje, por jo të jepet apel për fonde. Përveç asaj mund të organizohen takime personale kur do të diskutohet për përkrahje individuale financiare.
- Cila mënyrë e bindjes mund të ndërmerret? Mundohuni që të përdorni diçka që është e njohur për personin me të cilin realizoni kontakt. Nëse personi edhe më parë ka dhënë donacione, falënderohuni dhe jepni shembuj për atë se si ato donacione kanë qenë të rëndësishme për shoqatën nacionale. Koncentrohuni në bindjen e personit për nevojën e këtij apeli të posaçëm dhe për strategjinë që shoqata nacionale do ta përdorë që të njëjtës ti përgjigjet.
- Sa duhet të kërkohet? Merrni parasysh të gjitha shumat të cilat janë dhënë paraprakisht dhe gjithçka që dini për gjendjen e tanishme financiare të personit. **Mos kërkoni shumë pak, donatori mund të japë pak më pak nga shuma të cilën ju e propozoni, e rrallë herë më shumë!**

- Përgatitni procedura për pranim të dhuratave dhe llogaridhënie për ato.
- Bëni qasje.
    - Pritni përgjigje negative posaçërisht nga donatorët e rinj. Ajo është në rregull.

- Falënderohuni donatorëve. Bëni që të ndjehen të zotit. Mundohuni që të mbeten të informuar për përparimin e projektit. Kontrolloni se a janë të gatshëm të jenë të përmendur në ndonjë publikim për projektin. Sqaroni se kyçja e tyre do të kontribuojë për suksesin e tyre personal.
- Propozime për dhurata të mëdha:
    - Donatorët potencial mund të pyesin se sa të holla kanë dhënë donatorët tjerë deri tani apo sa ka dhënë personi i cili kërkon. Argumentet do të jenë më të forta nëse mund të theksohet shumë e cila është e përafërt me shumën e cila kërkohet nga ata.

- Donatorët më të mëdhenj mund të jenë të bindur që të marrin pjesë në Programin për dhënie të planifikuar të donacioneve (shiko Shtojca 8: Të dhëna të planifikuara).
- Është e mundshme që donatorët të ndjejnë më shumë përkulje kah personi i cili kërkon nëse ai është person i njohur apo ndikues.
- Qasja personale është më dobiprurëse se sa apeli i shkruar. Ajo është mënyra më e mirë që të jenë të siguruara donacionet më të mëdhaja.
- Planifikimi i apelit tuaj të parë për dhuratë më të madhe mund t'ju duket i rëndë. Shqyrtojeni mundësinë që të lusni ndonjë shoqatë tjetër nacionale që t'ju këshillojë në lidhje me përvojën e tyre me dhuratat e mëdhaja.
- Mund të mendoni për punësimin e konsultuesit i cili do të kishte ndihmuar gjatë planifikimit. Një shoqatë e vogël nacionale e cila fillon të zbatojë projekt të parë për dhurata të mëdha do të duhej që të mund t'i bindë agjencitë apo konsultuesit që të ofrojnë çmime më të ulëta deri sa të fillojnë të arrijnë mjete.

Kujdes! Nuk është mirë të paguhet konsultues në bazë të provizionit. Provizioni në projekt me dhurata më të mëdha mund të paraqesë kompensim më të madh për punën e konsultuesve. Gjithashtu, donatorëve të mëdhenj nuk do t'ju duket e këndshme që të dëgjojnë se praktikoni kësi lloj të punës.
Për materiale më detale për individët shiko:

- Shtojca 5 për anëtarësim
- Shtojca 6 për dërgesë të drejtpërdrejtë
- Shtojca 7 për tubime publike
- Shtojca 8 për dhënie të planifikuar
- Shtojca 9 për dhuratë në natyrë
- Kreu 12 për fushatat kapitale
- Kreu 13 për vullnetarët.

REZIME

- EMRAT DHE ADRESAT E DONATORËVE JANË NJË PREJ RESURSEVE MË TË VLEFSHME PËR SHOQATËN NACIONALE, KURSE UDHËHEQJA E BAZËS SË TË DHËNAVE ËSHTË HAP KYÇ NË SIGURIMIN EFIKAS TË MJETEVE.
- MARJA E DHURATËS SË PARË NGA DONATORI I RI ËSHTË PËRGJEGJËSIA E PARË E MADHE E PERSONIT I CILI SIGURON MJETE.
- MARRJA DHURATËS TJETËR MË TË MADHE NGA SECILI DONATOR ËSHTË PËRGJEGJËSIA E DYTË MË E MADHE PËR PERSONIN I CILI SIGURON MJETE.
- MIRËMBAJTJA E RAPORTEVE SA MË TË MËDHA INDIVIDUALE ME SECILIN DONATOR DO TI RRISË REZULTATET.
- ZGJERIMI I PUBLIKUT, METODAVE DHE APELEVE QËLLIMORE PARAQET STRATEGJI TË MENÇUR.

SHTOJCA D

ANËTARËSIM

Një numër më i madh i shoqatave nacionale kanë program për anëtarësim. Nëpërmjet pagesës së anëtarësisë vjetore, njerëzit mund të kyçen kah Kryqi i Kuq lokal apo Gjysmëhëna e kuqe dhe të marrin informacione për aktivitetet tij. Disa njerëz janë të kënaqur me vet faktin që bëhen anëtarë e disa dëshirojnë të bëjnë diçka më shumë.

Fjalët kyçe janë kyçja dhe qasja. Lehtësojeni procesin e anëtarësimit dhe gjeni mënyra për kyçjen e anëtarëve. Njerëzit në Kryqin e Kuq dhe Gjysmëhënën e kuqe janë njerëz aktiv që dëshirojnë të bëjnë diçka, e jo vetëm të kontribuojnë. Në këtë pikëpamje aktivitetet nacionale dhe ndërkombëtare shkojnë dorë më dorë.

Anëtarët gjithmonë paraqesin mundësi të mirë për mobilizim të përgjithshëm të mjeteve dhe për udhëzimin e apelit special kah ata. Atyre gjithashtu mund tu ofrohet lirim në mallra, shërbime si dhe beneficione tjera.

Ekzistojnë disa aspekte të anëtarësimit:

- Përgatitja e pakove anëtare;
- Regrutimi i anëtarëve;
- Mbajtja e anëtarëve;
- Mbledhja e anëtarësisë;
- Përdorimi i listës së anëtarëve.

ZHVILLIMI I PAKOVE ANËTARE

Para se të mund të rekrutohen anëtarë të rij, me rëndësi është që shoqata nacionale të pajtohet në lidhje me atë që do të thotë anëtarësi, si shoqata i shërben anëtarët gjatë vitit, çka është anëtarësia dhe si mblidhet.

Ide e mirë është që të ekzistojë pako e informacioneve për anëtarët e rinj. Pakoja e tillë patjetër duhet të përmbajë siç vijon:

- Letër për mirëseardhje nga sekretari gjeneral;
- Bexh apo certifikatë për anëtarësim;
- Fletushkë apo librezë e shoqatës nacionale, duke kyçur edhe qëllimet e saja kryesore, si është organizimi, sa të holla mbledh, si i mbledh dhe si i shpenzon;
- Kalendar të aktiviteteve;
- Lajmërim për atë se cilat janë shpenzimet dhe si të paguhen (p.sh. Në kesh, nëpërmjet bankës);
- Katalog apo fletushkë dhe formular për porositjen e publikimeve dhe cilado prej gjërave shitëse siç janë bluza, stilolapsa, posterë me emrin, shenjë apo slogan të shoqatës nacionale;
- Sqarimi për atë që secili mund të presë që të pranojë gjatë vitit (p.sh. revistë, ftesë për konferencë, informacione për projekte speciale);

- Lista e aktiviteteve të cilët do të donin t'i përkrahin apo ku anëtarët do të donin të jenë të kyçur;
- Më së paku një emër për kontakt me adresë dhe numër telefoni për ata të cilët duan më shumë informacione;
- Pyetësor për atë se ku kanë dëgjuar njerëzit për programin për anëtarësim në Kryqin e Kuq dhe çka i ka shtyrë t'i shoqërohen organizatës.

Kujdes. Më mirë, atje ku është e mundshme, të paguhet anëtarësim para se të ndërmerret pakoja informative dhe në atë rast duhet të jenë të informuar ku dhe si mund ta ripërtërijnë anëtarësimin e tyre.

REKRUTIMI I ANËTARËVE

Rekrutimi patjetër duhet të jetë i rrjedhshëm po edhe nëse keni periudha më aktive për rekrutim. Shkak i zakonshëm për atë që dikush të mos kyçet është fakti që asnjëri nuk i ka ftuar që ta bëjnë atë. Ju patjetër duhet ti ftoni njerëzit që të anëtarësohen me qëllim që të siguroni kontribut nga ana e tyre. Nuk është e mjaftueshme vetëm të pritet nga njerëzit që të anëtarësohen në shoqatë. Rekrutimi i anëtarësisë është përgjegjësi e të punësuarve dhe vullnetarëve të shoqatës nacionale.

Arsye tjetër e zakonshme që njerëzit nuk iu bashkëngjiten është mosbesimi për shkak të imazhit të shoqatës nacionale. Anëtarësimi patjetër duhet të jetë njëkohësisht në mënyrë programore. Njerëzit bashkëngjiten për shkak të asaj të cilën e punon shoqata nacionale. Me rëndësi është që informacionet të përhapen në gjuhën lokale dhe me ndjenjë për kulturën vendore.

Ekzistojnë shumë mënyra për rekrutim të anëtarëve të rinj. Mundohuni me këtë që vijon:

- Kërkoni nga anëtarët, vullnetarët, donatorët dhe personeli ekzistues që të rekrutojnë anëtarë tjerë. Do të ishte mirë që të vërtetohet qëllim i caktuar. Sqaroni se sa fiton shoqata nacionale nëse secili anëtar rekruton një apo dy anëtarë të rinj për çdo muaj. Nxitje e madhe mund të jetë nëse i shpallni rezultatet nacionale dhe arritjet individuale apo të posaçme.
- Punoni gjithmonë me mediumet lokale kur do të keni mundësi që ta sqaroni tregimin e shoqatës nacionale dhe të rekrutoni anëtarë. Përsëri, ide e mirë do të ishte që të caktoni qëllim kryesor.
- Reklamoni në gazetat lokale në kornizën e caktuar kohore për rekrutimin e anëtarëve të rinj. Shpeshherë, gazetat i botojnë kolumnat pa pagesë , posaçërisht nëse mund të bëhet tregim për aktivitetet e anëtarëve lokal të shoqatës nacionale. Për këtë qëllim mundet, nëse ekziston, të përdoret ana – "letra deri tek redaktori".
- Theksoni informacionet në tabelë për informacione, në vitrina të shitoreve, klinika, biblioteka dhe në vende tjera ku ekziston mundësi që të jenë të shikuara nga publiku më i gjërë.
- Dërgoni kolumna në gazetat dhe revistat lokale. Do të ishte mirë që kjo të bëhet rregullisht me qëllim që publiku të jetë i njoftuar mirë me

programin e punës së shoqatës nacionale. Përkrahje të posaçme për shoqatën nacionale në këtë plan mund të sigurojnë anëtarët e organizatave themelore dhe komunale të cilët janë të lidhur me gazeta të caktuara.

- Ndani fletushka apo gazeta me ngjarje lidhur me Kryqin e Kuq apo Gjysmëhënën e kuqe apo në vende tjera ku do të mund të jenë të pranishëm anëtarët potencial.
- Përgatitni vend të posaçëm pranë organizimit të këtyre ngjarjeve ku do të kenë mundësi anëtarët e rinj të regjistrohen.
- Mbani ditë apo mbrëmje të hapur kur do ti thirrni njerëzit që të shikojnë, të mësojnë diçka më shumë për shoqatën nacionale dhe njëkohësisht do tu jepni mundësi që të kyçen në organizatë.
- Mundësoni që publikimet tuaja të kenë pjesë ku lexuesit do të mund ta shkruajnë emrin dhe adresën dhe me postë ta kthejnë në shoqatën nacionale dhe me atë të bëhen anëtarë të rinj.
- Kujdesuni që në publikimin tuaj të jetë theksuar rëndësia e anëtarësimit në organizatë për shkak sigurimit të përkrahjes për shoqatën nacionale.
- Dërgoni apel për anëtarësim tek të gjithë donatorët e rinj.
- Përgatitni fushatë me posterë.

MBAJTJA E ANËTARËVE

Me kyçjen kah shoqata nacionale personi tregon angazhim. Prandaj ripërtërimi i anëtarësimit të tyre mund të jetë më e lehtë se sa gjetja e anëtarëve të rinj. Rregull themelore është se rekrutimi i sërishëm i anëtarëve të mëparshëm paraqet 50% nga shpenzimet (të holla dhe kohë) për rekrutimin e anëtarit të ri.

Organizatat kontribuojnë shumë të holla dhe mundim për të rekrutuar anëtarë të rinj, por shpesh nuk mundohen aq shumë që ti mbajnë.

Gjithashtu me dobi të madhe është që të shqyrtohet se pse disa individë nuk e përtërijnë anëtarësimin e tyre. Arsyet e cekura mund të jenë indikative dhe tregojnë se shoqata nacionale duhet të bëjë modifikime.

Për ta ripërtërirë anëtarësimin e tyre njerëzit duhet të jenë:

- Të kënaqur me atë të cilën ua ofron anëtarësimi;
- Të bindur se programi i shoqatës ka vlerë dhe
- Se kontributet dhe të hollat e tyre përdoren në mënyrë të mirë në shoqatën nacionale.

Ekzistojnë shumë mënyra me të cilat shoqata nacionale mund ti kënaqë anëtarët e saj. Shikojeni këtë që vijon:

- Dërgoni anëtarëve informacione të azhuruara për punën e shoqatës nacionale. Ajo mund të jetë në formë apo lloj të buletinit, fletushkës mujore apo thjeshtë nëpërmjet letrës. Kjo patjetër duhet të jetë

informative, qartë dhe shkurt me shembuj për atë se si programi iu ndihmon njerëzve.

- Ndoshta do të mundeni ti lidhni anëtarët me projekte të caktuara dhe t'iu siguroni informacione dhe fotografi të cilat sqarojnë se si përparon projekti.
- Ftoni anëtarët që ti vizitojnë projektet, të shohin se si shpenzohen të hollat e tyre dhe të diskutohen mënyrat për sigurimin e mjeteve plotësuese të cilat mund të zbatohen.
- Mbani llogari që anëtarët të jenë të informuar për ngjarjet speciale të cilat i planifikon shoqata nacionale dhe të jenë të ftuar të marrin pjesë.
- Organizoni rregullisht tubime lokale, rajonale apo nacionale apo konferenca për anëtarët.
- Ftoni anëtarët në manifestime solemne të KK dhe GJHK, në seminare për trajnim apo kampe për të rinj ku në të parë do ti shohin aktivitetet e përditshme të shoqatës nacionale.
- Njerëzit mund të hasin pamje më të madhe me anëtarësimin e tyre në Lëvizjen e KK dhe GJHK. Siguroni bexhe apo vërtetime me çka do ta vërtetojnë anëtarësimin e tyre. Ajo mund të jetë e kyçur në anëtarësimin apo t'ju jepet mundësi për ta blerë atë.
- Prodhoni sasi të vogël të gjërave për shitje siç janë bluzat, stilolapsat apo material tjetër që është në diskonim vetëm për anëtarët (apo mund t'ju shitet apo jepet si premi apo si nxitje, nëse ajo është e pagueshme).
- Shpërbleni ata të cilët janë anëtarë një kohë të gjatë, për shembull pesë apo gjashtë vjet. Atyre mund t'ju jepet mirënjohje me ndarje të bexhit special, certifikatë apo vepër e vogël artistike. Për ata të cilët janë anëtarë një kohë të gjatë mund të organizohet ngjarje shoqërore apo të jenë të përmendur në buletin.
- Anketoni anëtarët që t'iu jepni mundësi t'ju tregojnë se si ndjehen dhe se si ata dëshirojnë të duket programi për punë të anëtarëve të shoqatës nacionale. Përdorni rezultatet nga anketa për përsosjen e shërbimeve dhe programeve tuaja.

MBLEDHJA E ANËTARËSISË

Pagesa e anëtarësisë duhet të thjeshtësohet sa më shumë që është e mundshme. Ndonjëherë e dobishme është që të përgatitet fletushkë e cila i sqaron mënyrat e mundshme të pagesës. Kur ka mundësi, ftoni anëtarët që të paguajnë me fletëpagesë të thjeshtë nga banka e tyre që pagesa e sërishme të bëhet në mënyrë automatike.

Secila shoqatë nacionale duhet ti pranojë metodat për pagesë:

- Të cilat u përshtaten anëtarëve;
- Të cilat mundësojnë punë efikase të shoqatës nacionale.

Shoqata nacionale duhet të zbatojë metoda të cilat u përshtaten rrethanave ku punon shoqata nacionale. Nëse anëtarëve iu ndahet buletin informativ, personi i cili e bën shpërndarjen e tyre mund ta ndërmarrë edhe përgjegjësinë për mbledhjen e anëtarësisë. Disa shoqata nacionale kanë zbuluar se e

dobishme është të kenë vullnetarë lokal siç janë sekretarë të anëtarësisë, të cilët i përkujtojnë anëtarët që të mbledhin anëtarësi përderisa shoqata tjera më shumë dëshirojnë të dërgojnë letra me të cilat i përkujtojnë anëtarët se afati për pagesën e anëtarësisë iu ka arritur.

Në disa raste tek donatorët mund të dërgohet apel për anëtarësim afatgjatë vjetore apo për anëtarësim të përjetshëm.

Kontributi i anëtarësisë mund të jetë në shkallë rrëshqitëse. Askush nuk duhet të jetë i fshirë nga anëtarësia nëse nuk ka mundësi që ta paguajë anëtarësinë. Mundet të ndërtohet sistem ku anëtarët mund ta rrisin vlerën e anëtarësisë së tyre nëpërmjet punës vullnetare.

Përdorimi i listës së anëtarëve

Listat e anëtarëve (duke i kyçur listat e anëtarëve të cilët kanë dhënë dorëheqje nga anëtarësimi) janë me rëndësi të madhe për shoqatën nacionale. Këto lista i sigurojnë emrat dhe adresat e njerëzve të cilët kanë shprehur interes për përkrahjen e punës dhe të cilët me siguri do të shprehin përgaditshmëri që të përgjigjen përderisa del nevojë e re për ndihmë. Në shoqatat më të vogla këto lista mund të evidentohen edhe me shkrim. Në shoqatat më të mëdha sistemi kompjuterik siguron azhurim më të lehtë për këto lista.

Kujdes. Nëse dikush nga anëtarët nuk merr dërgesë postare për shkak të kufizimeve të postës, ajo duhet të shënohet në të dhënat për anëtarësim.

Listat për anëtarët mund të përdoren që të kërkohet përkrahje për sigurimin e mjeteve dhe programeve të cilat përgatiten.

Anëtarët mund të jenë të ftuar të:

- Vizitohen apo të sponsorizohen ngjarje;
- Sigurohen kontribute sipas prioriteteve të programit për punë;
- Kontribuojnë me dhurata (p.sh. qebe në rast të katastrofave);
- Marrin pjesë në ngjarje nacionale për sigurimin e mjeteve (p.sh. nga shtëpia në shtëpi apo mbledhje e mjeteve në rrugë);
- Organizojnë ngjarje lokale (p.sh. të kërkojnë nga anëtarët që të organizojnë shitjen e mallrave të vjetra një herë në vit, ndoshta gjatë javës së KK / GJHK);
- Marrin pjesë në shërbime të ndryshme programore (p.sh. kurse për trajnim, dhurim të gjakut);
- Ndihmojnë në përgatitjen e ndihmës gjatë katastrofave.

Me rëndësi është, kur nga anëtarët kërkohet të japin më shumë donacione, ajo të bëhet në mënyrë të organizuar dhe të planifikuar. Ata nuk duhet të marrin më shumë se një kërkesë për të njëjtën punë apo disa kërkesa në një periudhë të shkurtër kohore. Informoni (ndoshta në buletinin informativ) se anëtarët kontribuojnë në këto mënyra plotësuese.

Të dhënat për anëtarësim duhet të tregojnë se në cilat kërkesa njerëzit janë përgjigjur në të kaluarën dhe cilët prej tyre nuk kanë qenë ashtu të suksesshme. Kjo ndihmon që kërkesat e ardhshme të jenë të përgatitura në mënyrë efikase.

Për sugjerime në lidhje me anëtarësimin shiko:

- Shtojca 6 për dërgesë të drejtpërdrejtë;
- Kreu 7 për ngjarje;
- Kreu 13 për vullnetarë.

SHTOJCA Dh

DËRGESA E DREJTPËRDREJTË

Dërgesa e drejtpërdrejtë është medium themelor për rekrutimin dhe ripërtrirjen e donatorëve. Nëpërmjet saj mund të tërhiqni donatorë, t'iu falënderoheni, ti informoni, të apeloni për donacione të rritura dhe t'ju ofroni oferta tjera për kyçje dhe përkrahje. Përdorimi i postës është ideal për testimin e ofertave, porosive dhe niveleve të ndryshme të dhurimit. Përgjigjet do të drejtohen lehtë nëpërmjet kthimit të formularëve për përgjigje.

Puna themelore është që të planifikohen dërgesat postare për një vit. Ky plan duhet ti kyçë dërgesat e dedikuara për rekrutimin emrave të rinj në bazën e të dhënave donatore dhe dërgesa tjera të dedikuara për përmirësimin e donatorëve ekzistues. Për shembull, 6-8 javë pas secilit apel tek donatorët ekzistues mund të dërgohet përkujtim tek ata të cilët nuk janë përgjigjur.

Shumë organizata mendojnë se më mirë është të organizohet një apel më i madh në pranverë, një në verë dhe një para fundit të vitit (të gjitha me plotësime të informacioneve për ata të cilët nuk janë përgjigjur paraprakisht).

Deri sa nuk krijohet lista e përkrahësve tanimë të njohur, rezultatet do të jenë minimale. Në realitet, kur dërgesat dërgohen nëpërmjet listave të njerëzve të rinj për tu parë se kush do të përgjigjet (ndonjëherë të ashtuquajtur "donatorë të ardhshëm – të mundshëm), ajo duhet të llogaritet si sukses nëse arrini ti mbuloni shpenzimet për dërgimin e postës. Një listë e këtillë e bërë një herë mund të përdoret në mënyra të llojllojshme:

- Të dërgohen apele të ardhshme, normalisht tek ata të cilët i përgjigjen apelit, sepse përkrahësit janë të njohur;
- Të ndërtohet vetëdija publike për shoqatën nacionale dhe të sigurohen më shumë informacione për ata të cilët kanë më së shumti interes;
- Të kërkohen pjesëmarrës në shërbime përkatëse programore dhe për përgatitshmëri dhe veprim gjatë katastrofave;
- Të binden individët që ta kuptojnë rolin esencial që e kanë në ndihmën e shoqatës nacionale dhe të nxiten për angazhim të mëtutjeshëm.

Në këtë kaptinë e përshkruajmë:

- Procesin e postës së drejtpërdrejtë;
- Rekrutimin e donatorëve;
- Azhurimin e bazës së të dhënave donatore;
- Përdorimin e bazës së të dhënave donatore;
- Pakon – apel.

PROCESI I POSTËS SË DREJTPËRDREJTË

Ekzistojnë shtatë hapa themelore të cilat duhet të përcillen në postën e drejtpërdrejtë. Më së miri është që të fillohet në mënyrë të thjeshtë dhe si përparon më tej procesi që të përkryhet.

- Krijoni bazën e të dhënave donatore;
- Planifikoni programin e dërgesave;
- Përgatitni apel dhe dërgoni pakon – apel;
- Pranoni përgjigjet dhe vëzhgoni procedurat përkatëse për menaxhim me mjetet e gatshme;
- Donatorëve dërgojani faturat dhe vërtetimet;
- Azhuroni bazën e të dhënave;
- Analizoni rezultatet.

Bazën e të dhënave donatore bëjeni me listë të emrave dh adresave të njerëzve të cilët në të kaluarën e kanë përkrahur shoqatën nacionale. Në raste ideale baza e të dhënave duhet të përmbajë:

- Emri i plotë dhe titulli;
- Adresa (e shtëpisë dhe e punës nëse është e mundshme);
- Data e apeleve të dërguara;
- Në cilat apele është përgjigjur donatori;
- Në cilat apele nuk është përgjigjur donatori;
- Sa ka dhënë donatori për secilin apel;
- Cilën mënyrë për dhënien e donacionit e ka përdorur donatori.

Përskaj asaj, informacionet që vijojnë do të jenë të dobishme për shoqatat nacionale me programe komplekse për postë të drejtpërdrejtë:

- Datëlindja;
- Profesioni;
- Statusi familjar;
- Niveli i arsimimit;
- Organizata tjera të cilat i përkrah;
- Lloji i banimit;
- Interese tjera.

Planifikoni programin për dërgesa, duke marrë parasysh:

- Nevojat e shoqatës nacionale (për çka nevojiten fondet);
- Strategji për ripërtrirjen dhe përmirësimin e donacioneve;
- Profilimin e bazës së të dhënave të donatorëve (cilët donatorë duhet të pranojnë apel – letër dhe kur);
- Ngjarje nacionale të cilat mund të përdoren për ndihmë gjatë dërgimit (p.sh. java e KK dhe GJHK, festa fetare apo nacionale).

Përgatiteni apelin dhe dërgoni pako – apel në kohën e planifikuar,. Dërgoni variacione të segmenteve apo kategorive të bazës suaj të të dhënave.

Pranoni përgjigjet dhe vëzhgojeni procedurën përkatëse për punë me mjete të gatshme, duke kyçur futjen e të hollave në bankë sapo të jetë e mundshme dhe shkruarja e vërtetimit (për më shumë informacione shiko kreun 2: Menaxhim financiar).

Dërgoni donatorit fatura dhe vërtetime. Me rëndësi është, që kjo të bëhet në mënyrë të shpejtë dhe efikase për shkak të kujdesjes së raporteve me donatorët.

Azhuroni bazën e të dhënave. Informacionet duhet të jenë të sakta sa më shumë që është e mundshme.

Analizoni rezultatet që në të ardhmen apelet të mundeni ti përkryeni.

TËRHEQJA E DONATORËVE

Disa prej ideve për krijimin e bazës së të dhënave janë:

- Kontrolloni dërgesat tek vullnetarët dominues dhe të tanishëm të shoqatës nacionale, anëtarëve, dhuruesve të gjakut dhe pjesëmarrësve të kurseve. Shënoni se cilat grupe më së miri përshtaten që të mund të zgjerohen grupet e suksesshme. Grupet me sukses më të vogël mund të lihen pas dore apo t'iu dërgohet apel në ndonjë mënyrë tjetër.
- Vëzhgoni me qëllim që të ndërtoni profil të donatorëve ekzistues të shoqatës nacionale. (Shiko kreun 5: Imazh, Raporte me publikun dhe marketing), që të siguroni më shumë informacione se si bëhet ajo. Merrni parasysh moshën, të ardhurat, gjininë, statusin martesor, nivelin e arsimimit dhe gjendjen e pasurisë. Pastaj kërkoni listën e njerëzve të cilët më së shumti i përshtaten profilit.
- Huazoni lista të njerëzve të cilët kanë dhënë donacion edhe në organizata tjera apo të cilët janë të njohur si njerëz të cilët përgjigjen në apele të dërguara me postë. Këto lista mund të duken të shtrenjta por shpeshherë rezultatet e arsyetojnë çmimin. Kur personat e listës së huazuar do të përgjigjen, atëherë mund të shtohen në listën e obligatorëve të shoqatës nacionale.
- Këmbeni lista me organizata tjera. Shoqata nacionale mund të këmbejë listë me 5000 donatorë (apo me donatorë të mëparshëm) për listë të njejtë nga organizata tjera.
- Jepni edhe reklamë për apel në gazetat dhe revistat ditore. Emrat dhe adresat e atyre të cilët vizitojnë ngjarje apo të cilët i përmbajnë rastet solemne të shoqatës nacionale, trajnimet dhe tubimet tjera.
- Jepni mundësi të punësuarve dhe vullnetarëve të shtojnë emra në listë nga rrethi i shoqatësë së tyre, anëtarët e familjes dhe bashkëpunëtorëve. Jepuni formularë të printuara për këtë qëllim.
- Çdoherë merreni adresën dhe emrin e donatorit i cili dhuron për herë të parë në rast të situatës së jashtëzakonshme dhe shtoni të dhënat në bazën e të dhënave donatore.
- Sa herë që të ketë mundësi dorëzoni emra dhe adresa të donatorëve së bashku me shumën dhe shtoni në bazën e të dhënave.

RIPËRTRIRJA E BAZËS SË TË DHËNAVE PËR DONATORË

Për të përgatitur apel të vërtetë në kohë të vërtetë me rëndësi është që të menaxhohet mirë dhe të mbindërtohet baza e të dhënave. Kjo do të thotë:

- Të dhënat patjetër duhet të azhurohen. Informacionet e reja patjetër duhet të jenë të futura menjëherë pas pranimit. Emrat e donatorëve të ndjerë duhet të fshihen. Donatorët të cilët kanë ndryshim në adresë duhet menjëherë të shënohen dhe të azhurohen. Emrat duhet të jenë të shkruara me precizitet.
- Emra të donatorëve të cilët nuk janë paraqitur në apele të shumta duhet të fshihen nga baza kryesore, por duhet të ruhen në rast të apeleve për situata më të mëdha të jashtëzakonshme apo për këmbimin e informacioneve me organizata tjera.
- Regjistri i donatorëve duhet të jetë i segmentuar (i ndarë) në nivele të dhurimit dhe sipas frekuencës së donacioneve të siguruara. Kjo mundëson drejtimin e ardhshëm të apeleve, kërkim të donacioneve nga vendi i vërtetë dhe dërgim të apeleve në periudha të përshtatshme kohore.
- Donatorëve me karakteristika të caktuara duhet tu jepet një kod që të mund të jenë të selektuar për apel të caktuar nëpërmjet përdorimit të kodit. Për shembull, apelet mund të jenë dërguar grave, donatorëve të cilët janë përgjigjur në apele në situatë të jashtëzakonshme apo grupeve tjera të cilët mund të jenë të definuar.

Një ndër përparësitë e postës së drejtpërdrejtë është ajo se përderisa ruhen të dhënat adekuate relativisht është thjeshtë që të kontrollohen qasje të ndryshme dhe të analizohen rezultatet nga apelet e caktuara që të zbulohet se cilat metoda janë më efikase për cilët njerëz. Apelet e ardhshme mund të jenë të përshtatura në pajtueshmëri me atë. Koha që do të harxhohet për këtë është e pagueshme në plan afatgjatë.

Softuerët kompjuterik mund të përdoren për ruajtjen e të dhënave detale për donatorët dhe atë për:

- Apele në të cilat janë përgjigjur (dhe për ato në të cilat nuk janë përgjigjur);
- Shumën të cilën e kanë dhënë;
- Datat e dhurimeve të tyre të fundit.

Ato gjithashtu mund të përmbajnë informacione për suksesin e secilit apel ku marrin pjesë:

- Numri i letrave të dërguara;
- Numri i përgjigjeve;
- Vlera e donacioneve;

Informacione për atë se si është plotësuar lista (p.sh. lëmi e posaçme gjeografike, donatorë të cilët kanë kontribuar në të kaluarën me shuma të mëdha nga të caktuarit etj.).

Nëse shoqata nacionale nuk përdor program kompjuterik për punën e saj, prapëseprapë, patjetër duhet të mbledhin së ma shumë detaje për donatorët. Shoqata nacionale mund të vendosë se më mirë është të punësohet agjenci e jashtme e cila do ta zbatojë programin për postën e drejtpërdrejtë.

MENAXHIM ME BAZËN E TË DHËNAVE PËR DONATORË

Informacionet për donatorë duhet të përmbajnë si vijon:

- Kur për së fundi herë është dhënë donacion;
- Sa shpesh jepet donacion;
- Forma e donacionit;
- Periudha kohore e donacionit.

- **Kur për së fundi herë është dhënë donacion**

Kur për herë të fundit donatorët kanë dhënë donacion? A janë akoma donatorë aktual (normal kështu definohen nëse për herë të fundit kanë dhënë donacion gjatë muajve 12-18 të fundit) apo janë donatorë të mëparshëm? Me rëndësi është që të bëhet tentim që donatorët të mbahen si donatorë aktual, prandaj dërgoni postë derisa përsëri nuk ju përgjigjen.

- **Sa shpesh jepet donacion**

Sa donacione ka dhënë secili donator? Ata të cilët japin donacion një herë apo më shumë se një herë në vit duhet të kualifikohen si dhurues të rregullt. Ata munden shumë mirë të përgjigjen në nevojat për sigurimin e përkrahjes për donacione të mëdha apo gjatë katastrofave të qasjes personale në sigurimin e të dhënave të planifikuara.

- **Forma e donacionit**

Sa ka dhënë donatori për apelet e mëparshme? Vërtetoni zonën përkatëse për secilin donator. Kjo është shuma e cila donatori mund t'ia lejojë vetes. Apelet e ardhshme duhet të jenë në lartësinë e njejtë (apo pak më e lartë) të shumës. Nëse nga personat të cilët zakonisht japin nga 10$ kërkoni që të japin nga 100$, ata mund të mendojnë se donacioni i tyre i vogël nuk vlerësohet, por nëse kërkoni mes 10-20$ do të mund ta japin shumën të cilën e kanë dhënë më parë apo pak më shumë.

- **Periudha kohore për donacion**

Donatorët afatgjatë mund të jenë të drejtuar kah apelet speciale të cilat u konvenojnë shumat nga koha në të cilën ata janë përkrahës. Ata japin mundësi të mira për nevoja personale për dhuratat e planifikuara.

Me testimin dhe analizën e të dhënave donatore, shoqata nacionale do të ketë mundësi ta përcaktojë qasjen më të mirë tek donatorët – duke kërkuar shuma të caktuara në kohë të caktuar dhe duke theksuar arsye përkatëse. Në këtë mënyrë posta e drejtpërdrejtë do të jetë më efikase.

PAKOJA – APEL

Dërgesa e drejtpërdrejtë e pakos – apel përbëhet nga elementet që vijojnë:

- Zarf;
- Letër – apel dhe materiale;
- Udhëzim për përgjigje apo zarf për përgjigje.

- **Zarf**

Zarfi duhet të jetë mjaft interesant që njerëzit të kenë dëshirë të përgjigjen. Merrni parasysh punët të cilat vijojnë:

- Përdorni fotografi; vizatime apo grafikë; kyçeni logon e KK dhe GJHK; përdorni triska të vërteta postare; përdorni slogan në zarf apo përshkrim të diçkaje që është brenda.
- Keni kujdes që emri, adresa e titulli të jenë të sakta dhe të kompletuara. Sa më shumë që janë të sakta të dhënat, aq më shumë është e madhe mundësia që zarfi të jetë i hapur.

- **Letër – apel dhe materiale**

Në shumë vende shumica e organizatave joprofitabile përdorin postën e drejtpërdrejtë për sigurimin e mjeteve, ashtu që donatorët potencial kanë zgjedhje të madhe se kujt ti ndihmojnë. **Letra për apel dhe materialet për përkrahje patjetër duhet të dallohen nga apelet tjera që të mund të binden donatorët dhe donatorët potencial për të dhënë ndihmë.**

Letra e mirë për apel duhet:

- Ta potencojë porosinë e cila duhet të interpretohet në mënyrë të thjeshtë dhe koncize;
- Të tregojë qartë se apeli është për mjete financiare. Propozoni ndonjë shumë përkatëse financiare që duhet të jepet dhe theksoni shembuj për atë që duhet të bëhen me ato mjete.
- Të kujdeseni që pikat kryesore të jenë të theksuara në fillimin e letrës. Shpeshherë lexuesit i lexojnë vetëm rreshtat e para të letrës. Nëse nuk u tërhiqet vëmendja menjëherë, ata nuk do të mundohen që të lexojnë më tej.
- Të përdorni fjali të shkurta. Fjalitë e gjata dhe të komplikuara letrën e bëjnë të rëndë për ta lexuar.
- Ta arsyetoni nevojën në mënyrë të kuptueshme dhe të tërhequr për lexuesin.
- Ta potenconi efektin pozitiv nga secili donacion dhe ta sqaroni atë se si përdoret.
- Të mundoheni ta lidhni apelin me ndonjë punë apo ngjarje të posaçme (për shembull: muaji i KK / GJHK). Kjo do të ndihmojë të tërheqë vëmendjen.
- Të sqaroni se si duhet të jepet donacioni;
- Së pari t'ju falënderoheni lexuesve për përkrahjen e pritur;

- Në fund të letrës të shtoni postskriptum (P.S.). Sepse postskriptum ka vendin e vet të posaçëm, njerëzit të cilët do ti shikojnë letrat shpeshherë e lexojnë edhe atë në fundin e letrës.
- Kur keni në diskonim softuer më të përsosur kompjuterik, mundohuni që ta adresoni letrën personalisht tek personi në vend se të shkruani "Lexues i nderuar". Nëse është e mundshme, përsëri përdoreni emrin në tekst.

Do të ishte e dobishme që edhe materialin tjetër ta dërgoni me letrën. Ajo mund të jetë fotografi nga projekti për të cilin bëhet apeli apo ilustrim i asaj se si dhuroni mjete të theksuara në letë që ndihmojnë në suksesin e projektit.

Dy shembuj:

- Pjesë plastike e dërguar që donatori potencial të mundet të shikojë nëpër të dhe të shikojë se si është të vuash nga katarakta;
- Një lidhëse për dorë pjesërisht e kuq e dhe pjesërisht e gjelbër do ti tregojë donatorit potencial se si ta matë të ushqyerit e parregullt tek fëmijët.

Mos dërgoni shumë. Nëse ka shumë material lexuesi do të ndjehet i ngarkuar dhe mund të heqë dorë nga leximi i pjesëve të rëndësishme.

POSTA E DREJTPËRDREJTË PUNON NË INTERESIN TUAJ

- **Formulari duhet të jetë i paraqitur me letrën.**

Mund të jetë pjesë e posaçme në fundin e zarfit që mund të griset apo të jetë pjesë ndarëse për pagesë. Në të dyja rastet duhet të përmbajë informacionet që vijojnë:

- Adresa në të cilën mund të dërgohet donacioni;
- Kujt ti jepen çeqe dhe detale për pagesë për mënyra tjera të pagesës;
- Emri dhe adresa e donatorit (kjo duhet të jetë e shtypur, nëse ka mundësi);
- Disa mjete për identifikimin e apelit për të cilat donatori përgjigjet (siç është kodi apo numri referues);
- Forma e shumave dhe vendit të sugjeruar ku donatorët do të sqarojnë për lartësinë e shumës të cilën e paguajnë. Shumat e sugjeruara duhet të kyçin edhe mundësi për dhurata të përmendura në letër.

Gjithashtu, ide e mirë është, atje ku shërbimet postare lejojnë, të shtohet edhe zarf i adresuar për përgjigje me shpenzime të paguara postare. Nëse për atë nuk ekzistojnë mundësi dërgojeni vetëm zarfin i cili është i adresuar. Kjo donatorëve ua lehtëson dhurimin dhe çon kah rritja e përqindjes së përgjigjeve.

SHTOJCA E
GRUMBULLIME PUBLIKE

Grumbullimi publik është mënyrë e popullarizuar për kërkimin e donacionit në të holla nga individë. Gjithmonë grumbullimi duhet të jetë lidhur me sigurimin e informacioneve, sepse nuk mundemi më herët të dimë se a di dikush diçka për Lëvizjen. Çdoherë kur është e mundshme duhet të mblidhen emra dhe adresa.

Ekzistojnë gjashtë lloje të grumbullimit publik:

- **Grumbullimi në rrugë -** ku përfaqësuesit e shoqatës nacionale qëndrojnë në rrugë apo në vende publike (p.sh. tregje, qendra tregtare, stacione të autobusit), me kuti për mbledhje, ashtu që njerëzit mund të japin donacione në vend.
- **Grumbullimi prej shtëpie në shtëpi –** ku përfaqësuesit e shoqatës nacionale i vizitojnë njerëzit në shtëpitë e tyre dhe kërkojnë donacione.
- **Grumbullimi në ngjarje publike –** ku kutitë për mbledhje vendosen p.sh. në kinema, në ndeshje sportive apo karnavale.
- **Kuti statike për grumbullim –** ku kutia e siguruar për mbledhje në të cilën qartë është shënuar se i takon shoqatës nacionale, vendoset në vend të sigurt ku njerëzit do të mund ta shohin dhe të japin diçka (p.sh. shtëpi mallrash, aeroporte etj.).
- **Grumbullime individuale –** ku individët marrin kutinë dhe kërkojnë donacione nga kolegët, shokët apo anëtarët e klubit.
- **Grumbullime kolektive apo grumbullime në vendin e punës –** ku firma apo agjencia qeveritare ndihmojnë në grumbullimin e shumave të caktuara nga të punësuarit.

Përdorimi i fletëpagesave në dy shembuj, prej të cilave njëra për donatorin e tjetra për shërbimin, duhet të përdoren gjithmonë kur ka mundësi që të sigurohet kontroll përkatës i aksioneve grumbulluese dhe të merren informacione për donatorët. Me fletëpagesë kontrollohet aksioni grumbullues nëpërmjet shënimit të emrit dhe adresës së donatorit dhe shumës së dhënë. Gjithashtu sigurohen informacione me vlerë për dosjen e donatorit.

Para se të organizohet aksioni grumbullues, duhet të bëhen disa punë.

- Shumica e vendeve kanë **ligje të rrepta** të cilat kanë të bëjnë me mënyrën në të cilët duhet të udhëhiqet aksioni grumbullues. Secila shoqatë nacionale duhet ti dijë rregullat dhe ti ndërmarrë aktivitetet e duhura për zbatimin e tyre.

    - Patjetër duhet të jetë e qartë se si do të kontrollohen dhe shënohen donacionet. Ndoshta do të duhet të bëhen raporte (p.sh. dhënësit e lejes për aktivitet të këtillë shpesh dëshirojnë ta dinë rezultatin e aksionit grumbullues).

- Siguroni të gjitha **licencat dhe lejet** e nevojshme. Ndonjëherë është e nevojshme që kjo të bëhet para se të fillojë aksioni grumbullues. Gjithashtu, me rëndësi është që të sigurohen informacione me qëllim që data e aksion tuaj grumbullues të mos përputhet me datën e aksionit grumbullues të ndonjë organizate tjetër.
- Përgatitni procedurë kontabiliteti e cila është në pajtim me ligjet e shtetit dhe e cila i kënaq procedurat financiare të shoqatës nacionale.

- Për aksionin grumbullues duhet të përdoren kuti të vulosura.
- Kutitë duhet të jenë me numra.
- Për secilën kuti duhet të sigurohet fletëpagesë.
- Të hollat duhet të futen në bankë sa më shpejtë që është e mundshme.
- Patjetër duhet të shënohet emri dhe adresa e personit i cili është i obliguar për kutinë, lokacionin se ku do të zhvillohet aksioni grumbullues, kur është kthyer kutia, çfarë shume përmban dhe numri i vërtetimeve të dhëna.
- Rregullat për numërimin e të hollave patjetër duhet të jenë të qarta. Kush duhet ti numërojë të hollat? A duhet të bëhet numërimi i të hollave në praninë e dy personave? Ku bëhet numërimi i të hollave?
- Përgatitni raport përfundimtar dhe vendoseni në mënyrë të kapshme për mediumet, për persona përgjegjës zyrtar, dhe tek donatorët me qëllim që ta tregoni kontabilitetin e kompletuar për të gjitha fondet e siguruara.

    - Keni kujdes që pjesëmarrësit në aksionin grumbullues të jenë **të ndershëm dhe njerëz përgjegjës.**

- Ato duhet të jenë të njohur për shoqatën nacionale.
- Duhet të jenë mbi moshën e caktuar (kjo është dispozitë ligjore në disa vende). Nëse në aksionin grumbullues marrin pjesë fëmijë nga mosha shkollore atëherë duhet të kenë leje nga prindërit e tyre por ndoshta edhe leje edhe nga mësimdhënësit e e tyre dhe kontroll përkatës.
- Duhet të përdoren bexhe përkatëse për identifikim apo certifikata të cilat i plotësojnë normat juridike dhe të cilat do ta ruajnë pamjen e shoqatës nacionale.
- Duhet të shënohet adresa e secilit pjesëmarrës në aksion të cilit i është dhënë kutia për grumbullimin e mjeteve.

    - Siguroni dhe shënoni **emrat dhe adresat** e donatorëve apo të personave të cilët do të dëshirojnë të marrin informacione plotësuese çdoherë kur ajo është e mundshme. Kjo posaçërisht është me rëndësi për donatorët e shumave më të mëdha.

- Emrat dhe adresat shtoni edhe në bazën tuaj donatore të të dhënave.
- Çdoherë kur do të ketë mundësi, duhet të sigurohen vërtetime me emër të shkruar, adresë dhe shuma e dhënë e donatorit, për secilin donator dhe të bëhet kopje nga dokumenti për shoqatën nacionale.
- Donatorët duhet të jenë të nxitur në përdorimin e çeqeve apo mjeteve tjera për pagesë në emër të shoqatës nacionale posaçërisht për shuma

më të mëdha. Jo vetëm për atë që kjo është masë më e sigurt, por për shkak të asaj që mund ta sigurojë emrin dhe adresën e donatorit.

(*shiko kreun 7: Ngjarje – për shkak të më shumë informacioneve për aksione grumbulluese).*

AKSIONE GRUMBULLUESE NË RRUGË

Nëse rajoni i cili duhet të mbulohet është më i madh, si për shembull i tërë rajoni i qytetit, atëherë duhet të jenë organizatorë të emëruar për secilin rajon. Secili organizator duhet ta ketë si vijon:

- Lokacione të caktuara ku do të qëndrojnë grumbulluesit;
- Kohë e caktuar ku do të zbatohet aksioni grumbullues dhe tabela e bërë ku do të jenë të shënuara emrat e grumbulluesve pasi që do të jenë të zgjedhur. Kjo përafërsisht mund të duket kështu:

Lokacioni	Ora 9 – 11	Ora 11 – 13	Ora 13 – 15	Ora 15 - 17
A				
B				
C				
Ç				
D				

- Angazhoni vullnetarë të cilët janë të gatshëm të grumbullojnë donacione në periudhë të caktuar kohore – periudha e zakonshme kohore është dy orë, por ndonjëherë njerëzit dëshirojnë që të punojnë më gjatë. Me rëndësi është që të jetë fleksibil në këtë pikëpamje dhe të përshtateni në nevojat e vullnetarëve individual.
- Siguroni kuti grumbulluese, autorizime, ngjitëse / shenja / bexhe të cilat u jepen donatorëve. Gjithashtu ide e mirë është që të distribuohen lista informative për secilin person të interesuar.
- Siguroni pikë lokale për distribuim ku grumbulluesit mund ti grumbullojnë dhe kthejnë gjërat. Ndonjëri duhet të mbetet aty që të sigurojë përkrahje për grumbulluesit, për kontrollim të kutive grumbulluese brenda dhe jashtë, ti zgjedhë problemet dhe në fund të ndërrimit tu falënderohet vullnetarëve. Gjithashtu mund të organizohet edhe freskim për grumbulluesit.
- Për grumbulluesit siguroni shami apo jelek me shenjën e shoqatës nacionale apo të KK/GJHK që të mund të dallohen. Ajo mund të jetë edhe transparencë, tabelë apo poster me shenjën e shoqatës nacionale.
- Keni kujdes që të hollat të jenë të numëruara dhe të futura në bankë. Kjo duhet të bëhet në pajtueshmëri me rregullat e vendit dhe procedurat të shkruara nga shoqata nacionale.
- Keni kujdes që të gjithë vullnetarët të jenë të njoftuar me planet për atë ditë dhe se çka pritet nga ata.
- Çdoherë kur të ketë mundësi, e posaçërisht për donacione më të mëdha, duhet të kërkohet emri dhe adresa e donatorit dhe duhet t'iu ofrohet vërtetim për kontributin e dhënë.

- Pas aksionit grumbullues duhet të shprehet falënderim për të gjithë vullnetarët për kontributin e tyre. Njoftoni me atë se sa mjete janë grumbulluar si rezultat i aksionit grumbullues.
- Përgatitni dhe dorëzoni raport në pajtueshmëri me ligjin e shtetit.
- Kontaktoni mediumet lokale dhe kërkoni nga ata që të botojnë porosi me falënderim. Sqaroni se çka do të bëhet me të hollat.

AKSION PËR GRUMBULLIM PREJ SHTËPIE NË SHTËPI

- Vendosni se cilat materiale do të përdoren për këtë qëllim. Ekzistojnë dy lloje:
  - Kuti për grumbullim të cilat vullnetarët i bartin me vete prej shtëpie në shtëpi, duke kërkuar nga njerëzit që në kutitë të japin donacione.
  - Zarfe me porosi të shtypur që kërkon nga njerëzit që ti fusin donacionet e tyre në zarfet dhe ti japin kur grumbulluesi do ti kërkojë.

Metoda e dytë është më e mirë për shkak se nuk i tejkalon njerëzit të cilët nuk kanë qenë në shtëpi në momentin kur grumbulluesi ka ardhur për herë të parë. Kjo do të thotë se grumbulluesit patjetër duhet të vizitojnë disa shtëpi dy apo më shumë herë. Në këtë mënyrë grumbullohen më shumë të holla dhe mund të përfitojnë anëtarë të rinj në shoqatën nacionale.

- Bëni plan të shtëpive të cilat duhet të vizitohen. Përcaktoni vullnetarë për vizitë të shtëpive të caktuara.
- Planifikoni fushatë që të krijohet vetëdije për aksionin grumbullues. Nëse bëhet fjalë për ngjarje nacionale mundet të kyçen edhe gazetat, radiot dhe televizionet.
- Caktoni se kush do ti numërojë të hollat dhe kush do ti dorëzojë në bankë. Kjo duhet të bëhet në pajtueshmëri me rregullat e vendit dhe procedurat të cilat i përcakton shoqata nacionale.
- Kujdesuni që vullnetarët ta marrin materialin e plotë i cili u nevojitet, posaçërisht informacionet për atë që e punojnë, të marrin bexh përkatës për identifikim dhe informacione të caktuara për punën e shoqatës nacionale.
- Kujdesuni që grumbulluesit ti shënojnë emrat dhe adresat e donatorëve dhe shumën të cilën ata e kanë dhënë. Duhet të jepen vërtetime që të kontrollohet grumbullimi dhe të shënohet emri, adresa dhe shuma e dhënë.
- Pas aksionit grumbullues dërgoni të gjitha informacionet dhe raportet kthyese të cilat i kërkojnë pushtetet në shtet.
- Të gjithëve falënderohuni të cilët kanë qenë të kyçur. Lajmëroni se sa mjete janë grumbulluar.

- Kontaktoni me mediumet dhe kërkoni që të shtypin porosi për falënderim. Sqaroni se për çfarë qëllimi do të përdoren mjetet e grumbulluara financiare.

AKSION GRUMBULLUES NË NGJARJE PUBLIKE

Ndonjëherë kërkohet nga shoqata nacionale të ndërmerret aksion grumbullues në ndonjë ngjarje, siç është solemniteti për ndihmë të organizatave joprofitabile. Nga ana tjetër shoqata nacionale mund t'iu paraprijë organizatorëve të ngjarjes dhe të kërkojë përkrahjen e tyre. Ky hap mund të jetë përkatës në rast të ndonjë fatkeqësie të caktuar për të cilën nevojitet që urgjentisht të sigurohen mjete financiare.

Mënyra e organizimit do të dallohet varësisht nga ngjarja, por parimet themelore do të mbeten të njëjtat.

- Siguroni lejet e patjetërsueshme.
- Vendosni se si do të mblidhen të hollat. (a do të qëndrojnë grumbulluesit në hyrje apo do të vendosen kuti për grumbullim).
- Vlerësoni se sa grumbullues do të nevojiten.
- Vendosni se si do të numërohen të hollat dhe si do të dorëzohen në bankë.
- Siguroni grumbullues (shiko kreun 13: Vullnetarë, për shkak të ideve të caktuara në lidhje me këtë qëllim).
- Ndërmerrni aktivitetet e nevojshme për identifikimin e grumbulluesve me qëllim që të njihen lehtë në publik (p.sh. siguroni bluza, transparente apo shami).
- Kujdesuni që grumbulluesve tu sigurohen materialet e nevojshme dhe ti kuptojnë procedurat.
- Kyçni materiale për donatorë të cilët kërkojnë informacione plotësuese dhe shënoni emrat dhe adresat e tyre.
- Siguroni autorizime nga pushtetet kompetente apo nga organizatorët e ngjarjes.
- Pas ngjarjes, falënderohuni vullnetarëve. Informoni se sa është shuma e grumbulluar.
- Falënderohuni donatorëve në mediumet lokale. Sqaroni se si do të harxhohen.

KUTI STATIKE PËR GRUMBULLIM

Ato mund të vendosen në vende publike (shitore, zyre, hotele, klinika apo banka) apo në shtëpitë e njerëzve. Në çdo rast ka disa hapa të cilat duhet të përcillen.

- Caktoni organizatorë të cilët do të jenë përgjegjës për ndonjë rajon të caktuar gjeografik. Kujdesuni që ti siguroni të gjitha materialet e nevojshme, duke kyçur edhe kutitë me numra për grumbullim, të cilat janë të ngjitura dhe të vulosura dhe ndonjë formë të identifikimit.
- Organizatorët duhet të marrin leje që ti vendosin kutitë e vulosura për grumbull në sa më shumë vende që është e mundshme.

- Kutitë e vendosura në vende publike patjetër duhet të jenë të sigurta në ndonjë mënyrë.
- Së bashku me kutinë mund të vendosni edhe fletushka dhe buletine që të sigurohen informacione plotësuese për donatorët dhe të kërkohen emrat dhe adresat e tyre. Materiali i shtypur duhet të vendoset në kuti që të mos shpërndahet
- Organizatorët duhet rregullisht ti zbrazin kutitë. Të hollat duhet të numërohen në prani të personit i cili është kompetent për lokacionin dhe duhet ti jepet vërtetim dhe ti falënderoheni.
- Organizatorët patjetër duhet ta përcjellin procedurën për futjen e të hollave në bankë dhe ta lajmërojnë shoqatën nacionale.
- Kujdesuni që kohë pas kohe, organizatorëve tu jepet mirënjohje për punën e tyre. Informoni për atë se si rrjedh aksioni grumbullues.
- Kujdesuni që edhe njerëzit të cilëve u përket vendi ku vendosen kutitë të jenë të shpërblyer. Mënyrë e mirë që të bëhet kjo është statia në mediumet lokale apo organizimi i ngjarjes së posaçme në atë vend.

GRUMBULLIME INDIVIDUALE

Një apo dy vullnetarë mund ta ndërmarrin grumbullimin individual. Për shkak se ky hap nuk mund që të mbikëqyret, me rëndësi të posaçme është që të përdoren shërbimet e vullnetarëve të besueshëm.

- Përdorni plan të përgjithshëm për aksion nga ky lloj i fushatës dhe siguroni nga një kopje për secilin person i cili do të kërkojë.
- Kujdesuni ti jepen materiale për shoqatën nacionale personit i cili ka kërkuar, zarfe apo kuti për grumbullim.
- Kërkoni që të përdoret vërtetim i dyfishtë për shkak të kontrollit të grumbullimit dhe të shënohen adresa dhe emri i donatorit. Këshilloni donatorët që ta japin kontributin e tyre me çeqe.
- Këshilloni të interesuarit për aksionin e këtillë që të punojnë nëpërmjet mbledhjeve grupore dhe grupeve të mëdha. Ky hap mund të mundësojë sigurimin e kontributeve në klube dhe në vendet zyrtare.

SHTOJCA Ë

DHËNIE E PLANIFIKUAR

Dhënia e planifikuar (dikur e njohur si dhënie e zgjatur) është nocion i cili përdoret për dhënie të cilët janë premtuar për periudhë të caktuar kohore në të ardhmen. Forma më e zakonshme është futja e trashëgimisë në formë të testamentit, i cili merret pas vdekjes së dhuruesit. Dhënia e planifikuar gjithashtu ka të bëjë me dhurata të cilat i premtojnë donatorët në momentin kur polisa e sigurimit jetësor apo kur ndonjë aktivë tjetër do të realizohet. Kjo kyç fonde investuese siç janë dhuratat, ku dhurata e donatorit bëhet pjesë e kapitalit të fondit i cili paguan kamatë të shoqatës nacionale, zakonisht në bazë vjetore.

Për shoqatat nacionale me përvojë të madhe në pjesën e dhënieve individuale me rëndësi të posaçme është që ti korporojnë dhëniet e planifikuara në strategjinë për mobilizimin e fondeve. Jo vetëm për shkak të asaj që në atë mënyrë sigurohet financimi i mëtejmë dhe programet afatgjate, por edhe për shkak të asaj që i lidh donatorët për angazhim afatgjatë në shoqatën nacionale. Përskaj asaj, dhuratat dhe dhuratat në formë të kapitalit të sigurimit jetësor mbeten të paprekshme në inflacion.

Programi i dhënies së planifikuar nuk siguron kthim të shpejtë të mjeteve. Zakonisht nevojiten shumë vite që ta arrijë pjekurinë e vet. Programet e tilla vlen që të zhvillohen për shkak të vlerës së tyre eventuale monetare dhe për shkak të stabilitetit të cilin e sigurojnë për programet e shoqatës nacionale. Shumë organizata joprofitabile zbatojnë program për dhënie të paplanifikuar gjatë më shumë viteve derisa me të vërtetë ti ndjejnë efektet e burimeve të këtilla të mjeteve financiare.

Ligjet me të cilat është rregulluar dhënia e planifikuar dallohen nga vendi në vend. Vullnetarët të cilët janë me profesion të caktuar, si p.sh. juristët apo kontabilistët mund të japin ndihmë të madhe në këtë plan.

Kjo pjesë i përshkruan:

- Llojet e dhënies së planifikuar;
- Promovimi i dhënies së planifikuar.

LLOJET E DHËNIES SË PLANIFIKUAR

- **Trashëgimi**

Trashëgimitë janë premtime të shfaqura në testament, dokument në të cilin gjendet deklarata e personit në lidhje me atë se çka duhet të bëhet me mjetet e tij apo të saja pas vdekjes. Trashëgimia mund të jetë në formë të të hollave apo pasuri apo mjete tjera për të cilat dhuruesi beson se do të jenë me vlerë të madhe për shoqatën nacionale. Donatori thjeshtë mund ta caktojë shumën për shoqatën nacionale për të cilën mendon se përgjigjet apo mund të deklarojë se ajo shumë duhet të futet në ndonjë fond ashtu që shoqata

nacionale do të pranojë kamatë për çdo vit nga ajo shumë. Sa më shumë organizata joprofitabile kërkojnë nga donatorët ta japin ndihmën e tyre në dy pjesë dhe në atë mënyrë të ndihmojnë në programin vijues dhe të sigurojnë siguri për programet e ardhshme.

- **Fonde për donacion apo investuese**

Fondi për donacion (apo fond tjetër për investim) mund të jetë themeluar ose nga donatori (ose grupe të donatorëve) ose nga shoqata nacionale. Qëllimi i fondit të këtillë është krijimi i kapitalit i cili akumulon kamatë. Kamata mund të jetë e përdorur për përkrahjen e programit apo për shpenzime elementare.

Fondet private apo truste të cilat do ti themelojë donatori mund ta mbajnë emrin e tij apo emrin e tjetërkujt. Në këtë mënyrë, dhurata e këtillë mund të jetë kujtim për ndonjë të afërt të donatorit. Individi mund të caktojë më shumë se një organizatë joprofitabile që do të përdorë fondin apo mund të përshkruajë saktë se për çfarë lloj të veprimit do të përdoren të hyrat. Më së miri është, kur ka mundësi, të punohet me donatorë individual që të caktohet qëllimi i ardhshëm të fondeve dhe të mundësohet tekst i testamentit që të mos jetë shumë restriktiv apo i vjetërsuar.

Shoqatat nacionale mund të themelojnë donacione personale dhe ti ftojnë përkrahësit që të japin donacione në të holla si kapital për fondin. Shoqata nacionale premton se nuk do ta përdorë kapitalin por vetëm kamatën vjetore.

- **Sigurim**

Varësisht nga ligjet e shtetit, individët kanë mundësi që ta sigurojnë jetën e tyre me pagesë të rregullt në shumë të caktuar në fondin e sigurimit. Kompania për sigurim investon të holla në emër të siguruesit dhe paguan shumë të rritur për secilën rritje të ardhshme të kapitalit apo në rast të vdekjes së personit të siguruar.

Donatorët mund ta premtojnë tërë shumën apo pjesë nga shuma e cila paguhet nga sigurimi jetësor. Ky premtim mund të jetë e shkruar në polisë në mënyrë të shkruar.

Gjithashtu është e mundshme që grup njerëzish të kenë sigurim jetësor në favor të vetëm një grupe të tyre (zakonisht më i riu). Në këtë mënyrë, grup njerëzish, si ata që punojnë së bashku apo të cilët së bashku e kalojnë pushimin e tyre, mund të jenë të bindur që secilën javë të dhurojnë shumë të caktuar në dobi të shoqatës nacionale. Plani i këtillë i sigurimit do të thotë se shumat e vogla të rregullta të paguara gjatë vitit 20 apo 30 mund të bëhen kapital i madh kur në fund të vitit do të jenë të paguara. Kjo do të thotë dhuratë e madhe për fondin dhurues.

PROMOVIMI I DHURIMIT TË PLANIFIKUAR TË DHURATAVE

Vendimi definitiv për atë se si shoqata nacionale do ta promovojë dhurimin e planifikuar varet nga të drejtat dhe traditat në vend. Disa prej mundësive janë:

- Përcaktimi i ekipit të vullnetarëve të cilët do të përgatiten të bëhen specialistë në këtë lëmi. Kërkoni nga ata të bisedojnë me njerëzit dhe organizatat për shoqatën nacionale dhe posaçërisht për dobinë nga dhurimi i planifikuar e cila del për shoqatën nacionale dhe për donatorin. (Shiko kreun 13: Vullnetarë, për idetë për rekrutim).
- Kyçni persona profesional prej të cilëve me siguri publiku do të kërkojë këshilla për donacione dhe fonde investuese. Kjo kyç juristë, kontabilistë, menaxherë bankar, këshilltar financiar dhe liderë fetarë.
- Përgatitni fletushka dhe posterë për shkak të informimit të njerëzve rreth mundësive të cilat ekzistojnë dhe se si mund të marrin më shumë informacione. Fletushkat mund të vendosen në vende siç janë zyrat e avokatëve ku do të mund ti shohin njerëzit të cilët mendojnë të japin apo të investojnë të holla.
- Sponsorizoni seminare dhe siguroni persona profesional të cilët do tu shpjegojnë donatorëve perspektiv dobinë e dhurimit të planifikuar.
- Identifikoni donatorët e mundshëm, siç janë njerëzit e vjetër, ata të cilët me dhurata të mëparshme të mëdha kanë treguar se janë relativisht të mirë ekzistues apo ata të cilët janë përgjigjur në apelet e drejtpërdrejta postare në dhurimet e planifikuara. Paraprini me letër individuale, nëpërmjet telefonit apo personalisht.
- Realizoni disa biseda telefonike. Falënderohuni donatorëve për përkrahjen e mëparshme dhe pyetni se a kanë dëshirë të bisedojnë për dhurimin e planifikuar. Kjo zakonisht është përcjellë me vizitë personale ku bisedohet për detajet e mëtejshme. (shiko pjesën për kontakte telefonike në Kreun 6 për më shumë informacione rreth sigurimit të fondeve nëpërmjet telefonit).
- Siguroni informacion për dobinë të cilën mund ta ketë dhuruesi nga kjo formë e dhurimit, siç janë p.sh. lehtësimet tatimore. Lehtësimet luajnë nga shteti në shtet, por ato mund t'ju ndihmojnë njerëzve që të kyçen.
- Kur dhuruesi do të len trashëgimi apo do të nënshkruajë polisë të sigurimit, kujdesuni që ai të jetë i kyçur në punën e shoqatës nacionale. Atë mund ta bëni nëpërmjet vizitës së njërit prej ekipeve të vullnetarëve, nëpërmjet telefonit apo letrës. Kujdesuni që donatori të angazhohet në shoqatën nacionale. Disa prej tyre mund të bëhen dhurues të rregullt nëse akoma nuk janë.
- Për shkak emrit dhe reputacionit të shoqatës nacionale, tejkaloni donatorët ti shfaqni në shtypje, që të angazhohen të japin dhurim të planifikuar.
- Kujdesuni që identiteti i dhuruesve të dhurimeve të planifikuara të jetë i besueshëm përpos nëse ata nuk japin leje për shpallje.
- Për shkak të implikimeve juridike me shumë lloje të dhurimit të planifikuar, rekomandohet që shoqata nacionale për procedurat të kërkojë këshillë juridike, që të sigurojë veprimtari në pajtueshmëri me ligjin.

*Për informacione në lidhje me këtë shiko **Kreu 12: Fushata kapitale***

SHTOJCA I

DHURATA NË MALLRA

Edhe pse dhuratat në mallra nuk mund ti kompensojnë me dhuratat në të holla, ato munden të jenë shtesë e rëndësishme i mjeteve të shoqatës nacionale.

Ekzistojnë tre lloje të dhuratave në mallra:

- Dhurata për përdorimin e terrenit, zakonisht (edhe pse jo gjithmonë) në kohë të fatkeqësisë apo situatës së jashtëzakonshme, p.sh.:

  - Qebe;
  - Veshmbathje;
  - Ushqim që nuk prishet;
  - Mjete.

- Dhurata për ndihmën e shoqatës nacionale për sigurimin e të hollave, nëpërmjet shitjes apo përdorimit të drejtës për sigurimin e shërbimeve, për shembull:

- Pajisje për amvisëri;
- Dhurata për përdorimin e të drejtave të autorit;
- Buleta për ngjarje nacionale;
- Pika për udhëtime të shpeshta me avio kompani;
- Përdorimi i pasurisë për ngjarje të shoqatës nacionale;
- Gjëra për aktivitete programore.

Këtu bëjnë pjesë gjëra për aukcion, bimë për shitje, libra për shitje, piktura për ekspoziturë apo veshmbathje për sfiladë mode.

- Dhurata për përkrahjen e aktiviteteve të shoqatës nacionale, për shembull:

  - Pajisje për zyra;
  - Mobilje për zyra;
  - Dekorim për zyra;
  - Automjete.

Ekzistojnë disa punë të cilat duhet të shqyrtohen para pranimit të dhuratave në mallra:

- Si të bartet dhurata nga vendi ku ndodhet në vendin ku duhet? Nëse është përgjegjësi e shoqatës nacionale se sa do të kushtojë?
- Çka do të bëhet me dhuratën? Sa është përkatëse, nëse dhurata duhet të përdoret në teren? Nëse duhet të shitet, a ekziston treg i përgatitur dhe mundësi për të shitur?
- Nëse dhurata është për shitje, kujdesuni që dhuruesi të jetë i vërejtur që të tejkalohen mosmarrëveshje.

- Si do të ruhet dhurata para se të përdoret apo të shitet dhe a kyç ndonjë shpenzim?

Nëse dhurata është e papërshtatshme, e padobishme apo e dëmtuar, apo nëse shpenzimet për klasifikim apo transport janë më të mëdha se vlera e tyre patjetër duhet të refuzohet oferta, me sqarimin e arsyeve.

Kujdesuni që ta keni organizatën e duhur jo vetëm për grumbullim, por edhe për klasifikimin e dhuratave të panevojshme të cilat nuk mund të përdoren dhe për mbrojtje e ruajtje të dhuratave. Të citojmë nga të punësuarit "Së pari ju ndodh fatkeqësi e pastaj edhe fatkeqësi lidhur me mallin i cili është dedikuar për ndihmë".

- **Kërkim i dhuratave në mallra nga korporata dhe qeveria**

Korporatat dhe qeveria japin shumë dhurata në mallra (për informacione për **qasjen në korporata dhe qeverinë** për dhurata në mallra, donacione dhe forma tjera të përkrahjes **shiko Kreun 8 apo 11).**

- **Kërkim i dhuratave në mallra nga individë**

Apele për dhurata në mallra mund t'iu dërgohen individëve nëpërmjet:

- Fushata me posterë;
- Fushata me fletushka (të shpërndara në shtëpi, të vendosura në vende publike apo në vetura);
- Kërkesa personale;
- Apel në radio;
- Reklama në shtypin lokal;
- Kërkesa prej grupeve shoqërore, shkolla, shoqata të grave.

Si me të gjitha llojet tjera të donacioneve, shoqata nacionale patjetër duhet të kujdeset që të gjitha dhuratat në mallra të pranohen në mënyrë adekuate. Dhuruesi duhet të jetë i bindur se dhurata e tij respektohet dhe se do të përdoret në mënyrë efikase.

(më shumë informacione për dhuratat në mallra kërkoni në **Kreun 7: Ngjarje dhe Kreun 9: Krijimi i të hyrave posaçërisht Shtojca 18 për mundësitë e shitjes).**

SHTOJCA J1

SHEMBUJ TË RASTEVE

Kryqi i Kuq i Zelandës së Re, Kanterberi, vend në bregun perëndimor

"Grumbullimi i të hollave nga blerësit e ushqimit në treg"

"Rrumbullaksoni llogarinë" është iniciativë për sigurimin e mjeteve të cilën e solli KK i Zelandës së Re, Kenterberi, vend në bregun perëndimor. Në gusht të vitit 1992, vendi i Kenterberit ishte goditur dy herë nga vërshimet e mëdha të borës që për bashkësinë e madhe rurale paraqet katastrofë, sepse ka ndodhur në sezonin kur delet shtohen dhe në momentin kur kullosat pranverore ishin të mjeruara. Qyteti ishte paralizuar 48 orë, por në masë të madhe moti i keq ishte trajtuar si pushim i pa planifikuar dhe shumë pak njerëz pësuan pasoja si rezultat i kësaj.

Kryqi i Kuq luante rolin e sigurimit të mbi 1000 pako me ushqim për familjet bujqësore në vendet të cilat ishin më shumë të goditura nga moti i keq. Kjo ishte përkrahje e madhe morale për këta njerëz dhe shum ishte e rëndësishme për ata se dikush kujdeset për ata kur kanë më shumë nevojë. Për shkak të seriozitetit dhe të reshurave të pa planifikuara të mëdha të borës, Kryqi i Kuq nuk kishte paraparë mjete në buxhetin e vet për sigurimin e ndihmës, por me qëllim që të përgatitet më mirë për herën tjetër, KK i Kenterberit në bashkëpunim me firmën për prodhimin e ushqimeve "Pak N Save" zbatoi fushatë të ashtuquajtur "Rrumbullaksoni llogarinë".

Fushata ishte e thjeshtë. Nga klientët të cilët blinin në "Pak N Save" ishte kërkuar që ta rrumbullaksojnë llogarinë në dollarin e ardhshëm, duke dhuruar paratë e imëta të Fondit për ndihmë të Kryqit të Kuq.

Të hollat janë grumbulluar nga java në javë dhe i ka ruajtur firma "Pak N Save" deri në momentin kur shoqata nacionale kishte nevojë për ndihmë urgjente humanitare. Të hollat e grumbulluara janë përdorur për furnizimin e ushqimit nga shitorja "Pak N Save". Shuma e të hollave të cilat janë grumbulluar çdo javë ka qenë ndryshe por mesatarisht ajo shumë ka qenë rreth 50$ në javë. Disa cent janë pak për secilin blerës individual dhe ai është donacion i pa dhimbje, por nga ana tjetër këto të holla të cilat akumulohen cent pas centi do të rriten në shumë të madhe në Fondin për ndihmë urgjente të KK.

SHTOJCA J2

SHEMBULL I RASTIT

Kryqi i Kuq i Paraguajit
Dita e flamurit – tubim vjetor publik

Aksioni vjetor për grumbullimin e mjeteve, i ashtuquajtur Dita e Flamurit, është një ndër mënyrat në të cilën KK i Paraguajit mobilizon mjete për programet e veta.

Qëllimi gjeneral:

Të sigurohen mjete financiare për implementimin e programeve të shoqatës nacionale.

Qëllimi special:

Të mobilizohen mjete financiare nëpërmjet kontributeve vullnetare publike.

HAPA NË ORGANIZIMIN E DITËS SË FLAMURIT:

1. *Komiteti organizues:*

Komiteti është i përbërë prej koordinatorit të ngjarjes, drejtori për raporte me publikun, bashkëshortja e kryetarit të Kryqit të Kuq të Paraguajit dhe zonja – vullnetare. Kryetari i KK të Paraguajit udhëheq me aksionin. Bashkëshortja e kryetarit kryeson me fushatën Dita e Flamurit në kryeqytetin Asuncion në standin kryesor.

2. *Vërtetimi i numrit të standeve për grumbullimin e mjeteve dhe selektimi i lokacioneve përkatëse*

Në vitin 1991, 68 vende për grumbullimin e mjeteve ishin vendosur në Asuncion dhe rrethinë, t.e. 1 vend për grumbullimin e mjeteve në 14,706 banorë.

3. *Ndërmarrja e hapave në bazë të sigurimit të lokacionit për vendosjen e standeve për grumbullimin e mjeteve dhe vendosjen e personalit përgjegjës në lokacione:*

Pasi të gjejë lokacione shoqata nacionale se ku do të vendosen standet, dërgohen kartela tek trupat e ndryshëm shtetëror, klube, banka, diploma etj., me të cilat kërkohet që bashkëshortet e këtyre personave të rëndësishëm nga sektori publik dhe privat dhe të tjerë që të kryesojnë me njërin prej standeve.

Pastaj dërgohen letra tek drejtorët e shkollave të mesme që të sigurohet grup i nxënësve nga secila shkollë të cilët do të jenë aktiv në secilin stand, gjegjësisht, në secilën shkollë të mesme i ndahen 3 deri në 4 stande dhe të

rinjtë vijnë dhe i mbledhin kutitë me shembuj nga standet dhe mbulojnë fusha në afërsi të standit. Disa ditë para Ditës së Flamurit, përderisa shkolla e mesme dakordohet që të sigurojë nxënës, shoqata nacionale drejtorit të shkollës i dërgon letër me sqarim dhe informacione për prindërit e nxënësve. Fëmijët më së paku duhet të jenë mbi moshën 13 vjeçare.

4. *Sesioni informativ për punëtoret në stande:*

Pasi do ti marrë shoqata nacionale të gjitha përgjigjet pozitive, të gjithë punëtorët (stande përgjegjëse) grumbullohen dhe iu jepet sesion detal informativ në bazë të asaj se si zhvillohet aksioni grumbullues. Distribuohen informacione të shkruara.

Gjithashtu distribuohet listë informative ku është theksuar lokacioni i standeve për të cilat janë përgjegjës personat, të cilat nxënësit do të punojnë rreth standeve dhe për sa kuti për grumbullimin e mjeteve do të jenë përgjegjës. Jepen flamuj të KK për zbukurimin e standeve si dhe kartela të shtypura ku i plotësojnë emrat e tyre dhe lokacionet e standit. Këto kartela u jepen miqve dhe kompanive që të vijnë dhe të japin donacione në stand.

5. *Zbatimi i studimit buxhetor*

Shumë është me rëndësi që të përcaktohet qëllimi kryesor i aksionit. Qëllimi duhet t'i marrë parasysh nevojat e bashkësisë dhe / ose përforcimin e shërbimeve të vazhdueshme në bashkësi. Në vitin 1991 pothuajse 101,000 dollarë amerikan u grumbulluan në Asuncion prej të cilave 5 deri 6 % të mjeteve ishin dedikuar për mbulimin e shpenzimeve organizative. Normalisht, këto shpenzime gjithmonë janë të mëdha kur zbatohet aksion i tillë për herë të parë. Për shkak se KK është organizatë mirë e njohur dhe ka traditë të gjatë, çmimi i shpenzimeve për mbulimin media pothuajse është zero.

6. *Zbatimi i fushatës së mëparshme për ngritjen e vetëdijes së publikut:*

Pasi të vërtetohen qëllimet filozofike dhe financiare të aksionit, me rëndësi është që publiku të informohet me qëllim që të krijohet interes tek publiku dhe përkrahësit potencial (firma, shkolla, institucione publike dhe përfaqësi të huaja). Duhet të shpallen stati në gazetat lidhur me fushatën si dhe intervista me drejtorët dhe vullnetarët.

7. *Vërtetimi i datave përkatëse*

Është e qartë se dita përkatëse për fushatën është kur aksioni grumbullues mund të sjellë më shumë mjete. Për shembull, fushata është e paparë që të zbatohet gjatë pushimeve shkollore apo në data kur ka festa dhe fundjava të gjata. Gjithashtu, fushata nuk duhet të zbatohet në data kur organizohen fushata nga ana e organizatave tjera. Vëmendja e publikut duhet të drejtohet në aksionin grumbullues. Në Asuncion, aksioni grumbullues është mbajtur në javën e parë të muajit maj. Për shkak se dita punuese në Paraguaj është ndarë në pjesë, aksioni mbahet prej orës 07:30 deri 12:30.

8. *Porositja e materialeve të cilat duhet të përdoren gjatë kohës së aksionit:*

Pasi të japin leje inkasatori dhe Komisioni financiar dhe pasi të merren përgjigje në ftesat dërguara, duhet të porositen materiale të cilat nevojiten për secilin stand, periudhë e rëndësishme para aksionit që të mund të arrihen në kohë dhe të distribuohen në lokacionet e nevojshme.

9. *Lajmërimi i fushatës në publik*

Fushata promovohet në publik prej 15 deri në 18 ditë para aksionit grumbullues dhe atë nëpërmjet televizionit, radios dhe nëpërmjet shpalljeve tek mjetet e informimit. Në vitin 1991, fushata e KK të Paraguajit ishte shpallur nëpërmjet kolumnave prej 3131 cm në mediat e shkruara dhe nëpërmjet 7104 sekondave në dy kanale televizive. Porosi të incizuara gjithashtu ishin dërguar në radio stacionet. Përdorimi i mjeteve për informim publik rezultoi me publicitet të madh për shoqatën nacionale. Ishin vendosur postere në të gjitha udhëkryqet në tërë qytetin me porosi të KK paraqitja e datës për aksionin grumbullues që u mbajt nën sloganin “Shërbimi në aksion”. Këto postere ishin donacion nga prodhuesi i lëngjeve joalkoolike kurse logoja e kësaj firme ishte në fundin e posterit.

Janë ndarë fletushka për KK të Paraguajit, me porosi të shkruar në pjesën e epërme të fletushkës “Këtë e mundësoi ndihma Juaj”. Informacione të plota ishin dërguar në mediume në bazë të aktiviteteve të planifikuara dhe lokacionin e standeve për donacionin e mjeteve. Në mënyrë gjenerale, standet të cilat kanë aktorë, këngëtarë, piktorë etj., është dedikuar për ndërtimin e imazhit dhe kjo nuk kontribuon që të akumulohet shumë kohë.

10. *Informimi i mediumeve për rezultatet e arritura:*

Pasi të numërohet shuma e përgjithshme e mjeteve të grumbulluara, duhet të informohen mediumet. Në mënyrë gjenerale, rreth orës 9 në mbrëmje, shuma e mjeteve të grumbulluara është e ditur. Pasi që aksioni grumbullues është mbaruar, personat përgjegjës të standeve i dorëzojnë të hollat në Bankën ku nëpunësit i numërojnë të hollat.

11. *Grumbullimi i materialeve dhe kryerja e regjistrimit:*

Materialet grumbullohen dhe regjistrohen. Kjo është mirë që të bëhet që të jeni të gatshëm për fushatën që vijon.

12. *Dërgimi i letrave falënderuese:*

Dërgohen letra falënderuese dhe raporti me rezultatet finale të standeve tek gratë të cilat kanë qenë përgjegjëse për standet. Nga viti 1992, shoqata nacionale filloi me kërkimin e mendimeve dhe propozimet nga këta pjesëmarrës në fushatë. Gjithashtu dorëzohen falënderime dhe raporte nga mjetet për informim publik dhe shkollat e mesme.

13. *Mbajtja e mbledhjes për zbatimin e vlerësimit dhe evaluimit*

Kjo është sigurisht aspekti më i rëndësishëm për aktivitetet të cilat vijojnë, gjegjësisht, të dihet se çka funksionon mirë e çka jo, të nxirren përmbylljet, të përmirësohen gabimet, të përforcohen anët e dobëta dhe të krijohet bazë e mirë për aksione të ardhshme nëpërmjet përdorimit të përvojave reale.

Pse kjo ngjarje ishte e suksesshme? Kryqi i Kuq i Paraguajit i theksoi këto arsye:

- Kredibiliteti i shoqatës nacionale;
- Planifikimi i mirë dhe organizimi de fushata të mira publike;
- Ngjarja u bë traditë e njohur në vend në atë datë.

Kreu 7

N GJ A R J E

1. QËLLIME TË NGJARJEVE
2. ZGJEDHJA E NGJARJES SË VËRTETË
3. PLANIFIKIMI DHE ORGANIZIMI I NGJARJES
4. RËNDËSIA E VULLNETARËVE
5. PLANIFIKIMI I PROFITIT
6. PUBLICITET
7. SIGURIMI I SUKSESIT

SHTOJCA K: SI TË FITOHEN TË HOLLA NË TË VËRTETË NGA NGJARJET SPECIALE

SHTOJCA L: LISTA E NGJARJEVE SPECIALE PËR ORGANIZATORËT

SHTOJCA M: IDE PËR NGJARJE

SHTOJCA N: SHEMBUJ PËR RASTE

QËLLIME

- PËRDORNI NGJARJET PËR ARRITJEN E QËLLIMEVE AFATGJATE TË SHOQATËS NACIONALE.
- KRIJONI DHE ZGJIDHNI NGJARJE MË TË MIRË PËR ARRITJEN E QËLLIMEVE TË PLSANIFIKUARA.
- PLANIFIKONI DHE ORGANIZONI SHUMICËN E KOMPNENTEVE NË NJË NGJARJE TË SUKSESSHME.
- TEJKALONI DISA PREJ SITUATAVE PËR SHKAK TË CILAVE NGJARJA MUND TË MOS KETË SUKSES.
- PËRDORNI METODA TË NDRYSHME PËR HASJEN E PUBLICITETIT, SHITJES SË BULETAVE DHE GRUMBULLIMIN E TË HOLLAVE PËR NGJARJEN

1. QËLLIMET E NGJARJES

Ngjarjet speciale janë publike apo aktivitete private të cilat janë nga ndihma e madhe për shoqatën nacionale. Me ato duhet të arrihen tre qëllime të shoqatës nacionale:

- Grumbullimi i të hollave;
- Ngritja e vetëdijes;
- Ndërtimi i kapaciteteve.

Nëpërmjet ngjarjeve grumbullimi i të hollave mund të bëhet më së paku në tre grupe:

1. sigurimi i fondeve plotësuese nga donatorët ekzistues.
2. sigurimi i dhuratave të reja nga donatorë të rinj dhe
3. mbledhja e emrave dhe adresave të cilat do të shtohen në bazën donatore të të dhënave.

Ngjarjet duhet ta ngrisin vetëdijen më së paku në tre mënyra:

1. Tërheqja e vëmendjes kah shoqata nacionale,
2. Edukimi i njerëzve për punën e shoqatës nacionale, dhe
3. Përkrahja e aktiviteteve të shoqatës nacionale siç është rekrutimi i dhuruesve të gjakut dhe kurseve për ndihmë të parë.

Ngjarjet duhet ta mbindërtojnë kapacitetin më së paku në tre mënyra:

1. Rekrutimi i vullnetarëve të rinj dhe ngritja e moralit mes vullnetarëve ekzistues,
2. Identifikimi i liderëve nacional dhe lokal të cilët do të ndihmojnë në të ardhmen,
3. Përsosja e aftësive të personelit të kyçur, dhe posaçërisht,
4. Zgjerimi i rrjetit nacional të organizatës së KK dhe GJHK.

Ngjarja e cila me të vërtetë është e suksesshme, arrin rezultate të rëndësishme në të gjitha tre lëmitë – të holla, vetëdije dhe kapacitet. Fondet e rritura janë përkrahje të rëndësishme për aktivitetet programore dhe projekte tjera specifike. Vetëdija e rritur do të jetë një ndihmë e madhe për aktivitetet e ardhshme të shoqatës nacionale. Kapaciteti i rritur shoqatës nacionale do t'i mundësojë të përgjigjet në mënyrë më efikase dhe më efektive në sfidat në grumbullimin e të hollave dhe zhvillimin e programit në të ardhmen.

- **Momente kyçe në organizimin e ngjarjes**
- Ngjarjet speciale duhet **të jenë mirë të organizuara** nëse dëshirojmë që të jenë të suksesshme gjatë arritjes së qëllimeve. Për ato duhet me kujdes të sigurohet buxhet, përkundrazi ato do të sjellin në humbje të të hollave, por mund të nxisin edhe situata të caktuara të pavolitshme! Ngjarjet e mëdha kërkojnë punë më intensive dhe shpenzime më të mëdha për organizimin e tyre.

Ngjarjet mund të mos kenë sukses për shkak të planeve dhe organizatorëve të tyre nuk kanë pasur sukses që ti planifikojnë dhe organizojnë mjaft mirë. Kjo kaptinë i përshkruan punët e rëndësishme të cilat duhet të bëhen që të kemi ngjarje të suksesshme. Në **Shtojcën L** gjendet **lista për kontrollim** për përdorimin tuaj.

Me rëndësi të madhe është që të vërtetohet qysh në fillim që duhet të arrihet me ngjarjen dhe i cili do të jetë kriter për sukses. Me rëndësi është që të planifikohet përshtatja e secilës ngjarje në strategjinë e përgjithshme të shoqatës nacionale për zhvillimin e resurseve. Për KK të Tanzanisë, për shembull, qëllimi kryesor i një prej ngjarjeve specifike ishte që të grumbullohen të holla për automjetin e ambulancës. Me rëndësi është që tek publiku të krijohet fotografi për këtë qëllim.

Në disa raste, përparësi e madhe është që të zbatohen raporte mes veti mes shoqatave të ndryshme nacionale. Kjo mund të çojë kah ngjarjet ndërkombëtare të organizuara me qëllim që të përmirësohen rezultatet nëpërmjet përfshirjes së një numri të madh të banorëve.

2. ZGJEDHJA E NGJARJES SË VËRTETË

Rekomandohet që të mbahet mbledhje për planifikim strategjik që të identifikohen ngjarjet të cilat do të mund të jenë më të suksesshme në ndihmën e shoqatës nacionale. Pastaj, që të përcaktohen për një ngjarje, organizatorët duhet të përgjigjen në një numër të madh të pyetjeve:

- **Çka dëshirojmë të arrijmë?**

Parashtroni qëllime të qarta dhe precize:

- Sa të holla (neto)?
- Sa donatorë të rinj?
- Sa publicitet?
- Sa vullnetarë të rinj?
- Sa shërbime apo çështje të promovohen?
- Si të zgjerohen aftësitë e përgjithshme në të ardhmen?
- Si të zhvillohen kapacitetet për zhvillimin e programeve?
- Cili qëllim është më i rëndësishëm?

Me rëndësi është që në këtë pikëpamje të jeni transparent. Sa të holla keni dëshirë që të grumbulloni? E pabazë është që të planifikohet një tubim i mëngjesit në një filxhan kafe ku mund të tubohen vetëm 50 dollarë nëse ekziston nevojë që të grumbullohen 500 dollarë. Çfarëdo që të jetë qëllimi i ngjarjes për grumbullimin e të hollave, secila ngjarje është mundësi e mirë që të sigurohen emra dhe adresa të donatorëve potencial afatgjatë të shoqatës nacionale. Pjesa në **Shtojca K** në fund të këtij kreu sqarton se **në cilën mënyrë nëpërmjet ngjarjeve mund të mbahet kujdes për dhuruesit e rinj.**

Sa janë të rëndësishme raportet e mira me publikun, zbatimi i fushatës dhe edukimi i ngjarjeve të këtilla? Këto janë disa punë të mira të cilat është mirë të realizohen, por a janë ato qëllimi primar i secilës ngjarje? Është e mundshme,

përderisa shoqata nacionale ka pasur ndonjë publicitet të keq në të kaluarën e afërme apo nëse për momentin fillon program i ri të cilën dëshiron t'ia shpallë publikut. Nga ana tjetër, këto qëllime mund të jenë me rëndësi të shkallës së dytë nëse qëllimi primar është grumbullimi i mjeteve.

Çfarë vullnetarë i nevojiten shoqatës nacionale në të ardhmen? Nëse munden njerëzit të cilët i udhëheqin ngjarjet për grumbullimin e të hollave të ndihmojnë në rast të situatës së jashtëzakonshme në fshatin apo qytetin e tyre? Çfarë lloj i rrjetit dhe kontakteve do t'i ndihmojnë shoqatës nacionale në grumbullimin e mjeteve dhe shërbimit afatgjatë programor? Në cilën mënyrë ato mund të zhvillohen nëpërmjet ngjarjeve? Cilët liderë nacional keni dëshirë që të kyçen në shoqatën nacionale dhe si mund ti kyçni në një ngjarje të posaçme?

- **Kush është në dispozicion që të ndihmojë?**

Para se të angazhoheni, duhet të dini se cili do të jetë kryetar i ngjarjes dhe kush do të jetë bartës i kompetencave kyçe? Organizimi i një ngjarjeje kërkon shumë punë. Keni kujdes që të mos e teproni. Shumë vullnetarë kanë obligime tjera ashtu që shumica prej tyre, pa dashur nuk do të ndihmojnë radhën tjetër.

Përdorni aftësitë dhe interesin e të gjithë anëtarëve të grupit organizativ. Ngjarja do të jetë e suksesshme përderisa organizatorët kënaqen në atë të cilën e punojnë dhe përderisa dikush prej tyre ka përvojë paraprake në organizimin e tipit të tillë të ngjarjeve.

Kur diçka punoni keq, duket sikur demotivim, ashtu që me rëndësi është të zgjidhni ngjarje e cila do të jetë përkatëse për shumicën e vullnetarëve, aftësitë dhe intereset e tyre.

- **Çka paraqet tregu për ngjarjen?**

Njëra prej qëllimeve të ngjarjes mund të jetë kyçja e një publike të zgjedhur në punën e shoqatës nacionale (për shembull, grup i të rinjëve, gra, përfaqësues të qeverive të huaja, organizata joqeveritare, liderë të shoqatave, profesionistë medicinal, udhëheqës të firmave, njerëz shoqëror të theksuar apo specialistë për ndihmë në fatkeqësi dhe zhvillim shoqëror). Për çdo rast, duhet të zgjedhet ngjarje e cila do ta interesojë grupin.

Organizatorët patjetër duhet të shqyrtojnë se kush është publiku qëllimor dhe çka do ti pëlqejë, dhe pastaj të vlerësojnë se a është mjaft i madh publiku potencial për të qenë ngjarja e suksesshme. Nuk duhet të organizohet një ngjarje energjike sportive në rajon ku shumica e popullatës janë më të vjetër, grillë me mish derri në rajonin ku pjesa më e madhe e njerëzve nuk e konsumojnë mishin e tillë apo ngjarje për të cilën çmimi i buletës është shumë i lartë apo shumë i ulët.

- **Cilat mjete janë në dispozicion?**

Për disa ngjarje nevojitet vend apo pajisje e caktuar. Organizatorët duhet të kontrollojnë se a janë ato në dispozicion dhe nëse nuk janë a mund të mundësohet përdorimi i tyre. Për shembull, nëse në afërsi ka teatër apo

qendër sportive, organizatorët duhet të pyeten se a mund të bëhet diçka që ato të përdoren. Vlerësoni se cilat materiale, ahengje, freskime apo mjete tjera duhet të sigurohen.

- **A është ngjarja adekuate për Lëvizjen e KK dhe GJHK?**

Këtë pyetje duhet çdoherë që ta parashtroni. Integriteti i shoqatës nacionale dhe Lëvizjes në përgjithësi duhet të jetë i mbrojtur.

- **A ka lidhshmëri ngjarja me programin e shoqatës nacionale?**

Çdoherë është e pëlqyeshme që ngjarja të ketë lidhshmëri me shërbimet të cilat i siguron shoqata nacionale. Kjo mund ta përforcojë raportin me publikun dhe orvatjet reklamuese dhe të sigurojë përkrahje për zbatimin e programit. Për shembull, një garë publike në notim mund të jetë i dobishëm për grumbullimin e mjeteve për sigurim në ujë dhe për rekrutim të vullnetarëve të cilët i kanë aftësitë e nevojshme për ato lëmi.

- **Sa do të kushtojë ngjarja?**

Organizatorët patjetër duhet të jenë të sigurt se shoqata nacionale apo organizata lokale mund t'i lejojnë shpenzimet fillestare të cilat mund të jenë të patjetërsueshme para se të realizohet ngjarja.

Disa ngjarje kushtojnë më pak e disa paraqesin rrezik të vogël. Për shembull, shëtitjet e sponsorizuara mund të jenë argëtuese dhe të popullarizuara, zakonisht me rrezik të vogël në shpenzimet për përgatitje. KK i Sierra Leone dhe KK i Ganës kanë organizuar shëtitje të sponsorizuara.

Raporti mund të luajë rol të rëndësishëm. A është vërtetuar politika apo pritje të caktuara se ngjarja duhet të rezultojë me përfitim të caktuar, për shembull 5 dollarë të realizuara për secilin dollar të shpenzuar apo 2 dollarë të realizuara për secilin dollar të shpenzuar? Ndoshta organizatorët do të jenë të mendimit se orvatjet e tyre nuk do të vlejnë pa mundësi që të realizohet përfitim i arsyeshëm. (për më shumë informacione shiko **Kreu 1: Planifikim dhe Buxhetim).**

- **Kush do ta bëjë ngjarjen të suksesshme në mënyrë financiare?**

Duhet të dini se cilët janë sponsorët potencial dhe sa mjete mund të japin. Sa është çmimi i buletës që do të tërheqë një numër të mirë të pjesëmarrësve? Sa pjesëmarrës nevojiten? Si mund t'i bindni njerëzit që të tërheqin të tjerë? Kush mund të kontribuojë me dhurata, pajisje dhe mjete tjera për ngjarjen?

3. PLANIFIKIMI DHE ORGANIZIMI I NGJARJES

Pasi ta zgjidhni ngjarjen specifike, pastaj duhet ta planifikoni dhe organizoni. Për të gjitha ngjarjet, patjetër duhet të jenë të realizuara apo të kryera detyrat themelore që vijojnë:

- **Përgatitni datë dhe lokacion**
  - Vërtetoni kohën dhe datën
  - Shikoni se a u përshtatet data njerëzve kryesor të cilët janë të kyçur.

- Shikoni se a është ngjarja në kohë të njejtë me ndonjë ngjarje tjetër në bashkësi, festë fetare apo ngjarje të shoqatës nacionale.
- Rezervoni vend. Disa vende duhet të rezervohen prej më parë.

- **Përgatitni buxhet**
  - Theksoni shpenzimet e vlerësuara, duke e kyçur shumën për gjendjet e papara.
  - Vendosni se sa njerëz do të jenë të tërhequr në ngjarje.
  - Vlerësoni periudhën e pritur. Më mirë është të jeni të befasuar në mënyrë pozitive se sa të dëshpëruar.
  - Vlerësoni profitin e pritur. A është i arsyeshëm? Bëni përshtatje të caktuara që t'i ulni shpenzimet apo për të mbledhur të hyra.
  - Përderisa përgatitjet përparojnë, përshtateni buxhetin dhe siguroni profit të arsyeshëm.

- **Organizoni procesin**
  - Caktoni persona përgjegjës për secilën lëmi kyçe.
  - Identifikoni të gjitha detyrat dhe ndajani personave të ndryshëm.
  - Bëjeni renditjen e zbatimit të detyrave dhe përcaktoni persona përgjegjës për zbatimin e tyre.
  - Njoftoni të tjerët me renditjen dhe organizimin e ngjarjes.
  - Rregullisht kontrolloni vijimin e punëve që të jeni të sigurtë se gjithçka shkon me rregull sa më të mirë.
  - Mund të hasni në probleme në organizimin e ngjarjes përderisa nuk e keni bërë renditjen e obligimeve apo detyrave.

- **Vërtetoni menaxhimin financiar**
  - Planifikoni udhëheqjen e punëve financiare në pajtueshmëri me politikën e shoqatës nacionale.
  - Kujdesuni, që me të hollat të menaxhohet në mënyrë të sigurt dhe të evidentohen të dhëna.
  - Kontrolloni sigurimin. Shumë shoqata nacionale kanë polisë të sigurimit e cila i mbulon shumicën e ngjarjeve.
  - Për më shumë informacione shiko **Kreu 2: Menaxhim financiar**

- **Vlerësoni dhe dorëzoni raport**
  - Pas ngjarjes mbani mbledhje për vlerësim që të bëni shqyrtim të qëllimeve primare dhe të bëni vlerësimin e arritjeve.
  - Mundësoni që të gjithë të tregojnë të mirën apo të keqen, dhe në cilën mënyrë mund të përmirësohen punët në të ardhmen.
  - Nënvizoni pikat kryesore që të mund ti merrni parasysh herën tjetër kur do të planifikoni ngjarje të ngjashme.

- **Vëzhgimi i situatës**
  - Falënderohuni të gjithëve të cilët kanë ndihmuar.
  - Kujdesuni që të gjithë të cilët kanë qenë të kyçur të jenë të njoftuar me të dalat përfundimtare.
  - Shtoni të gjitha emrat dhe adresat në bazën donatore të të dhënave.
  - Veproni sipas ofertave për ndihmë dhe sipas kërkesave së informacioneve.

Në **Shtojcën L: Lista organizative për kontrollim,** mund të gjeni listën e punëve të cilat duhet të zbatohen për ngjarje të ndryshme.

4. RËNDËSIA E VULLNETARËVE

Një numër i madh i ngjarjeve do të ishin të pamundshme pa udhëheqje, pa kreativitetin dhe punën e palodhshme të vullnetarëve. Kyçja dhe përkrahja e vullnetarëve është njëra prej hapave më të rëndësishme në zbatimin e ngjarjeve speciale.

- **Komisioni për ngjarje**

Shumë organizata joprofitabile kanë komisionin e ngjarjeve e cila i planifikon dhe i koordinon ngjarjet në vit, së bashku me nën komisione të cilat prapë i organizojnë ngjarjet e posaçme. Ashtu, për shkak të ndihmës në zbatimin e ndonjë detyre specifike mund të jenë të ftuar edhe ekspertë, edhe pse ata nuk e kanë patjetër të jenë të interesuar për kyçje në komisionin kryesor. Kjo gjithashtu do të thotë se të gjithë vullnetarët nuk e kanë patjetër të marrin pjesë në të gjitha ngjarjet por mund ti drejtojnë orvatjet e tyre kah ngjarjet të cilat më së shumti u interesojnë.

Vullnetarët janë mjet i pashmangshëm. Edhe përskaj asaj që të punësuarit nuk duhet të udhëheqin me ngjarjen, në rastet e shumta ata duhet të kujdesen, vullnetarët të jenë të rekrutuar në mënyrë efikase, të përdorur, të përkrahur dhe tu jepet mirënjohje.
Me rëndësi esenciale është që të mendohen dhe të bëhen orvatje për:

- Rekrutimin e vullnetarëve;
- Menaxhim me vullnetarë;
- Përkrahje të vullnetarëve;
- Dhënia e mirënjohjes dhe shpërblimi i vullnetarëve.

(shiko **Kreu 13: Vullnetarë)**

5. PLANIFIKIMI I PROFITIT

Nevojiten të holla për tu grumbulluar të holla. Kjo posaçërisht është e saktë kur bëhet fjalë për ngjarje. Krijimi i profitit në një ngjarje është qëllim i rëndësishëm, megjithatë, sa më të ulëta që janë shpenzimet për organizimin e një ngjarjeje, aq më shumë është mundësia se profiti do të jetë më i lartë. Shpeshherë ulja e shpenzimeve është e njëjtë po aq e rëndësishme sa rritja e

të hyrave. Ekzistojnë disa metoda të cilat mund të përdoren për uljen apo edhe për eliminimin e shpenzimeve.

- **Siguroni disa shërbime apo prodhime pa pagesë apo me çmim të ulët**

Biznesi lokal dhe individët, shpeshherë mund të jenë të bindur që ti japin shërbimet apo prodhimet e veta pa pagesë apo me çmim të ulët për shkak të qëllimit të vlefshëm. Punët si shtypi, lulja, zbukurime dhe audio pajisje shpesh ndodh që të sigurohen në këtë mënyrë. Një firmë mund të bindet që të dërgojë 500 ftesa.

Kur kërkoni donacione të këtij lloji shpeshherë është e dobishme që të siguroni se donatori do të marrë mirënjohje publike, në programin e shtypur, fletushkë apo poster të ngjarjes.

- **Shitni hapësirë për reklamë**

Kjo është adekuate nëse ngjarja ka program apo literaturë tjetër të shtypur e cila distribuohet më gjerë. Përdoreni hapësirën për reklamë të vogël për të cilën do të paguajë kompania. Kërkoni nga reklamuesit që të sigurojnë tekst apo vepër artistike për reklamën pasi t'ju tregoni se sa hapësirë mund të marrin dhe me çfarë çmimi. Për çdo rast, siguroni hapësirë në vetë ngjarjen, për posterë apo logo të firmave në kompensim për kontribut apo kompensim në të holla.

Reklamuesit potencial patjetër duhet të binden se reklamën e tyre do ta shikojnë numër i madh i njerëzve e posaçërisht ata të cilët janë të interesuar për prodhimin e tyre.

Keni kujdes! Kujdesuni që të gjithë ata që reklamojnë se merren me biznes adekuat dhe me prodhime lidhur me shoqatën nacionale. Për t'u siguruar se reklamuesit janë adekuat, do të ishte mirë që shoqata nacionale t'i prijë firmave të cilat i respekton se sa të kërkojë në mënyrë gjenerale reklamues (për më shumë informacione shiko **Kreu 6: Korporata).**

- **Sponsorim**

Në rast që ngjarja të jetë e madhe apo prestigjioze, njëra prej mënyrave më të mira për tu vazhduar është, që të kërkohet nga firmat ta sponsorizojnë tërë ngjarjen apo pjesë të saj. Shumë shoqata nacionale marrin sponsorizime të tëra apo të pjesërishme për ngjarje. Për shembull, balin të cilin e ka organizuar KK i Australisë është sponsorizuar nga kompania kompjuteristike.

Disa shpenzime mund të jenë të drejtuara si adekuate për sponsorizim nga individë apo firma. Për shembull, shpenzimi për transport mund të sponsorizohet nga garazhi lokal. Njerëzit dhe firmat gjithashtu janë të gatshëm që ti mbulojnë shpenzimet për punë të cilat nuk janë të lidhura me punën e tyre. Gjithsesi e dobishme është që të orvateni të jeni të financuar në këtë mënyrë për elementet e shtrenjta të ngjarjes.

Me rëndësi të madhe është që ti bindni sponsorët se do t'u jepet mirënjohje për kontributin e tyre. Posaçërisht firmat do ta vlerësojnë njohjen se kontributi i tyre është investim solid në pikëpamje të raportit me publikun.

- **Grumbullimi i mjeteve nga donatorët ekzistues**

Ngjarjet speciale sigurojnë mundësi për kontribute plotësuese nga donatorët momental, nëpërmjet kërkimit për sponsorizim apo pjesëmarrjes në ngjarje apo sigurimit të dhuratës për ngjarjen. Segmente përkatëse nga baza juaj donatore e të dhënave duhet të pranojnë ftesa për furnizim të buletave për ngjarjen. Shpesh herë individët të cilët vizitojnë një ngjarje, do të jenë të interesuar për vizitë të ngjarjeve tjera.

- **Marrja e dhuratave ekstra nga individë tjerë**

Gjatë kohëzgjatjes së ngjarjes, vendosni kuti në vende strategjike siç janë hyrjet dhe daljet. Nëse mundet, caktoni ndonjë person i cili do të kujdeset për kutitë dhe të kërkojë nga njerëzit që të dhurojnë të holla, për ndonjë gjendje të jashtëzakonshme apo për ndonjë projekt të posaçëm. Në ngjarje ku njerëzit rrinë një kohë më të gjatë, leni fletushka në secilën ulëse apo kaloni me kutitë që të mblidhni donacione.

- **Shitja e buletave**

Shitja e buletave është metoda themelore për grumbullimin e të hollave për ngjarjet. Caktimi i çmimit, jo shumë i ulët por edhe jo shumë i lartë, është një prej vendimeve më kryesore gjatë planifikimit të ngjarjes. Ndonjëherë është më mirë që të keni çmime të ulëta që do të tërheqë më shumë njerëz. **Çmimi i buletës do të varet nga qëllimet tuaja, planet dhe publiku qëllimor.**

- **Grumbullimi i emrave dhe adresave**

Në vende të vogla private, ju e dini se sa njerëz do të vinë. Në ngjarje më të mëdha duhet të siguroni fletushka me të dhëna për mënyrat e pjesëmarrjes, siç është donacioni i të hollave, anëtarësimi, pjesëmarrja e vullnetarëve apo kërkimi i informacioneve plotësuese. Përskaj tyre kyçni edhe talon me vend të zbrazët për emër dhe adresë dhe mundësi të ofruara. Siguroni vende ku njerëzit mund të marrin më shumë informacione dhe të garantojnë donacion apo lloj tjetër të përkrahjes. Lutni njerëzit që të tregojnë nëse nuk dëshirojnë të jenë të shtuar në listën e donatorëve vullnetarë në shoqatën nacionale.

6. P U B L I C I T E T

Për shkak të sigurimit të suksesit të ngjarjes, patjetër duhet të shpallet. Publiciteti ka tre faza:

- Para ngjarjes, kur iu shpallet njerëzve për mbajtjen e saj dhe ftohen që të marrin pjesë në të njëjtën ngjarje;
- Gjatë kohëzgjatjes së ngjarjes, kur njerëzit informohen për shoqatën nacionale dhe programin e saj;

- Pas mbarimit të ngjarjes, kur iu shpallet njerëzve se çka ka ndodhur, shprehet falënderim dhe jepen informacionet fillestare për ngjarjen e ardhshme të planifikuar.

Ekzistojnë tre hapa të cilat mund t'i ndërmerrni për përmirësimin e publicitetit të ngjarjes:

- **Drejtim**

Publicitet më efektiv arrihet nëse ai është drejtuar kah publiku qartë i caktuar. Organizatorëve duhet tu jenë të njohura grupet të cilave iu është dedikuar ngjarja dhe të jenë të sigurt se publiciteti është drejtuar kah ata. Në këtë mënyrë, më shumë gjasa ka që publiciteti të arrijë tek ata të cilët janë të interesuar për ngjarjen.

(për më shumë informacione shiko **Kreu 5: Imazhi, raporti me publikun dhe marketing)**

- **Pesë pyetje**

Secili publicitet duhet t'i përmbajë pesë pyetjet themelore:

- Kush jeni ju?
- Çka bëni?
- Ku e bëni atë?
- Kur e bëni atë?
- Pse e bëni atë?

Këto informacione duhet të jenë qartë të dukshme. Në shpalljet për informimin publik duhet të jenë në rreshtat e para.

- **Kyçja e personave të njohur**

Një prej mënyrave që të tërhiqet publiku është që të gjendet ndonjë person i njohur i/e cili/a do ta hapë ngjarjen apo do të flasë dhe të marrë pjesë në ngjarjen.

Kërkoni persona të njohur të cilët janë të lidhur me vendin e ngjarjes apo të cilët organizatorët i njohin personalisht. Shikoni programet e teatrove lokale, klubeve dhe vendeve sportive që të shihni se kë mund ta gjeni në ato vende. Ide e mirë do të ishte të bëni listën e njerëzve të cilët kanë treguar interes për punën e KK dhe GJHK.

Shpeshherë mund të ndodhë të mund të bindni ndonjë person të famshëm që të marrë pjesë në ngjarje pa pagesë apo në shumën e caktuar të buletës. Sepse do të duhej të vendosë se a vlen të paguhet dhe sa. Politika e shumë organizatave ndalon që personat e famshëm të paguajnë, përveç kompensimit në lartësinë e shpenzimeve të bëra.

Mënyra alternative që të shfrytëzohen personat e famshëm është që të binden të lejojnë që ftesat për ngjarjen të jenë në emrin e tyre. Kjo është mënyrë më adekuate për ngjarje prestigjioze siç janë netët gala apo sfiladat e modës.

Kujdesuni që të gjeni persona me imazh adekuat të shoqatës nacionale. Integriteti i KK dhe GJHK çdoherë duhet të jetë i mbrojtur. Tek ngjarjet e mëdha të cilat mund të sigurojnë vëmendje të madhe tek mediumet, për shoqatën nacionale është mirë të kyçen kryetari i shoqatës nacionale apo sekretari gjeneral para tentimit apo orvatjes që të angazhohet ndonjë person i njohur.

- **Lloje të publicitetit**

Lloji i publicitetit varet nga lloji dhe forma e ngjarjes, si dhe nga tregu për të cilin është dedikuar.

Letra apo ftesa të shtypura

Letrat apo ftesat e shtypura janë mënyra më e sigurt që të informohen pjesëmarrësit potencial të ngjarjes, dhe çka është më me rëndësi, të dinë se janë të ftuar të marrin pjesë. Në letrën apo ftesën duhet të ketë edhe formular për përgjigje. Për disa ngjarje është më mirë që ftesa të bëhet nëpërmjet telefonit.

Ftesa personale

Ftesa me gojë apo përkujtimi për ngjarjen është më shumë personale se sa ftesa e shkruar. Organizatorët e ngjarjes duhet të bisedojnë me sa më shumë njerëz dhe ti bindin për të marrë pjesë në ngjarje.

Posterë

Postaret janë të dobishme kur bëhet fjalë për ngjarje në të cilat dëshironi ta tërhiqni tërë publikun apo njerëzit nga vendet në të cilat i vendosni postaret. Me ato duhet të arrini tek publiku qëllimor.

Bëni postere të thjeshta por tërheqëse. Mos e bëni që posteri të përmbajë shumë informacione. Kujdesuni që posteri të mund të shihet dhe të lexohet edhe nga ana tjetër e hapësirës apo rrugës. Botimi apo shtypja e postareve në letër të ngjyrosur me ngjyrë të hapur është më tërheqës. Vendosni postaret në vende ku publiku qëllimor do ti shohë ato. Si për shembull:

- Tabela për shpallje;
- Objekte religjioze;
- Shitore dhe supermarkete;
- Shkolla dhe kolegje;
- Stacione të autobusit dhe hekurudhor;
- Klinika;
- Kafe bare dhe restorante;
- Vende ku punojnë njerëzit.

Fletushka

Fletushka me përmbajtje ngjashëm me postaret mund të jenë të shpërndara nëpër shtëpi apo të lihen në vende prej ku njerëzit mund ti marrin, siç janë vendet për pritje në klinika, tek dentisti, stacione të autobusit dhe hekurudhor, qendra tregtare, klube dhe objekte sportive. Leni fletushkat në vende ku do të jenë njerëzit të cilët keni dëshirë ti tërhiqni.

Shpallje

Ngjarja mund të shpallet në shërbime fetare, në mbledhje të klubeve apo grupe shoqërore, mbledhje të të punësuarve në shkolla, kolegje dhe vende tjera. Shpalljen mund ta bëjë edhe anëtar i komisionit organizativ. Kjo jep vulë personale dhe e ka përparësinë që të mund të përgjigjet në pyetje.

E dobishme do të ishte që të huazohet altoparlant që të shpallet ngjarja në vende publike.

Gazeta dhe revista

Ndonjëherë më e dobishme është që të shpallet reklama në gazetat dhe revistat lokale (duke i kyçur edhe revistat e bashkësisë). Reklama shpeshherë përmban kalendar të ngjarjeve, i cili zakonisht është pa pagesë. Gazetat mund të kenë çmim të posaçëm për organizatat joprofitabile.

Shpallje për mjetet e informimit publik

Mënyrë tjetër e përdorimit të gazetës apo revistës është që të binden ta botojnë tregimin kryesor apo të shpallin fotografi adekuate të ngjarjes. Për këtë, shpallja për mjetet e informimit do të duhet të dërgohet tek redaktori. Nëse mundet realizoni kontakt personal me redaktorin.

Keni parasysh se redaktorët marrin shumë shpallje për mjetet e informimit dhe prandaj duhet:

- Të jenë të shkurta mundësisht nga njëra anë e jo më shumë se dy anë.
- Pasusin e parë bëjeni sa më interesant. Nëse është monoton, shpallja nuk do të lexohet.
- Jepni rëndësi me fjalë të shkurta që porosia të jetë e qartë dhe koncize.
- Shtypni informacionet themelore (shikoi pesë pyetjet më lartë).
- Bëni kontroll të sërishëm që të jeni të sigurt se është e saktë dhe pa gabime.
- Në fillim shënojeni datën e shpalljes.
- Dorëzojeni në kohë tek redaktori që ta ruani afatin përfundimtar, me qëllim që lajmi të mund të transmetohet në kohë tek publiku. Nëse është vonë, shpallja nuk do të mund të përdoret.
- Njoftohuni me stilin e revistës apo gazetës.
- Vendosni edhe fotografi bardh e zi nëse mundet, nga ngjarja e vitit të kaluar apo nga ngjarja e cila përgatitet për këtë vit. Sqaroni se çka dhe kush është paraqitur në fotografi. Vendosni edhe titujt në letër të posaçme ngjitur në fotografinë.
- Shtoni emra, adresa dhe numër telefoni të personit kompetent, që të mundet gazetari ti kontrollojë të dhënat apo të marrë më shumë informacione.
- Ftojeni gazetarin apo fotografin në ngjarjen e cila do të mbahet. Kjo kontribuon për përparimin e raporteve me publikun dhe ka mundësi që të mund të arrihet bashkëpunim i mirë nëse merr pjesë ndonjë person i famshëm në ngjarje apo nëse ngjarja ka ndonjë qasje të posaçme.

Radio

Disa radio stacione kanë termin të posaçëm ku shpallen shpallje publike apo publikohen ngjarje. Mundohuni që të mësoni se cili radio stacion e bën atë, dhe dërgoni shpallje të shkurtë për ngjarjen. Mos harroni ti kyçni të gjitha veçoritë e rëndësishme. Mendoni në pesë pyetjet (të cekura më lartë). Përsëri kontrolloni që të jeni të sigurt se gjithçka është e saktë.

Nëse bëhet fjalë për ngjarje interesante, mundet që dikush nga shoqata nacionale të japë intervistë në ndonjë program kontaktues në radio. Kjo duhet të jetë e pregaditur prej më parë.

Nëse ju konvenon, ftoni një radio stacion lokal që të emitojë njërën nga programet tuaja drejtpërdrejtë nga ngjarja. Kjo është mënyrë e sigurt që të sigurohet mbulim medial për ngjarjen.

Televizioni

Televizioni gjithmonë është adekuat për ngjarje të mëdha apo për ngjarje me rëndësi të veçantë humanitare. Disa stacione televizive kanë emisione ku i shpallin shpalljet publike dhe e reklamojnë ngjarjen. Gjithashtu, njëri prej organizatorëve mund të jetë i intervistuar në lajmet lokale apo në ndonjë emision kontaktues.

Mund ti bindni stacionet televizive lokale që të lajmërojnë për shpalljen, posaçërisht nëse ai e kyç tërë bashkësinë apo nëse është vizituar nga ndonjë person i famshëm. Dërgojeni shpalljen apo lajmërimin të gatshëm për mjetet e informimit publik dhe telefononi një ditë më herët.

(Për më shumë informacione për publicitet shiko: **Mbrojtja e jetës së njeriut në të gjithë botën: Instruksione për komunikuesit e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe)**

7. TË SIGUROHET SUKSES

Faktorë të ndryshëm mund të kontribuojnë për sukses apo mos sukses në ngjarje. Shumë është i mundshëm suksesi në ngjarje, por vetëm nëse organizatorët e bëjnë si vijon:

- Të kenë komisione dhe nënkomisione vullnetare kompetent për ngjarjen.
- Ti njohin qëllimet e ngjarjes dhe të zgjedhin ngjarje adekuate e cila do ti kënaqë ato qëllime.
- Ta bëjnë ngjarjen adekuate në kushtet lokale dhe tërheqës për publikun.

- Ta bëjnë ngjarjen interesante për organizatorët dhe pjesëmarrësit që ata të kanë dëshirë të marrin pjesë përsëri.
- Të përgatisin buxhet për ngjarjen dhe ti përmbahen të njëjtit. Ta shqyrtojnë raportin mes shpenzimeve dhe të hyrave.
- Me kujdes, në përgjithësi ta planifikojnë ngjarjen dhe ta përcjellin planin tek të gjithë të cilët janë të kyçur.
- Ta drejtojnë publicitetin, duke llogaritur që të prekë tek njerëzit e vërtetë dhe atë në numër të mjaftueshëm dhe në kohë të vërtetë.
- Ti marrin adresat dhe emrat e të gjithëve të cilët marrin pjesë, për nevojat e listës së juaj donatore.
- T'u falënderohen të gjithëve të cilët kanë qenë të angazhuar.
- Të bëjnë evaluimin e ngjarjes dhe të përgatisin raport i cili do t'ju ndihmojë organizatorëve gjatë organizimit të ngjarjeve të ardhshme.

REZIME

- PËRCAKTIMI I QËLLIMEVE DHE PLANIFIKIMI I DETAËEVE JANË PJESË PËRBËRËSE TË RËNDËSISHME TË NJË NGJARJEJE TË SUKSESSHME.

- VULLNETARËT TË CILËT PUNOJNË DHE KURSEJNË NË SHPENZIME JANË TË RËNDËSISHËM PËR SUKSESIN E NJË NGJARJEJE SPECIALE.

- NGJARJA MUND TË ZBULOJË VULLNETARË DHE DONATORË TË RINJ TË CILËT DO TË PUNOJNË DHE NDIHMOJNË NË TË ARDHMEN.

- ME RËNDËSI TË POSAÇME ËSHTË QË TË ZGJEDHET NGJARJE E CILA DO TË PËRSHTATET NË KUPTIMIN TUAJ DHE DO TA TËRJEKË PUBLIKUN TUAJ QËLLIMOR.

- EVALUIMI DHE INFORMACIONI PËR NJË NGJARJE JANË POSAÇËRISHT TË DOBISHME PËR PLANIFIKIMIN E NGJARJEVE TJERA.

SHTOJCA K

SI NË TË VËRTETË TË FITOHEN TË HOLLA NË NGJARJE SPECIALE?

Shumë organizata shpenzojnë shumë të holla, kohën e të punësuarve dhe vullnetarëve të cilët punojnë në shumë ngjarje që të fitohen pak të holla. Ngjarjet e vërteta të suksesshme janë vetëm hapi i parë në qasjen e organizuar për hasjen dhe mbajtjen e donatorëve afatgjatë.

Për të fituar me të vërtetë nga ngjarjet speciale, filloni me shqyrtimin e qëllimeve tuaja. Në fitimin e të hollave, shtoni edhe qëllimin për sigurimin e përkrahësve të ardhshëm. Arritjen e këtij qëllimi e kërkon edhe qasja "grumbullimi i mjeteve financiare nëpërmjet raportit të ndërtuar me përkrahësit" – kujdesi i raportit të veçantë me përkrahësit tuaj.

Para ngjarjes, identifikoni dhe drejtohuni kah ata persona të cilët dëshironi të marrin pjesë në ngjarje. Trajnoni anëtarët e këshillit tuaj se si të takohen dhe si të përshëndeten në ngjarje. Ndajuni detyra që të bisedojnë me persona të posaçëm të ngjarjes. Gjatë kohës së ngjarjes, kërkoni nga ata që të grumbullojnë informacione dhe përshëndeteni angazhimin e tyre për organizatën tuaj.

Vlerësoni. Uluni së bashku me këshillin, të punësuarit dhe vullnetarët dhe shqyrtoni sërish. Kah ishim të drejtuar? Kush ishte prezent në ngjarje? Çka mësuam? Pyetni edhe pjesëmarrësit se cili është mendimi i tyre për ngjarjen.

Mundësojuni njerëzve që të ndjejnë se janë pjesë e ngjarjes. Dërgoni lajmërime në mjetet për informim publik ku do të shkruani për suksesin e organizimit të ngjarjes suaj. Njerëzit do të dëshirojnë të jenë të lidhur me të suksesshmit. Organizoni aheng me rastin e suksesit të arritur që të munden pjesëmarrësit të ndjehen të kënaqur për shkak të pjesëmarrjes së tyre. Tek ngjarjet më të mëdha, organizoni solemnitet për ndarjen e mirënjohjeve për vullnetarët. Kërkoni nga ndonjë person që të fotografojë në ngjarje dhe shpërndani njerëzve në aheng. Ftoni donatorë. Ata mund të kënaqen në shkëlqimin e fitores.

Ftoni pjesëmarrësit e ngjarjes për ta parë prodhimin final. Kërkoni që ta vizitojnë programin tuaj. Më mirë është që vet vullnetarët të ftojnë vullnetarë tjerë.
Përcjellja e këtyre donatorëve të interesuar potencial është vetëm hapi i parë. Përdorimi efikas i këtyre informacioneve kërkon program për mbajtjen e donatorëve. Grumbullimi sistematik i informacioneve dhe vëzhgimeve çon kah përkrahja solide e organizatës suaj. Programi juaj për mbajtjen e donatorëve mund të kyçë:

- Grumbullimin dhe evidentimin e emrave nga ngjarja;
- Segmentimin dhe prioritetizimin e këtyre emrave;
- Sigurimin e qasjes në informacione vijuese tek donatorët;
- Vëzhgim dhe zhvillim të qëllimeve prioritare të kahëzuara;
- Kërkim të sërishëm të donatorëve;

- Vërtetimin e donatorëve prioritar më të rëndësishëm dhe përkushtimi i kujdesit të madh për të njëjtit;
- ... dhe përsëritja e procesit prej fillimi.

"Por, "do të thoni ju" un udhëheq me shitore dhe një të punësuar" apo "ne jemi vetëm vullnetarë. Nuk kemi kohë për këtë." Në këtë rast, siguroni ndonjë përkrahje – trajnoni komisionin vullnetar që të bëjë vëzhgime për ju. Për ta siguruar fillimin e tyre, kujdesuni që të jeni të informuar me qëllimet kuantitative (për shembull, "nëpërmjet raporteve tuaja me donatorët grumbulloni X dollarë").

Apo do të thoni "Unë mund ta bëj këtë vetëm nëse ndalem të punoj në këtë apo në atë ngjarje por këshilli im asnjëherë nuk do të mund ta bëjë këtë". Ndërtoni rast. Analizoni të hyrat dhe të gjitha shpenzimet e kyçura. Veni në radhë primare ngjarjet dhe rekomandoni mënjanimin e ngjarjeve me efektivitet të vogël. Uleni formën e ngjarjes. Reduktojeni kohën dhe orvatjet të cilat i kontribuoni. Krahasojeni të hyrat nga ngjarja me të hyrat e mbajtjes së lidhjes me donatorët dhe dorëzoni atë në këshill. Definitivisht, kujdesuni për anëtarët e këshillit që të bisedojnë me anëtarë tjerë për përparësitë e qasjes së re.

"Pra", do të thoni ju, "punëtorët e mi nuk janë të interesuar për mbajtjen e lidhjes me donatorët". Punoni me ata, trajnoni, dhe nëse ajo nuk ka sukses – ndërroni.

Organizata duhet të investojë më shumë në raporte afatgjate me donatorët se sa të investojë mjete në oferta afatshkurte. Shumë pak nuk do të pajtohen me këtë qasje, por edhe pak janë ata të cilët e bëjnë atë. Ndryshimi rrallë herë është i suksesshëm, dhe realiteti i përditshëm financiar mundet ta absorbojë të kohën tuaj për të ardhmen e organizatës suaj.

Statia e Patti Butzer Larson, letra informative nga qendra për resurse joprofitabile, Vol. 4, 2 Korrik 1993 Sakramento, Kaliforni, SHBA. Statia bazohet në prezantimin e punëtorisë për Qendrën e Thomas M. Byrne, konsultues.

SHTOJCA L

LISTA PËR KONTROLLIMIN E NGJARJEVE SPACIALE PËR ORGANIZATORË

Secila ngjarje kyç aktivitete dhe përgjegjësi të caktuara por disa veçori dallohen varësisht nga ngjarja.

Listë gjithëpërfshirëse për kontrollim që përdoret para ngjarjes.

Caktoni të gjitha qëllimet e përgjithshme të ngjarjes.

Caktoni tipin apo fokusin e përgjithshëm të ngjarjes.

Caktoni komision organizativ nga njerëz me aftësi adekuate dhe kohë për zbatim efikas të punës.

Me ndihmën e komisionit vendosni për ngjarjen speciale.

- Kujdesuni që ajo të jetë përkatëse si ngjarje.
- Kujdesuni që ta tërhiqni publikun qëllimor.

Caktoni buxhet duke kyçur edhe të hyrat e dëshiruara dhe shpenzimet për secilin segment nga ngjarja.

- Mbani plan në rast të të hyrave që të jetë nën të priturën.
- Rishqyrtojeni dhe përshtateni buxhetin në bazë të asaj që do të ndodhë.

Kontrollojeni sigurinë e faktorëve dhe parakushteve ligjore dhe siguruese.

- Nëse nevojiten siguroni edhe leje.
- Kërkoni këshillë (për shembull nga policia) nëse dyshoni në diçka.
- Për ngjarje me shpenzime të larta fillestare, kontrollojeni sigurimin në rast të tërheqjes.

Caktoni datë për ngjarjen

- Siguroni kohë të mjaftueshme për përgatitje dhe apelim tel njerëzit.
- Kujdesuni që të tejkaloni konflikte të mundshme në ngjarje po në të njëjtën datë.

Vendosni se çka më saktësisht do të punohet në ditën e ngjarjes

- Caktoni se çka duhet të punohet para, gjatë kohës dhe pas ngjarjes.

Dorëzojeni tek të gjithë të cilët janë të kyçur në ngjarjen që të dinë se çka duhet të punojnë dhe si ta përshtatin punën e tre me punën e të tjerëve.

Caktoni person përgjegjës për secilin aktivitet si vijon:

- Organizim i përgjithshëm;
- Organizim i publicitetit;
- Sigurim i pijeve freskuese;
- Sigurim i pajisjeve;

- Rregullim dhe kontrollim i punëve financiare;
- Gjetja e sponsorëve dhe donacioneve tjera më të mëdha;
- Përcaktimi i foltoreve;
- Ftesa e personave dinjitoz;
- Shtypi i programeve;
- Shitja e buletave;
- Organizimi i lotarive, standeve;
- Sigurimi i materialit adekuat dhe materialit për fushatën;
- Grumbullimi i emrave dhe adresave për bazën donatore;
- Rekrutimi i vullnetarëve;
- Koordinimi gjatë kohës së ngjarjes;
- Pastrimi pas ngjarjes.

Sikur për obligimet e caktuara, gjithashtu caktoni edhe ndonjë i cili:

- Do të gjendet pranë që të përgjigjet në pyetjet lidhur me shoqatën nacionale.
- Do të organizojë grumbullimin e emrave dhe adresave për plotësimin e bazës donatore të të dhënave.
- Do të fotografojë në ngjarje;
- Do të sigurojë pije freskuese, ndihmë të parë, peshkirë dhe gjëra tjera të nevojshme.

Siguroni vullnetarë nëpërmjet:

- Kërkesës me gojë;
- Posterave;
- Fletushkave;
- Statiave në revista dhe gazeta lokale;
- Intervistave në radio.

(për më shumë ide në bazë të tërheqjes dhe menaxhimit të vullnetarëve shiko, **Kreu 12: Vullnetarë)**

Caktoni lokacionin dhe rutinën e ngjarjes

- Bëni rezervimet në kohë.

Rezervoni dhoma, pajisje apo dekorim të cilat do të nevojiten, duke marrë parasysh:

- Vizitën e pritur;
- Lokacionin;
- Ndriçimin, ngrohjen, ventilimin, akustikën;
- Pajisjen dhe hapësirën e siguruar;
- Hapësira alternative në rast të motit të keq;

Bëjeni listën e pajisjes së nevojshme

- Caktoni person përgjegjës për sigurimin e pajisjes në kohën e duhur.
- Rezervoni pajisje plotësuese e cila mund të nevojitet siç janë:
  - Adresar publik;
  - Ulëse, tavolina;
  - Bina;
  - Pëlhurë, projektorë, flip çart, pajisje për ushqim të gatshëm, pajisje audio – vizuale.

Përgatitni literaturë për sponsorët

- Kyçeni llojin e sponzorimit apo ndihmës dhe fletushkën me sqarim.

Ftoni persona të famshëm në ngjarje, që të argëtohen, ta hapin ngjarjen apo të mbajnë fjalim

- Caktoni dikë që të:
  - Caktojë shpenzimet e tyre;
  - Kërkojë leje për përdorimin e tyre në publik (kërkoni fotografi nëse nevojitet)
  - Merruni vesh rreth marshutës së tyre;
  - Organizoni vendosjen, pijet freskuese dhe transportin nëse ka nevojë;
  - Vërtetoni se edhe të tjerëve të cilët i shoqërojnë u nevojitet vendosje dhe freskim;
  - Përcillni gjatë ditës.

Planifikoni ngjarjet e krahasuara të cilat mund të paraqiten përskaj ngjarjes kryesore:

- Stande me artikuj për shitje;
- Pije freskuese;
- Aheng;

Planifikoni publicitetin.

- Përcaktojeni ndonjërin i cili do të jetë përgjegjës për publikun;
- Nëse planifikoni të tërhiqni njerëz për të shikuar si dhe të marrin pjesë, atëherë planifikoni edhe reklamimin.
- Përgatitni lajmërime për mediat të cilat do ti dërgoni tek gazetat lokale dhe tek stacionet radio televizive.
- Mund ti ftoni mjetet e informimit në "foto sesione" nëse ngjarja është adekuate (për shembull, sfiladë mode).

Nëse për ngjarjen përdorni shërbime të restoranteve, caktoni ndonjërin prej tyre për ta caktuar menynë, kohën dhe renditjen në hallë.

Nëse vullnetarët janë përgjegjës për sigurimin e pijeve freskuese, atëherë caktoni koordinator i cili do të caktojë person përgjegjës për furnizimin e ushqimit, sigurimin e pajisjes, dikush që do të gatuajë dhe do të pastrojë pas mbarimit të ngjarjes.

Organizoni aktivitetet për tërë ditën duke kyçur edhe:

- Persona përgjegjës për mbikëqyrjen e ngjarjes.
- Vendin për evidentimin e atyre të cilët marrin pjesë.
- Sigurim të emrave dhe adresave të donatorëve, për shkak të vëzhgimit dhe falënderimit të mëtutjeshëm apo lajmërimit nëse të hollat ende nuk kanë arritur.
- Shenja përkatëse (për shembull, shigjeta të cilat tregojnë kahje).
- Plotësimi i formularit për sponsorizim që t'iu tregohet sponsorëve se sa mbulojnë ata në ngjarje.

Merrni të hollat

- Caktoni çmim të buletës që ta mbuloni buxhetin e ngjarjes.
- Gjeni strategji për shitjen e buletave:
  - Nëpërmjet dërgimit të ftesave;
  - Shitje paraprake në vende strategjike siç janë shitoret;
  - Shitja në fillim të ngjarjes derisa njerëzit hyjnë

- Shitni buletat.
- Kërkoni sponsorë për financimin e një pjese apo për tërë ngjarjen.
- Përgatitni dhe caktoni shtypin e programit.
  - Siguroni sponsorë që ta paguajnë atë.
  - Shitni hapësirë për reklamë.

Caktoni procedurat financiare të ngjarjes.
(shiko **Kreu 2: Menaxhim financiar)**

- Kujdesuni që të gjithëve të cilët janë të kyçur t'ju jepen procedurat dhe ta kenë pajisjen e duhur:
  - Kuti të cilat mbyllen për mjete financiare, buleta apo regjisore për vërtetime, monedha, llogaritës të vegjël.

- Siguroni vende për ruajtjen e të hollave derisa të dërgohen në bankë.
- Për shuma të mëdha, siguroni sigurim.

Caktoni procedurë për pranimin e të hollave nga sponsorë

- Kujdesuni që këto procedura ti dinë të gjithë pjesëmarrësit dhe të dinë se çka pritet nga ato.
- Kërkoni nga pjesëmarrësit që ti sigurojnë të hollat në datë të caktuar.

Siguroni person i cili do të fotografojë gjatë ngjarjes.

Lista gjithëpërfshirëse për kontrollim e cila do të përdoret pas ngjarjes

Kompletoni procedurat financiare.

- Vëzhgojeni situatën me ata të cilët aspak nuk kanë dhënë të holla.
- Përgatitni llogari përfundimtare për ngjarjen, e cila do ti përmbajë të gjitha shpenzimet dhe të hyrat.
- Jepni vërtetime për shumën e cila është e grumbulluar.

Dërgoni falënderime tek të gjithë të cilët kanë marrë pjesë dhe informoni se sa mjete janë siguruar.

- Falënderohuni vullnetarëve.
- Falënderohuni të punësuarve.
- Shprehni falënderim të posaçëm për të gjithë personat e njohur të cilët kanë marrë pjesë në ngjarje.
  - Njoftoni të gjithë për shumën e grumbulluar.

- Nëse në çfarëdo mënyre kanë qenë të përmendura, siguroni kopje.

Lajmëroni mediumet për rezultatet duke i kyçur sponsorët dhe firmat të cilat kanë ndihmuar.

- Kërkoni nga ata që ti shpallin rezultatet.
- Kërkoni që të shtypin letër falënderuese.

Shkruani raport për ngjarjen.

- Mbani mbledhje me të gjithë të cilët kanë marrë pjesë për ta marrë mendimin e tyre.
- Theksoni në mënyrë individuale anët e mira dhe të këqija.
- Propozoni mënyra për përmirësimin e ngjarjeve të cilat do të vijojnë.
- Nxirrni të gjitha listat, kontaktet, renditjet dhe materialet tuaja.

SHTOJCA LL

IDE PËR NGJARJE

Shoqatat nacionale përdorin ngjarje të ndryshme. Disa prej tyre përgjigjen vetëm në kulturë të posaçme, përderisa të tjerët mund të përdoren në të gjithë botën. Me rëndësi të posaçme është që të orvateni me ide të reja, por gjithmonë duhet që ngjarja të adaptohet në situatën lokale, traditat dhe pritjet.

Ekzistojnë shumë ide për ngjarje, kurse lista e cila vijon në asnjë rast nuk i përmban të gjitha. Të gjitha këto ide, edhe më shumë, janë provuar nga ana e shoqatave nacionale dhe organizatave joprofitabile. Shpesh herë më shumë se një ide mund të përdoren së bashku, që të sigurohet grumbullimi i mjeteve maksimale.

Paralajmërim! Ngjarjet e mëdha kërkojnë organizim të madh. Para se ti filloni, kujdesuni që të siguroni komision organizativ i cili i ka aftësitë e nevojshme, energjinë dhe përkushtimin. Shoqatat e vogla nacionale mund të mendojnë për kombinim me organizatë tjetër nëse mendojnë se ngjarja është sipërmarrje e madhe për vetë ata.

(shiko Kreu 8 **Për sponsorizim korporativ, Kreu 9 Për shitje dhe lojëra të fatit** dhe **Kreu 13 Për angazhimin e vullnetarëve).**

Ngjarje të sponsorizuara

Në ngjarje të sponsorizuara, një grup i njerëzve ndërmerr aktivitet të caktuar për të cilin është sponsorizuar nga të tjerët për zbatimin e tij. Zakonisht, sponsorët premtojnë shumë të caktuar të të hollave për secilën fazë përfundimtare të aktivitetit (shembull, pjesë përfundimtare apo kohë të caktuar të aktivitetit). Ata të cilët marrin pjesë janë përgjegjës për gjetjen e sponsorëve personal dhe për grumbullimin e të hollave më vonë.

Organizatorët patjetër duhet ta kontrollojnë ligjshmërinë dhe sigurinë e ngjarjes. Ata duhet ti bindin njerëzit që të marrin pjesë dhe të sigurojnë formularë për sponzorizim që të mund ti mbledhin shumat e premtuara nga sponsorët. E patjetërsueshme është që të mbahet evidencë për ata të cilëve iu janë dhënë formularë për sponsorizim dhe për ata të cilët marrin pjesë në ngjarje me qëllim që më vonë të njëjtin të kontaktohen.
Idetë për ngjarje të sponsorizuara mund të dallohen varësisht nga grupi i cili merr pjesë. Disa prej ngjarjeve janë përshtatëse për fëmijët, disa për të rriturit, e disa për njerëz me interese dhe trajnim të posaçëm. Me rëndësi është që të zgjedhet ngjarje e cila do ti tërheqë ata, për të cilët shoqata nacionale shpreson se do të marrin pjesë.

Ngjarje e sponsorizuar mund të jetë edhe ngjarje me buleta. Ndonjëherë, njerëzit paguajnë buletë që të hyjnë brenda dhe të shikojnë. Përskaj asaj, mund të fitohet sponsorizim korporativ për ngjarjet.

Aktiviteti i sponsorizuar mund të jetë vetvetiu ngjarje. Apo, mund të bëhet më solemne me shtimin e ahengut, gara, lojëra, stande dhe pije freskuese.

Në vazhdim janë cekur disa aktivitete të cilat mund të sponsorizohen:

- Shëtitje apo vrapim;
- Kalërim apo vozitje me biçikletë;
- Aktivitete sportive apo vallëzim;
- Përpunim i prodhimeve zejtare apo përgatitja e ushqimit;
- Lexim, këndim etj.

Pse të mos kemi gara të sponsorizuara? Siç është gara maratonike në largësi më e madhe se sa e zakonshmja, gjithashtu mund të organizohen edhe gara tjera dhe të gjenden njerëz të cilët do ti sponsorizojnë pjesëmarrësit. Ata mund të jenë të sponsorizuar për secilin raund apo kilometër të kryer, për secilën minutë apo orë apo për secilën herë kur do ta plotësojnë aktivitetin. Ashtu, mund të organizoni:

- Maraton;
- Gara në këndim;
- Gara sportive (futboll, tenis etj);
- Gara në mirëmbajtjen e formës së mirë;
- Gara në udhëtim (udhëtim sa më larg që mundet për kohë të gjatë në mënyrë paraprakisht të caktuar);
- Gara në qepje (apo ndonjë zeje tjetër);
- Gara në ndërtim (ndërtesa, mure apo gardhe;
- Gara në gropim (gropim të pusit apo kanalit për ujësjellës e njëkohësisht të fitoni edhe të holla).

Festa dhe tregje

- **Panaire, festa dhe tregje**

Këto ngjarje janë shumë të popullarizuara. Japin mundësi për argëtim, blerje nga standet, freskim me pije, shikim të ekspozitave.

Mund të kyçin shumë ide siç vijojnë si dhe disa ide tjera për ngjarje në këtë pjesë.

- **Grumbullim në rrugë, Dita e flamurit, Dita e sustës, Dita e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe**

Në shumë shoqata nacionale kjo është ngjarje e madhe me të cilën grumbullohen shumë të holla. Përskaj njerëzve të cilët grumbullojnë të holla nga kutitë në rrugë mund të organizohen edhe shumë aktivitete tjera që të rritet interesi dhe të sigurohen të hyra maksimale. (për më shumë informacione shiko **Kreu 6, Shtojca G: Grumbullim publik.)**

Disa ide kërkojnë:

- Grumbulluesit të jenë të veshur me garderobë të mirë për të tërhequr vëmendje.
- Të organizohen lojëra dhe gara.
- Të organizohet aheng në afërsi të grumbulluesve që të tërhiqet publiku.

    - Kontrolloni ligjet lidhur me këtë.
- Paraprakisht reklamoni grumbullimin.
- Organizoni aksione grumbulluese në zyre, shkolla, tren dhe autobusë si dhe në rrugë.
- Organizoni ekspozitë që të munden njerëzit të mësojnë diçka më shumë për shoqatën nacionale.
- Ftoni persona të njohur apo personalitete që të grumbullojnë apo të japin donacione.
- Zgjidhni temën e ditës.
    - E kuqja dhe e bardha ta simbolizojnë KK apo GJHK.
    - Ujë, shëndet apo familje lidhur me punën e shoqatës nacionale.

- **Tatër rrugor**

Individë apo grupe sigurojnë aheng (shembull, këndim, vallëzim, luajtje në instrumente, luajtje në shfaqe të thjeshta) në vende publike dhe për kompenzim grumbullojnë donacione për shoqatën nacionale. Disa vende përfshijnë leje të posaçme që kjo të mund të bëhet apo të zbatohet, kurse në disa ajo është e kundërligjshme. Kontrolloni se cilat rregulla zbatohen.

- **Karnevale**

Organizoni që shoqata juaj nacionale të marrë pjesë në karneval apo organizoni procesion personal të karnevalit. Ftoni edhe grupe tjera (paguani taksë të vogël apo ndani shpërblime) dhe merruni vesh me njerëzit që atë ditë të grumbullojnë të holla.

- **Darkë e përbashkët**

Secili bart enën me ushqim që ta ndajë me të tjerët në darkë. Kjo mund të funksionojë edhe si piknik apo si pjesë e verimit, darkë shoqërore apo koncert.

- **Të provuarit e:**

Llojit të caktuar të ushqimit apo pijes.

- **Ushqime piramidale**

Dikush në haje fton tetë persona. Për kompensim ata njerëz shoqatës nacionale do t'i japin donacion të vogël dhe muajin tjetër për qëllim të njëjtë do të ftojnë edhe shtatë persona tjerë. Të gjithë ata e japin kontributin e tyre dhe ftojnë gjashtë të tjerë etj. Puna kyçe është që të mbahet aktivitet i këtillë sepse ofron mundësi për grumbullimin e të hollave.

- **Kafe mëngjesi apo çaj pasditeje**

Këto shpesh janë aktivitete të suksesshme nëse janë të kombinuara me gara apo lojëra, apo nëse ekziston aktivitet tregues apo nëse ka folës.

- **Mbrëmje tematike**

Zgjidhet temë e posaçme apo pjesë nga bota dhe mbrëmja është në shenjë të asaj teme. Mbrëmja duhet të përmbajë ushqim, muzikë, këndim, vallëzim dhe ekspozita të cilat kyçin piktura apo zeje.

- **Argëtim me darkë**

Këto ahengje kanë për qëllim që të organizohen për organizatorë më të mëdhenj. Mund të kombinohen me vallëzim apo aheng tjetër apo thjeshtë të mbahen fjalime. Zakonisht janë momente të mira për ndarjen e mirënjohjeve për vullnetarët afatgjatë apo për liderë në bashkësi.

- **Aheng me drekë solemne**

Më atraktive janë nëse janë tematike, si për shembull:

- Drekë ndërkombëtare me ushqim nga vendet e të gjithë botës;
- Drekë me rastin e Ditës botërore të Kryqit të Kuq (kërkoni nga të gjithë që të jenë të veshur me të zeza dhe të bardha);
- Drekë e thjeshtë si përkujtim i fatkeqësive të cilat kanë pak për ushqim;
- Drekë me të cilën shënohet ndonjë festë apo ngjarje sportive;
- Drekë me folës mysafir;
- Rriteni eksitimin me loto.

- **Mbrëmje progresive**

Këto mbrëmje kyçin grupe të njerëzve të cilët jetojnë afër njëri tjetrit. Secila familje merr pjesë në përgatitjen e një pjese të darkës për rreth gjashtë njerëz. Grupi shkon prej shtëpie në shtëpi, dhe pastaj hahet ushqim i ndryshëm në secilën shtëpi.

- **Ahengje me spageta, çili, pica dhe pallaçinka**

Këto ushqime apo diçka tjetër çka ka ndodhur për servim të lehtë për grupe më të mëdha të njerëzve. Gjithashtu, grillë, mëngjes, ahengje në oborr.

ARGËTIM

- **Revi mode**

Shpeshherë mund të kërkohet nga butiqet që të sigurojnë garderobë e ndonjëherë edhe modele, për sfilatë mode. Nëse shoqata nacionale ka shitore të cilat shesin veshmbathje, pse të mos bëjë revi mode të pavarur? Kjo mund të jetë mënyrë e mirë për promovimin e shitores dhe fitimin e të hollave. Leni periudhë prej 4 – 5 muaj që të grumbulloni veshmbathje kualitative me madhësi të ndryshme dhe kujdesuni që të duket sa më moderne, pastër dhe hekurosur.

- **Aksione**

Mund të organizohen posaçërisht apo në kombinim me ngjarje tjera, si p.sh. balo apo mbrëmje. (Për më shumë infomracione shiko në pjesën për auksion në **Kreu 9: Akumulimi i të hyrave).**

- **Premiera të filmave**

Ndonjëherë nga kinotekat mund të kërkohet që tu japin organizatave joprofitabile të shesin buleta për ngjarje të popullarizuara siç janë premierat filmike

- **Balet gala**

Kanë potencial për grumbullimin e shumës së madhe të të hollave. Aktivitete tjera siç janë lotaritë, aukcionet, lojërat e fatit, mund të mbahen së bashku me balon. Balet gala mundet shpesh herë të jenë të popullarizuara nëse janë tematike.

- **Gara sportive**

Bleni një blok buletash për çmim të ulët dhe shitni për fitim të vogël. Apo organizoni garën tuaj me pjesëmarrje të personave të njohur lokal për shkak të rritjes së interesit.

- **Ahengje teatrale**

Kjo mund të jetë e thjeshtë si blerja e buletave me çmim të ulët dhe shitja e tyre për fitim të vogël, apo mund të jetë ambicioz si organizim i shfaqjes speciale humanitare dhe shitja e të gjitha buletave. Ide të cilat mund ta rrisin fitimin janë:

- Përpunimi i programeve – suvenir për shitje;
- Zgjedhja e shfaqjes së popullarizuar apo mirë të njohur;
- Aheng për donatorët e mëdhenj dhe personalitete të fillim apo pas mbarimit të shfaqjes.

- **Këndim i këngëve të kërshëndellave (dhe ngjashëm)**

Këndoni kënga të kërshëndellave në hapësirë të hapur apo në vende ku me siguri do të ketë shumë njerëz. Siguroni numër të mjaftueshëm të vullnetarëve me kanaqe për grumbullimin e donacioneve.

EKSPOZITA

Ekzistojnë tre lloje të ekspozitave:

- Ekspozita ku njerëzit paguajnë për ta parë atë që ekspozohet;
- Ekspozita ku mjetet janë në shitje (shiko **Kreu 9: Akumulimi i të hyrave).**
- Ekspozita të cilat janë me karakter garues ku mjetet e ekspozuara fitojnë shpërblime në kategori të ndryshme.

Ide për ekspozita:

- **Kafshë, lule dhe perime**

Ekspozitat e prodhimeve të farmerëve dhe bujqve mund të jenë shumë të popullarizuara dhe edukative.

- **Shikimi i shtëpive**

Pronarët e shtëpive interesante apo historike ndonjëherë iu lejojnë organizatave joprofitabile që të shesin buleta dhe t'iu sigurojnë udhëheqës për shikimin e shtëpive të tyre.

- **Kopshte të hapura**

Njëlloj si shikimi i shtëpive. Kërkoni nga një numër i caktuar i njerëzve në bashkësi ti hapin kopshtet e tyre në të njëjtën ditë që njerëzit të mund ti shikojnë ato. Kjo mund të ketë shumë sukses posaçërisht nëse janë siguruar edhe pije freskuese.

- **Antikvitete, art dhe zeje**

Shiko **Kreu 9, Shtojca R: Mundësi për shitje**

- **Gatim në çfarëdo teme**

Për ide shiko më lartë.

- **Zinxhirë i të hollave të imta**

Kërkoni nga publiku që të lënë të holla dhe në atë mënyrë të bëjë zinxhirë të vazhdueshëm (shoqata nacionale i mban të hollat e imta). Zinxhiri mund të lidhë dy pika apo të rrumbullaksojë diçka, për shembull shkolla. Apo mund të jetë vizatim i madh kurse me të hollat të plotësohet.

GARA

Garat mund të organizohen në disa mënyra:

- Njerëz apo grupe të njerëzve mund të paguajnë buleta për të marrë pjesë. Kjo ka sukses tek kuizet, lojërat në tabelë, lojëra me karta, bingo, loto dhe lojëra tjera në hapësirë të mbyllur.
- Pjesëmarrësit mund të fitojnë sponsorë. Kjo ka sukses tek kërkimi i pasurisë apo garat e llojeve të ndryshme.
- Njerëzit paguajnë hyrje për të shikuar. Kjo është adekuate për turnire sportive apo për kuize.

- **Turnire sportive**

Grupe lokale, biznese apo shitore shpeshherë mund të krijojnë ekipe të tyre për turnire sportive pa dallim se për cilin sport bëhet fjalë. Ahengje plotësuese janë “ngjarjet argëtuese” siç është gara me pengesa apo kurthe ku garuesi mund të jetë i bërë i tëri me miell apo i lagur me ujë.

- **Lojërat e fatit**

Këto lojëra janë formë tjetër e garës. S**hiko Kreu 9, Shtojca L: Lojërat e fatit.**

SHTOJCA M

SHEMBULL I RASTIT

Kryqi i Kuq Danez
“Klubi dhjetë”

Klubi dhjetë është një ide për akumulimin e të hyrave zbatuar nga Kryqi i Kuq Danez dhe paraqet mënyrë shumë të suksesshme për grumbullimin e fondeve. Çdo vit Klubi dhjetë fton dhjetë persona apo biznismenë mirë të njohur danez të punojnë së bashku në grumbullimin e fondeve gjatë një viti. Secili pjesëmarrës fiton nga 25.000 kruna daneze (përafërsisht 4.200$) ti përdorë si kapital për grumbullimin e mjeteve nëpërmjet ngjarjeve. Pjesëmarrësit garantojnë se do të kthejnë më së paku 25.000 kruna daneze në fund të vitit dhe të hollat thjeshtë mund të investohen, por qëllimi i është që ato të përdoren për ngjarje me të cilat do të sigurohen mjete financiare për ngjarje me të cilat do të rritem të hyrat dhe profili i shoqatës.

Pjesëmarrja në ngjarje të këtilla humanitare rezulton me publicitet tek ata të cilët marrin pjesë. Fillimi i ngjarjes shënohet në konferencën për shtyp ku marrin pjesë të gjithë dhjetë pjesëmarrësit. Ata gjithmonë fitojnë mbulim të gjërë medial kurse pikëpamja e lartë e pjesëmarrësve siguron publicitet për një vit për të gjithë ata të cilët janë të shqetësuar. Ngjarjet, siç është blerja e filmit premier të parë dhe të jetë nikoqir i tij në qëllime humanitare, është aktivitet shumë i suksesshëm.

Të drejtat për tu mbuluar ngjarjet individuale janë të garantuara me një gazetë apo revistë nacionale dhe mundësojnë ekspozim maksimal. Nga përvoja e deritanishme, është e njohur se ata të cilët janë të kyçur në mënyrë normale realizojnë dhjetë herë më shumë të holla se sa ata të cilat ua jep KK Danez. Dhjetë pjesëmarrësit garojnë mes veti dhe i krahasojnë arritjet personale me ata të vitit të kaluar.

SHTOJCA M1

SHEMBUJ TË RASTIT

GJYSMËHËNA E MALEZISË
TURNEU MBRETËROR HUMANITAR NË GOLF

(Projekt për sigurimin e mjeteve organizuar nga organizata lokale Negeri Sembiljan)

1. Hapa fillestare

a. Publikë të siguruar me Patronin mbretëror dhe pajtueshmëri e siguruar nga Lartmadhëria e Tij Mbretërore që të jetë mysafir i nderit në turneun humanitar në golf; pjesëmarrja e tij do të tërheqë shumë pjesëmarrës nga sektori privat.

b. Është identifikuar VIP dhe është i ftuar të kryesojë me komisionin organizativ, me kryesuesin e organizatës lokale MDCP, Nigeri Sembiljan si zëvendës i kryetarit.

2. Komisioni organizativ

a. Komisioni organizativ do të jetë i vogël, pa ndihmën e nënkomisioneve, i përbërë vetëm prej disa personave. Ne dëshirojmë thelb të vogël "punëtorë të vërtetë".

Arsye: sjellje më e shpejtë e vendimeve, komunikim më i lehtë mes veti.

b. Shpenzimet do të jenë rreptësisht të caktuara, pa konferenca për shtyp apo publicitet, të gjitha materialet e botuara janë në formë të thjeshtë dhe nuk ka programe – suvenire.

Arsye: Donatorët kuptojnë pse ne kemi "buxhet kursyes", sepse para se gjithash, bëhet fjalë për projekt për grumbullimin e mjeteve financiare.

Kjo qasje nuk kërkon publicitet masovik, por vetëm qasje personale e cila duhet të identifikohet – individë apo kompani.

c. Nevojitet baraspeshim strategjik i shpenzimeve për shkak të klasës së individëve / kompanive kah të cilët jemi të drejtuar.

Arsye: Përkufizoeni pjesëmarrjen e 60 lojtarëve të golfit por caktoni sponsorizim të lartë (shembull 1.000 rupia për pjesëmarrës).
Përgatitni ushqim dhe drekë të mirë por mos shpenzoni shumë në suvenire sepse kjo klasë e pjesëmarrësve tash më ka marrë pjesë në më shumë turne të golfit dhe ka koleksion të suvenireve të shtrenjta.

Zgjidhni Klub Golf i cili është me reputacion të lartë. Kërkesat e tyre për kompenzim ndoshta do të jenë të larta por kërkoni nga Klubi që ti sponsorizojë bile buletat e avionit kurse shpenzimet tjera merrni ju.

3. Punë të cilat duhet të kryhen:

a. Shtypni karta sponsoruese për pjesëmarrësit.

b. Përgatitni letra – apele për pjesëmarrësit / sponsore / donatorë të shpërblimeve.
c. Përgatitni plakatë për sponsorët në secilën birë të golfit.
d. Përgatitni program.
e. Me faks dërgoni pjesëmarrësve renditjen e lojtarëve.
f. Porositni peshkirë – suvenirë.
g. Porositni torba me rrip suvenir.
h. Përgatitni letra falënderuese.

4. Plani për sigurimin e mjeteve financiare

a. Secili pjesëmarrës duhet të sigurojë sponsorizim me lartësi më së paku prej 1.000 rupia për të marrë të drejtën të luajë në turne.
b. Për secilën birë sponsorët duhet të paguajnë 5.000 rupia kurse pllaka me emrin dhe logon e sponsorit vendoset përskaj secilës birë.
c. Kompani e automobilave për sponsorizimin e shpërblimit "Goditje në birë me të parën herë", kurse shpërblimi do të jetë automobil.
d. Donatorë për 27 shpërblime (zgjdhni shpërblime të dobishme dhe praktike).
e. Donatorë për pije tonik të cilat do t'u distribuohen golferëve gjatë turneut.
f. Topa donatore për golf, si dhurata në torbat suvenir me rripa.
g. Shtypje pa pagesë e kartelave sponsoruese.

5. Rezultati

Të hyrat neto në lartësi prej 100.000 rupia llogariten për të mjaftueshme, duke pasur parasysh kohën për organizimin e ngjarjes e cila është rreth tre muaj dhe me komitet organizativ të përbërë prej shtatë njerëzve.

Kreu 8

KORPORATA

1. SIGURIMI I MJETEVE NGA KORPORATAT

2. BENEFICIONE PËR KORPORATË TË PËRKRAHJES PËR SHOQATËN NACIONALE

3. VLERËSIM I PËRSHTATSHMËRISË DHE ZBATUESHMËRISË NË SIGURIMIN E MJETEVE NGA KORPORATAT.

4. PËRGATITJE E QASJES PËR SEKTORIN KORPORUES

5. QASJE NË SEKTORIN KORPORUES

6. MËNYRA NË TË CILAT KORPORATAT MUND T'I NDIHMOJNË SHOQATËS NACIONALE

   Donacione në të holla dhe donacione
   Dhurata në mallra
   Përkrahje në formë të punës së huazuar të dorës
   Sponsorizim
   Kyçja e të punësuarve
   Promovime të përbashkëta dhe marketing i huazuar
   Mundësi të tjera

7. MENAXHIM ME DONACIONET E KORPORATËS

   Termin kohor
   Evidentimi i të dhënave
   Informimi i donatorëve
   Menaxhment financiar

SHTOJCA O: PËRDORIMI I ËMBLEMËS

SHTOJCA P: SHEMBUJ TË RASTEVE

QËLLIME

- VLERËSIMI I PËRSHTATSHMËRISË DHE ZBATUESHMËRISË SË SIGURIMIT TË MJETEVE NGA KORPORATA.
- IDENTIFIKIMI I MËNYRAVE TË NDRYSHME NËPËRMJET TË CILAVE KORPORATA MUND TË SIGUROJNË PËRKRAHJE.
- PLANIFIKIMI I QASJES EFEKTIVE TEK DONATORI POTENCIAL KORPORATIV.
- SIGURIMI I INFOMRACIONEVE PËR KORPORATËN NË BAZË TË BENEFICIONEVE TË CILAT DALIN NGA SIGURIMI I PËRKRAHJES PËR SHOQATËN NACIONALE.
- FILLIMI DHE MENAXHIMI ME FUSHATËN VIJUESE PËR SEKTORIN KORPORUES.

1. SIGURIMI I MJETEVE NGA KORPORATAT?

Sigurimi i mjeteve nga korporatat paraqet proces për vëzhgimin, vlerësimin, kontaktimin dhe shitjen e korporatave në bazë sigurimit të përkrahjes për shoqatën nacionale. Korporatat mund të jenë burim i vullnetarëve, shërbimeve, pajisjes dhe hapësirave si dhe i mjeteve financiare. Ato mund të sigurojnë përkrahje për shoqatën nacionale në njërën prej mënyrave që vijojnë.

- **Donacione në mjete të gatshme dhe grante**

Këto mund të jenë donacione afatshkurte apo të rregullta në mjete të gatshme për përkrahje të përgjithshme apo për qëllim të caktuar të posaçëm. (Për më shumë informacione në bazë të përgatitjes së propozimeve shiko **Kreu 11: Donacione)**

- **Dhurata në mallra**

Këto mund të jenë prodhime të cilat i bën kompania, shërbime të cilat i siguron kompania apo pajisjet të cilat i përdor kompania, të cilat mund ti jepen shoqatës nacionale, që të përdoren, shiten apo të jepen si shpërblime (Shiko **Kreu 6, Shtojca I: Dhurata në mallra dhe Kreu 9, Shtojca R: Mundësi për shitje).**

- **Përkrahje në formë të punës së dorës**

Ndonjëherë korporatat do të "huazojnë" anëtarë apo të punësuar në shoqatën nacionale, e njëkohësisht do të vazhdojnë t'ua paguajnë rrogat e tyre. Në këtë mënyrë mund të sigurohet përkrahja profesionale apo ndihma plotësuese gjatë rasteve urgjente.
(Shiko **Kreu 13: Vullnetarë)**

- **Sponsorizime**

Kompanitë mund ti sponsorizojnë shpenzimet për nevoja apo punë të caktuara të shoqatës nacionale – për pajisje, ngjarje (apo pjesë të ngjarjes), apo pjesë të programit të shoqatës nacionale (Për të parë ide për sponsorizim shiko **Kreu 7: Ngjarje)**

- **Angazhimi i të punësuarve**

Kompanitë mund të punojnë me shoqatën nacionale nëpërmjet të punësuarve të tyre nëpërmjet "pranimit" të projektit, lejimit të marrjeve nga pagat për kontribute, nxitje e vullnetarëve dhe mundësimi i distribuimit të materialeve për sigurimin e mjeteve. (Shiko **Kreu 13: Vullnetarë).**

- **Promovime të përbashkëta dhe marketing i huazuar**

Kompanitë dhe shoqatat nacionale mund të punojnë bashkë në promovimin e përbashkët dhe marketingun e huazuar. Kjo është qasje komplekse, por me vlerë potenciale.

- **Donacione nga "fondet e bllokuara"**

Fondet korporuese të cilat nuk munden të tërhiqen nga vendi mund të vihen në dispozicion të shoqatës nacionale. (Për më shumë informacione për **Fonde të bllokuara** dhe "këmbimi i borxheve, shiko **Kreu 9)**

- **Përgatitjet janë të rëndësishme!**

Me rëndësi të madhe është që të planifikohen qasjet kah korporatat. Në planin gjeneral zhvillimor për mobilizimin e resurseve për shoqatën nacionale, vlerësoni se kur plani i këtillë është përshtatës, si do të bëhet qasja dhe kush do ta bëjë. Qasja duhet të jetë mirë e menduar dhe e prezantuar në mënyrë afariste.

Bizneset ekzistojnë për fitimin e të hollave, e jo për ndarjen e të hollave. Nëse një firmë e caktuar jep kontribut të caktuar, zakonisht ekziston mënyrë afariste se për çka është bërë. Ndihmoni korporatave që ti shikojnë beneficionet të cilat munden ti marrin me atë që ndihmojnë shoqatën nacionale.

2. BENEFICIONE TË KORPORATËS NGA SIGURIMI I PËRKRAHJES SË SHOQATËS NACIONALE

- **Perceptimi në publik**

Perceptimi publik i kompanive është në ato se kompanitë shpeshherë bëjnë fitim të mirë dhe mund të lejojnë që të ndajnë përkrahje në mënyrë të caktuar për shoqatën, gjegjësisht, "të japin diçka për kthim". Nëpërmjet punës me shoqatën nacionale kompania tregon se me seriozitet e ka marrë këtë obligim. Për atë do ta hasë përkrahjen e publikut.

- **Marketing dhe mundësi për raporte me publikun**

Emri i KK dhe GJHK është mirë i njohur dhe është mirë i përkrahur në tërë botën. Për atë shkak, shoqata nacionale mund t'i sigurojë kompanisë të cilën e përkrah, qasje në tregje të reja, nëpërmjet vullnetarëve të saj, anëtarëve, donatorëve dhe përdoruesve tek të cilët kompania e tregon përkrahjen e saj.

- **Raporte me publikun**

Në kompanitë dhe ndërmarrjet të cilat përkrahin shoqatë të caktuar nacionale do të shikohet si në "fqinj të mirë" në bashkësi. Me sponsorizimin e ngjarjeve, programeve apo publikimeve, kompanitë mund të promovohen si pjesëmarrës aktiv në bashkësi. Në këtë mënyrë mund të përfitohet përkrahja nga bashkësia.

- **Raporte me personelin**

Bashkëpunimi me shoqatën nacionale është mënyrë e mirë që kompania t'u tregojë të punësuarve të vet se kujdeset për ata dhe për të tjerët. Imazhi i mirë i KK / GJHK do të thotë se një pjesë e mirë e cilësdo fuqi punuese do të ketë mendim pozitiv për shoqatën nacionale, dhe se kompania do ta hasë dashurinë dhe lojalitetin e personelit të vet. Kjo përkrahje mund të përforcohet nëse kompania siguron mjete financiare dhe përkrahje në fuqinë punuese.

- **Ardhmëria**

Puna e KK / GJHK është në dobi të të gjithëve. Përkrahja e popullatës më të mjeruar njëkohësisht do të thotë përmirësim i standardit të jetesës dhe përmirësim i mundësive afariste për secilin. Prandaj, në përkrahjen e punës së këtillë mund të shikohet si në hap të mirë afarist.

- **Lehtësime tatimore**

Ligjet tatimore në shumë vende sigurojnë lehtësime tatimore dhe beneficione për kompanitë dhe ndërmarrjet të cilat e përkrahin punën e organizatave joprofitabile.

- **Përparësi konkurrente**

Përgjegjësia sociale është element i pranueshëm dhe i patjetërsueshëm i filozofisë afariste. Kompanitë me politikën e këtillë do të hasin përparësi konkurrente në treg.

3. VLERËSIM I PËRSHTASHMËRISË DHE ZBATUESHMËRISË TË SIGURIMIT TË MJETEVE NGA KORPORATAT

Para se të filloni me përgatitjen e fushatës për sektorin korporativ dhe para se të filloni t'iu prini kompanive, parashtroni pyetjet që vijojnë që të vërtetoni se a është përkatëse kjo formë e mobilizimit të resurseve.

- **A përshtatet qasja korporative në planet gjenerale për zhvillimin e resurseve të shoqatës nacionale?**

Kujdesuni që ti siguroni resurset e nevojshme për zbatimin e qasjes, se përdorimi i resurseve do të jetë i pagueshëm dhe se të hollat të cilat i kërkoni do të përdoren për diçka që nuk është identifikuar siç duhet. Mbani mend se duhet të leni pak kohë para se ta merrni përgjigjen. Nuk mund të prisni se korporata menjëherë do të përgjigjet në kërkesën tuaj.

- **A ka nevoja apo projekte përkatëse shoqata nacionale për përkrahje korporuese?**

Projektet patjetër duhet të jenë tërheqëse dhe të munden lehtë të kuptohen nga ana e korporatës. Nevoja duhet të komunikohet së bashku me planin detal në bazë të asaj se si shoqata nacionale ka për qëllim t'i shpenzojë të hollat. Raportet për përparim të realizuar donatorit çdoherë duhet ti jenë të kapshme. Shoqata nacionale nuk duhet të kërkojë apo të pranojë mjete për projekte të cilat janë jashtë programit për punë apo të cilat nuk marrin pjesë në domenin e aktiviteteve të shoqatës nacionale.

- **A ka numër të caktuar të kompanive dhe ndërmarrjeve të cilat do të mund të ishin donatorë potencial?**

Duhet të bëni hetime për të marrë informacione se cilat kompani kanë politikë për të ndarë donacione për organizata joprofitabile, dhe sa mjete ndahen për këtë qëllim. Më së miri është të mos drejtoheni në kompanitë të cilat nuk kanë politikë të përvetësuar për të dhënë donacione deri në momentin derisa nuk keni dijeni se këto kompani kanë filluar me dhënien e kontributeve tuaja.

Kërkoni kontakte (të punësuar, vullnetarë, apo anëtarë të shoqatës nacionale) të cilat mund t'ju njoftojnë dhe paraqesin në kompaninë e caktuar. Nëse ata nuk dëshirojnë që kontaktin ta bëjnë vetë, ndoshta janë të gatshëm t'ju sigurojnë informacione si në mënyrë më të mirë t'i prini kompanisë dhe me të cilin është më mirë të takoheni.

- **A ka lidhje të caktuara të cilat e përbëjnë nevojën projektuese për përkrahje përkatëse për donator të ardhshëm?**

Krahasoni imazhin e kompanisë dhe strategjinë e tyre të marketingut me imazhin tuaj dhe strategjinë. A ka punë të caktuara të cilat kanë pikë prekëse? Për shembull, kompanitë e sigurimit, gjithashtu si dhe KK dhe GJHK që i mësojnë njerëzit se si të tejkalojnë fatkeqësi dhe si ta mbrojnë shëndetin e tyre. Kjo është me rëndësi për kompaninë sepse me atë i ul shpenzimet për pagesën e dëmeve. Ata bile mund edhe të llogarisin se sa mund t'ju kursejë të holla ndihma e parë.

- **Çfarë kriteri të seleksionimit duhet të keni për pranimin e donacioneve apo sponsorimeve?**

Kujdesuni për qasjet të cilat i përdorni me kompanitë. Merreni parasysh natyrën e biznesit, prodhimeve, investimeve, praktikumeve dhe reputacionit. Duhet ti zbatoni standardet për shije të mirë, mendje të shëndoshë dhe etikë. A do ta përmirësojë lidhja e korporatës imazhin e Lëvizjes? Në të shumtën e rasteve, përgjigjja është pozitive. Në raste të tjera nuk është ashtu.

Kujdes! Donatori nuk guxon të jetë në kundërshtim me parimet e organizatës dhe me qëllimet programore të Lëvizjes. Kompani të caktuara janë të kyçura në aktivitete siç janë prodhimi dhe shitja e armëve, duhanit, alkoolit apo prodhime të cilat janë të dëmshme për mjedisin jetësor që është në kundërshtim me qëllimet e Lëvizjes, dhe prandaj nuk guxon të lejojë lidhjen e emrave të tyre me shoqatën nacionale. (për më shumë informacione shiko **Shtojca O: përdorimi i emblemës).**

4. PËRGATITJE PËR PRIRJE NË SEKTORIN KORPORUES

Kujdesuni që njerëzit të cilët e përgatisin qasjen të jenë të informuar sa më shumë që është e mundshme. Duhet të ndërmerren hapat që vijojnë:

- **Formoni ekipin e njerëzve dhe trajnoni**

Ekipi mund të jetë I përbërë prej të punësuarve, vullnetarëve, drejtorëve të ndërmarrjeve të cilët tanimë kanë dhënë donacione apo anëtarë të këshillit ekzekutiv. Shumë drejtorë të kompanive do të përgjigjen më mire personave për të cilët mendojnë se janë në nivel të njejtë sikur ata, ashtu ia vlen të angazhohen drejtorë dhe persona professional që të jenë pjesë e ekipit.

Anëtarët e ekipit duhet të dine se si funksionon ndërmarrja dhe, nëse mundet, të kenë kaluar trajnimin për zotërimin e teknikave për mobilizimin e resurseve. Ata duhet të kenë njohuri të mjaftueshme për punën e shoqatës nacionale me qëllim të mund të sigurohen përgjigje në pyetjet të cilat do t'iu parashtrohen.

Shumë është me rëndësi që anëtarët e ekipit të jenë të kyçur në proces që nga fillimi. Ata duhet të kenë zgjedhje gjatë planifikimit dhe sjelljes së vendimeve që projektin të mund ta ndjejnë sikur projekti I vet. Ata duhet të jenë njerëz me njohuri dhe aftësi me qëllim që vet të mund të sjellin vendime efektive.

- **Bëni monitorim plotësues për donatorë të mundshëm**

Vëzhgimi do t'ju ndihmojë të vendosni se cilat projekte ti parashtroni, sat ë holla të kërkoni dhe cila formë e donacionit do të jetë më përshtatëse në rastin. Duhet ti keni mire të njohura emrat e drejtorëve dhe udhëheqësve të kompanive, fitimi dhe qarkullimi i kompanive, prodhimet dhe shërbimet, shumat më të larta të cilat i kanë ndarë si donacion dhe emrat e kompanive – motra të atyre kompanive.

Personat të cilët do ta pregatisin qasjen, duhet të dinë se me cilin duhet të bisedojnë dhe cilën pozitë e ka personi në kompani. Ata gjithashtu duhet të kenë informacione për historinë dhe gjendjen momentale të kompanisë.

Mundohuni që të gjeni dikë i cili ka lidhje personale me donatorin e mundshëm dhe i cili do të dëshirojë t'ju prezantojë apo t'ua organizojë mbledhjen e parë.

Shpeshherë, donatorët më të mirë të mundshëm janë korporatat e mëdha multinacionale me imazh të lartë në publik. Gjithashtu, donatorë të mirë të mundshëm mund të jenë kompani të caktuara qeveritare të cilët e kanë monopolin e biznesit në vend.

- **Kontrolloni projektet me kujdes**

Respektohet marrja e përkrahjes për aktivitete të përgjithshme vijuese. Nëse bëni kërkesë për përkrahje të përgjithshme, mund ti përdorni shembujt për atë se çka keni bërë që ta ilustroni kërkesën tuaj pa shpenzuar të holla apo pa dorëzuar raporte për ato aktivitete specifike.

Nëse prezantoni propozim për projekt të caktuar specifik, siguroni informacione se çka saktësisht nevojitet, se si shoqata nacionale ka për qëllim ta kënaqë atë nevojë dhe sa kushton secili element i projektit.

Përcaktoni se si do të vijojë implementimi i projektit dhe si do të lajmëroni para donatorit për përparimin e realizuar.

- **Përgatitni pako të materialeve**

Me qëllim që të drejtoheni në sektorin korporues, pakoja duhet të duket profesionale dhe të përmbajë informacione relevante, të cilat do të jenë të qarta, koncize dhe tërheqëse. Materialet duhet të jenë të përgatitura në mënyrë profesionale dhe afariste. Përmbajtja dhe pamja janë shumë të rëndësishme. Pakoja duhet ti përmbajë gjërat që vijojnë:

- ❖ Dokument ku është cekur shkaku se pse i nevojitet shoqatës nacionale përkrahja e duhur. Aty duhet të qëndrojë se, edhe pse shoqata nacionale merr përkrahjen e donatorëve individual, drejtohet në sektorin korporues për shkak të përkrahjes speciale.
- ❖ Listë ku janë cekur beneficionet për korporatën e cila i përkrahë shoqatën nacionale.

- Pyetje dhe përgjigje për shoqatën nacionale dhe për Lëvizjen ndërkombëtare të KK dhe GJHK. Theksoni pyetje të caktuara me interes dhe përgjigjuni në ato.
- Raport i shkurtë, përderisa është e mundshme me sqarim, ku tregon se si shoqata nacionale i shpenzon të hollat e saja.
- Listë ku janë cekur mënyrat se si kompanitë mund ta përkrahin shoqatën nacionale – nëpërmjet donacionit të drejtpërdrejtë për shpenzime kryesore programore apo për projekte, sponsore në formë të angazhimit punues të personave të cilët punojnë në korporatë, apo në dhurata mallrash.
- Letër me rekomandim nga donator i caktuar të sektorit korporues i cili i thekson shkaqet pse ai/ajo jep donacion dhe i nxit edhe të tjerët që të bëjnë të njejtën.
- Projekte specifike propozuese për të cilat nevojiten mjete financiare.

Sqaroni:

  - Qëllimet projektuese, beneficione dhe shpenzime;
  - Si mundet të ndihmojë kompania;
  - Beneficionet do ti ketë kompania nëse e përkrah projektin.

- Kërkesë oficiale të memorandumit ku në pika të shkurta do të rezimohet kërkesa dhe me çka do të paralajmërohet se person i caktuar përfaqësues i shoqatësë nacionale do të realizojë kontakt me ata në disa ditët e fundit që të shohë se a ka mundësi kërkesa të shqyrtohet edhe më tej.

- **Realizoni kontakte me bashkësinë e biznesit dhe përdorni lidhjet mes vullnetarëve dhe mes bashkësisë së biznesit dhe donatorët korporues.**

Personi i cili e realizon kontaktin, nuk e ka patjetër ta vizitojë kompaninë. Person i caktuar afarist i cili është përkrahës i shoqatës nacionale dhe i cili ka lidhje me kompaninë, mund të ketë mundësi t'ju caktojë takim. Ndonjëherë, mundësia është e vogël se drejtori i kompanisë do të rrefuzojë të takohet me drejtor tjetër se sa të takohet me të punësuar nga shoqata nacionale.

5. QASJE NË SEKTORIN KORPORUES

Në këtë fazë nevojitet që të posedohen aftësi komunikuese për bindje si dhe aftësi profesionale strategjike për shitjen e prodhimit tuaj.

- **Caktimi i takimit**

Hapi i parë është që të caktohet takim i cili do të zgjasë përafërsisht rreth tridhjetë minuta, me personin e caktuar në kompani i cili mundet të sjellë vendim për përkrahje të shoqatës nacionale.

Mënyra më e lehtë që kjo të bëhet është të gjendet dikush i cili ka lidhje në atë nivel të kompanisë. Kërkoni ndihmë që të njoftoheni me këta persona. Nëse nuk keni mundësi të siguroni këtë lidhje, mundohuni me dërgimit e pakos informative tek personi i caktuar, sëbashku me porosi se do të

paraqiteni për të biseduar rreth propozimit në disa ditët e ardhshme. Qëllimi i thirrjes telefonike është që të caktoni takim me personin. Më së miri është që në këtë fazë të mos filloni me diskutim konkret por ta leni atë për takimin të cilin do ta realizoni me personin.

- **Në takimin**

Mbani mend se drejtorët e korporatës janë njerëz të zënë prandaj më së miri është që ta theksoni argumentin se do të ketë beneficione për korporatën nga bashkëpunimi me shoqatën nacionale. Nëse personi i cili e bën prezantimin është i aftë ta shesë idenë, gjasa për sukses është shumë e madhe.

- **Në takimin prini në mënyrë pozitive**

Përderisa vëzhgimi është bërë në mënyrë përkatëse, mund të jeni të bindur se e njihni kompaninë mjaft mirë që të mund të propozoni ide relevante. Duhet ta njihni shumë mirë shoqatën nacionale që të mund të përgjigjeni në pyetje të caktuara.

- **Bëhuni afarist dhe efikas**

Bëhuni të saktë dhe të veshur në mënyrë përkatëse. Bëhuni të gatshëm se çka duhet të thoni dhe keni informacione relevante pranë jush. Nëse mbledhja apo takimi është caktuar që të zgjasë 30 minuta, përgatituni ta përfundoni takimin për 30 minuta. Donatorët e ardhshëm do ta caktojnë efikasitetin e shoqatës suaj nacionale nëpërmjet efikasitetit të njerëzve me të cilët takohen.

- **Përgatituni të përgjigjeni në pyetje të mundshme**
  - Sa janë shpenzimet e projektit?
  - Sa të holla ju nevojiten?
  - A mund të jetë donacioni në këste?
  - Çfarë publiciteti mund të presë kompania?
  - Kush tjetër është kyçur (kompani tjera, persona të njohur)?
  - A mundet ta vizitojnë projektin përfaqësuesit e kompanisë?

- **Bëhuni fleksibil**

Përgatituni, të propozoni mënyra alternative për përkrahje të cilat më së miri do të përgjigjen për donatorin e mundshëm. Është mirë që donatorit të mundshëm ti dërgohet ftesë për ta vizituar qendrën e shoqatës nacionale për tu bindur përderisa është i pavendosur në bazë të sigurimit të përkrahjes. Njoftohuni me gjendjen financiare të kompanisë ; ndoshta kompania parasheh të japë donacione në formë të mallrave. Gjithashtu mos harroni ti përmendni të gjitha lehtësimet tatimor të cilat kanë të bëjnë me rastin.

- **Mbajeni iniciativën**

Kur do ti tregoni punët kyçe, donatori i mundshëm me siguri do të kërkojë kohë që të mendohet apo përsëri ta shqyrtojë pyetjen me kolegët e tij. Kjo është në rregull, por thoni se do të paraqiteni pas një jave në vend se të shkoni dhe tua lini atyre që të lajmërohen.

- **Aktivitete pas mbledhjes**

Falënderohuni individëve me të cilët do të takoheni. Kujdesuni që të gjitha intervistat të përcillen më tej, gjegjësisht të dorëzoni informacione plotësuese përderisa keni premtuar dhe të zbatoni kontakt me donatorët e mundshëm në terminin e caktuar. Qëndroni në kontakt!

(për më shumë ide lidhur me kompanitë shikoni **Kreu 6)**

6. MËNYRA TË CILAT KORPORATAT MUND TI NDIHMOJNË SHOQATËS NACIONALE

Vijojnë mënyra të caktuara në të cilat kompanitë mund ti sigurojnë përkrahje shoqatës nacionale:

Donacione në të holla dhe donacione

Kjo me siguri është mënyra më efikase për përkrahjen e shoqatës nacionale. Kjo mund të jetë në formë të donacionit në llogari të përgjithshme, apo për projekt specifik përderisa ka pika prekëse me sferat interesante kryesore të kompanisë. Tek cilado shtojcë, kujdesuni që të ofroni projekte të cilat janë lidhur me profesionin e kompanisë, lokacionin gjeografik në veprimin e kompanisë apo kontributet e kompanisë.

Shumë shoqata nacionale pranojnë donacione nga korporata. Për shembull, KK i Sierra Leones, fiton donacione financiare nga bankat nacionale dhe ndërkombëtare si dhe nga kompania e naftës. Të tjerë fitojnë nga prodhues të automobilave, kompanive elektronike, barre, nga zinxhirat hotelierik, avio kompani, agjenci turistike dhe nga spektri i gjërë i ndërmarrjeve.

- **Si mund të jetë në favor të kompanisë donacioni në mjete financiare apo donacioni**

  - Kompania për botën investon në të ardhme më të ndritshme.
  - Kjo mënyrë e dhurimit është mënyrë për involvimin e mjeteve të organizuara për përkrahjen e projektit.
  - Publiciteti me donacionin mund tl jetl në favor për imazhin e kompanisë.
  - Donacionet e këtij lloji shpeshherë bartin lehtësime tatimore.

Dhurata në mallra

Shoqata nacionale mund të kërkojë nga kompania që të ndihmojë në sigurimin e përkrahjes materiale. Kjo mund të jetë prodhim i kompanisë, apo punë të cilat nuk shërbejnë më shumë për kompaninë, siç janë për shembull pajisjet e zyrave.

Nëse ka salon të shitjes, siç janë për shembull standet në treg apo projekt të cilit i nevojiten prodhime të caktuara (siç janë për shembull qebe apo pajisje për ndihmë të parë), shoqata nacionale mund të kërkojë prodhime të cilat nuk

nevojiten më shumë në kompani, siç janë për shembull, mallrat e mbetura apo prodhime të cilat shiten shumë rëndë.

Kujdes! Para se të pranoni dhuratë në mallra mendohuni se a do të jetë e në të vërtetë e dobishme. Nëse janë për shitje në shitore, shihni a mund ti shitni me çmim të ulët në shitore. Mbani mend se duhet ti llogaritni shpenzimet për skladimin dhe transportin të cilin e vlerësoni vlerën e dhuratës në mallëa.

- **Si mund që dhuratat e donuara në mallra të mund të jenë në favor të kompanisë**

  - Kjo është mënyrë e lehtë që të sigurohet donacion i vlefshëm me çmime relativisht të ulëta.
  - Mundet t'ju kursejë shpenzime për skladim dhe t'ju sigurojë hapësirë për punë të re.
  - Të punësuarit do të jenë të gëzuar me atë që malli do të përdoret në mënyrë të mirë në vend se të zen hapësirën.
  - Nëse dhurata është pajisje të cilën do të shërbejë shoqata nacionale, mund të ketë përkushtim me emrin e kompanisë.
  - Mund të ketë lehtësime tërheqëse tatimore për kompaninë e cila siguron donacion në materiale.

Përkrahje në formë të punës së dorës të huazuar përkohësisht

Ndonjëherë kompanitë do t'ju lejojnë që një pjesë të të punësuarve të punojnë në periudhë të caktuar kohore për shoqatën nacionale, kurse njëkohësisht do të vazhdojë që këtyre të punësuarve t'ju japë rroga. Kjo quhet huazim i përkohshëm i punëtorit. Ndonjëherë të punësuarit mund të huazohen për të punuar një numër të caktuar të orëve apo ditëve në javë. Ndonjëherë mund të huazohen për të punuar tërë kohën punuese për shoqatën nacionale në periudhë të caktuar kohore.

Kjo është mënyrë e mirë që të "huazohet" ndihmë profesionale kur ju nevojiten këshilla apo ndihmë profesionale në atë lëmi. Mundet që të merreni vesh të merrni ndihmë plotësuese në periudhë të caktuar kohore – gjatë gjendjeve urgjente, apo kur planifikohet projekt apo ngjarje. Këto veprimtari profesionale dhe këto përkrahje mund të jenë shërbime kompjuterike, kontabilitet, marketing, raport me publikun, procedura revizore, kujdes dhe vozitje.

Kujdes! Me rëndësi është që personat të cilët përkohësisht janë të huazuar për shoqatën nacionale të marrin përkrahje të mirë. Sepse shoqata nacionale nuk do të ketë dobi në mënyrë efektive dhe ekziston rrezik se personi i huazuar do të hasë përshtypje negative e cila mund të ndikojë në raportet e mëtutjeshme me kompaninë. Personat e huazuar patjetër duhet të dinë saktë se çka rritet nga ata dhe ata duhet të mbikqyren dhe përkrahen. Për atë qëllim nevojitet të bëhet përshkrim i qartë obligimeve punuese, të sigurohen instruksione të qarta dhe raport për kohëzgjatjen e punës e cila nevojitet.

Kjo do të thotë se do të bëhen shpenzime të caktuara nga ana e shoqatës nacionale. Do të duhet t'i mbuloni shpenzimet për administrim plotësues dhe mbikqyrje edhe nëse personi e pranon rrogën e plotë nga ana e kompanisë apo qeverisë. Merrni parasysh këto shpenzime kur të caktoni punë të këtilla.

Gjithashtu me rëndësi është të jeni të qartë që në fillim në bazë të aftësive të nevojshme të cilat nevojiten dhe të cilat do të jenë në dobi të shoqatës nacionale. Personat e huazuar duhet të jenë kompetent në punën të cilën do ta zbatojnë. Nëse nuk janë, në të dyja anët do të paraqitet frustracion.

- **Si mund të jetë punëtori i huazuar në dobi të kompanisë**

  - Personi i huazuar përkohësisht mund të hasë përvojë pune në sektorin joprofitabil dhe në rrethana tjera menaxhuese.
  - Do të përparohen raportet mes punëdhënësit dhe punëtorit sepse punëdhënësi do të tregojë se si personi i cili kujdeset për bashkësinë e gjërë nëpërmjet përkrahjes së punës së shoqatës nacionale dhe me mundësinë të cilën ia ofron të punësuarve që ti zgjerojnë përvojat e tyre punuese.
  - Huazimi mund të përdoret për angazhimin e të punësuarit i cili nuk nevojitet në kompani në periudhë të dhënë kohore.

Sponsorizim

Sponsorizimi mund të jetë njëra prej formave më efektive të përkrahjes korporuese. Kompanitë mund të binden që të sponsorizojnë më shumë punë. Ato mund ti paguajnë të gjitha, apo një pjesë të shpenzimeve për:

- Ngjarje (shiko **Kreu 7: Ngjarje);**
- Pajisje për projekte;
- Pajisje për zyre;
- Publikime;
- Reklamim;
- Përkrahje për mobilizimin e mjeteve (shembull, pagesa e postës për letra apo mbulimi i shpenzimeve për materiale);
- Projekt apo programe;
- Konferencë apo seminar për trajnim.

- **Si mundet që sponsorimi të jetë në dobi të kompanisë**
  - Zakonisht sponsorizimi ka vlerë të mirë tregtare. Nëpërmjet zgjedhjes së institucionit përkatës për sponsorizim, kompania mund të arrijë në auditoriumin e vet qëllimor.
  - Është lehtë që t'iu përshkruhet në mënyrë tërheqëse të punësuarve dhe klientëve të kompanisë;
  - Sponsorizimi në ngjarje mund të nënkuptojë edhe mikpritje korporuese, ku nga përfaqësuesit e kompanisë kërkohet që të marrin pjesë në pranim me persona të ftuar të theksuar dhe me personalitete.
  - Shpeshherë sponsorimi e tërheq vëmendjen e mediumeve. Kjo mund të jetë mënyrë e mirë për reklamim. Për shembull, në

prodhimin e sponsorizuar, siç është për shembull vetura e ambulancës, libri, posteri, apo pika për dhurimin e gjakut, do të qëndrojë falënderim për sponsorin.

- Sponsorizimi mund të jetë shumë i dobishëm për kompaninë nëse mund të bëhet lidhje mes punës së kompanisë dhe prodhimit i cili sponsorizohet dhe nëse shoqata nacionale mund të tregojë se ajo do të rezultojë me marketing të mirë në publik për kompaninë.

Kyçja e të punësuarve

Kompania mund të punojë me shoqatën nacionale nëpërmjet punëtorëve të tyre. Ka disa mënyra në të cilat kjo mund të bëhet.

- **Përkatësia kah një projekt i caktuar**

Të punësuarit mund të "pranojnë" një apo më shumë projekte për periudhën prej një viti dhe kompania i nxit që të sigurojnë mjete për projektin. Me rëndësi është që për të punësuarit sigurohen informacione, në bazë të asaj se sa mjete kanë siguruar dhe si përdoren donacionet e tyre. Me informacionet mund të sigurohen edhe fotografi, kurse personi i caktuar i shoqatës nacionale mund të shkojë tek ata dhe ti informojë. Është mirë të ftohen për ta vizituar projektin.

- **Kontribute përkatëse**

Nëpërmjet premtimit se firma do të japë po të njëjtin kontribut që do të japë secili punëtor, kompania mund ti përparojë raportet e mira me të punësuarit e saj.

- **Donacioni i pagesës së rrogës**

Ky është shërbim special të cilin e ofrojnë kompanitë për të punësuarit e tyre që të ndihmojnë të japin donacione në shumë të vogël për organizatën e tyre të dëshiruar joprofitabile. Donacioni merret drejtpërdrejtë nga rrogat e të punësuarve. Në disa vende kjo mund të ketë edhe lehtësime tatimore.

Shumë vende kanë mekanizma për përkrahje në këtë formë të dhënies së donacionit, bile ka edhe agjenci e cila e kryen punën administrative dhe distribuimin e donacioneve dhe siguron listë oficiale të organizatave joprofitabile të cilat të punësuarit mund ti zgjedhin për ti përkrahur. Shoqatat nacionale duhet të kontrollojnë se a ekziston kjo në vendin e tyre.

- **Apel në vendin e punës**

Këtu nënkuptojmë bindjen e kompanive të distribuojnë informacione të shoqatës nacionale në bazë të sigurimit të përkrahjes nëpërmjet kontributeve apo sigurimit. Shoqata nacionale mund të ofrojë që të sigurojë botime speciale nga ky material, nëpërmjet vendosjes në fascikla speciale apo nëpërmjet shtypit në fleta speciale në revistat e kompanisë të cilat do të mund të hiqen prej aty.

- **Si mund të jetë kyçja e të punësuarve në favor apo në dobi të kompanisë**

- Vëzhgimet tregojnë se njerëzit preferojnë të punojnë për kompani të cilat gëzojnë reputacion dhe të cilat janë përgjegjëse. Mundësia është e madhe që të punësuarit të jenë lojal dhe mirë të motivuar nëse kompania ku punojnë i nxit për të ndihmuar popullatën e mjeruar në botë, posaçërisht nëse kompania jap kontribut njësoj sikur të punësuarit.
- Shoqata nacionale mund të ndihmojë në organizimin e ngjarjeve të cilat të punësuarit dëshirojnë ti organizojnë, nëpërmjet sigurimit të këshillave, ndihmës praktike apo materiale për promovim.
- Zgjedhja për tu ndarë kontributi njësoj sikur i të punësuarit, paraqet politikë ideale korporative për dhurim.
- Sigurimi i informacioneve të mira për të punësuarit në bazë të shërbimeve të shoqatës nacionale e tregon interesin personal dhe praktik për të punësuarit e kompanisë dhe familjet e tyre.

Promovime të përbashkëta dhe marketing reciprok

Shoqata nacionale dhe kompania apo ndërmarrja mund të bëhen partnerë të përbashkët gjatë shitjes së gjërave të caktuara në opinion. Kjo quhet promovim i përbashkët apo marketing reciprok kjo zakonisht do të thotë se kompania në çështje ofron shumë të caktuar të të hollave të shoqatës nacionale për secilin prodhim të shitur (apo për më shumë prodhime). Kjo punë reklamohet dhe përdoret për bindjen e publikut që ta blejë prodhimin në llogari të përdorimit të emrit dhe logos së shoqatës nacionale.

Dalin përparësi për të dyja anët. Shoqata nacionale fiton pjesë nga profiti apo nga fitimi, kurse kompania ka dobi nga shitja plotësuese e prodhimeve për njerëzit të cilët do të zgjedhin për ti blerë, sepse dëshirojnë ta përkrahin shoqatën nacionale. Gjithashtu, përparësia është në atë se kompania e përkrah shoqatën nacionale nga buxheti i vet për reklamim, që ofron më shumë mundësi për përdorimin e burimeve të mjeteve se sa buxheti i cili është i dedikuar për qëllime bamirësie, i cili është shumë më i kufizuar.

Kompanitë mund të jenë posaçërisht të hapura për këtë lloj të kotratës përderisa kanë prodhime të cilat janë lidhur me punën e KK dhe GJHK në bazë të prodhimeve të caktuara shëndetësore apo prodhime për mbrojtjen e mjedisit jetësore.

Në Këshillin e Delegatëve mbajtur në Budapestë në vitin 1991, u miratua "Rregullorja e re për përdorimin e ëmblemës së Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe nga ana e shoqatave nacionale". Në Rregulloren është shkruar se theksimi i ëmblemës jashtë përdorimit tradicional në pajtueshmëri me Konventat e Gjenevës të vitit 1949 duhet të tejkalohet që të mos prishet roli mbrojtës i ëmblemës. Megjithatë, përdorime të caktuara të ëmblemës në bashkëpunim me kompani komerciale për shkak të sigurimit të burimeve të llojllojshme të financimit janë të kapshme. Shoqatat nacionale mund ta theksojnë ëmblemën në materialet e tyre reklamuese dhe në prodhimet e veta për shitje. Shoqatat nacionale gjithashtu mund t'i autorizojnë kompanitë

komerciale për ta theksuar ëmblemën në materialin e tyre reklamues por jo edhe në prodhime të cilat janë për shitje. Në të dy rastet, duhet të përcillen kushtet.

Kryqi i Kuq Kanadez e përdor këtë mjet për tërheqjen e publicitetit dhe mobilizimin e fondeve. Ëmblema e KK është theksuar gjatë shitjes, kurse fushatat reklamuese potencojnë qartë se një pjesë e shumës për prodhimin është dedikuar për shoqatën nacionale. Në Australi, një pjesë e shumës për kartelat telefonike është ndarë për shoqatën nacionale në periudhë të caktuar kohore.

Kujdes! Shoqatat nacionale gjithmonë duhet të kenë kujdes se sa është përkatës prodhimi për këtë qëllim. Prodhime të caktuara apo kompani të cilat mund të jenë në kundërshtim me qëndrimet e Lëvizjes duhet të tejkalohen. Nuk guxon të bën asnjë kontratë reklamuese me kompani të cilat prodhojnë armë, duhan, alkool, apo prodhime të cilat janë të dëmshme për mjedisin jetësor.

Shoqatat nacionale patjetër ta kenë parasysh gjithashtu se ëmblema e KK dhe GJHK është e njohur në tërë botën. Dhënia e lejes për tu përdorur ëmblema në prodhim të caktuar në një vend mund të ndikojë shumë në reputacionin e Lëvizjes në cilëndo pjesë të botës.

Patjetër duhet ti respektoni marrëveshjet ndërkombëtare për përdorimin e ëmblemës. Nuk guxoni t'ju lejoni kompanive që të lansojnë prodhim të ri me përkrahjen e KK apo GJHK. Nuk guxoni ta përdorni ëmblemën si vërtetim për garancinë e prodhimit. Keni kujdes të veçantë në bazë të të gjitha prodhimeve të cilat janë lidhur me shëndetin e njerëzve sepse mund të paraqiten shumë probleme më vonë.

Me rëndësi të madhe është, që fillimisht të keni llogari të plotë dhe të saktë për shpenzimet dhe vështirësitë administrative të cilat do t'i bartë shoqata juaj nacionale.

Ky lloj i promovimit shpeshherë i involvon shoqatat nacionale në **marrëveshje** të cilat patjetër duhet të respektohen. Me rëndësi është të jeni të sigurt se çka mund të bëhet dhe kush është i kapshëm para se të nënshkruhet marrëveshja.

- **Si mund të jetë i dobishëm marketingu reciprok për kompaninë**

  - I siguron përparësi kompanisë që të shesë prodhim i cili e ndan nga konkurrenca.
  - Përkrahësit e shoqatës nacionale mund të bëhen përkrahës së prodhimit por edhe të të gjithë kompanisë.
  - Shpenzimet e kompanisë janë minimale, përskaj pjesës së buxhetit dedikuar për promovim i cili edhe ashtu do të shpenzohet.

- Shoqata nacionale mund të bindë persona të famshëm dhe personalitete për të ndihmuar në reklamimin e prodhimit, që kompania ndoshta nuk do të mundet që ta bëjë vetë;
- Mund të pritet përkrahje më e gjerë në media sepse kyçja e shoqatës nacionale prodhimin e bën më interesant.
- Shoqata nacionale mund të bëjë promovimin e prodhimit në materialet e tyre informative dedikuar për anëtarët, donatorët dhe për vullnetarët.

Mundësi tjera

Të menduarit kreativ mund të sigurojë shumë mënyra për involvimin e kompanive. Ja disa ide:

- **Klube të donatorëve**

Këtu bëhet fjalë për involvimin e shoqatës nacionale në bindjen e personave të rëndësishëm dhe të famshëm që të jenë nikoqirë të pranimit ku do të jenë të ftuar drejtorë.

Me qëllim që rë jetë në listën e mysafirëve, drejtorët e kompanive apo liderë të firmave komerciale patjetër duhet të bëhen anëtarë të klubit të donatorëve, me çka paguajnë anëtarësi vjetore për shoqatën nacionale. Për kthim për anëtarësinë, ata marrin ftesa në pranime dhe ngjarje si dhe buletine informative nga shoqata nacionale dhe raport vjetor (apo materiale tjera varësisht nga rrethanat).

Kujdes! Programi vijues sikur ky i cili jep kontribut të vërtetë në periudhë të caktuar kohore. Ai duhet të mendohet mirë dhe të planifikohet paraprakisht dhe për atë qëllim nevojitet që të ndahet buxhet afatgjatë për këtë qëllim. Kujdesuni të ndani mjaft kohë, personel dhe kontakte për të mundur ta zbatoni atë. Gjithashtu, kompanitë mund të mos jenë të interesuara për këtë lloj të qasjes.

Si mundet anëtarësimi në klube të donatorëve të jetë në favor të kompanive.

- Siguron mundësi të takohen liderë tjerë në sektorin korporues .
- Siguron mundësi që të kërkohet ndihmë nga persona të famshëm dhe personalitete për aktivitete vijuese.
- Siguron promovim të mirë në publik nëpërmjet buletinit informativ dhe mediumeve lokale nëse drejtorin e shohin me person të famshëm apo personalitet në funksion të tillë.

- **Kartela të cilat tregojnë afinitetin dhe përkatësinë**

Bankat apo institucionet kreditore ndonjëherë përgatisin kartela speciale të dizajnuara debite apo kredi me emrin dhe logon e organizatës joprofitabile. Organizata mund të fitojë përqindje të vogël nga shuma të cilën do ta shpenzojë përdoruesi i kartelës. Shoqatat nacionale duhet t'i bindin njerëzit ta përdorin këtë kartelë në vend se atë të zakonshmet debite apo kredite. Kjo nuk është rëndë të bëhet sepse individin nuk e bën asgjë më shumë që ajo ti sjellë beneficione shoqatës nacionale.

- **Triska për pajisje**

Kjo ka të bëjë me bindjen e shitoreve të vogla që t'iu japin njerëzve triska për shumë të caktuar të harxhuar të të hollave. Klientët e mbledhin triska dhe i japin shoqatës nacionale që t'i konvertojë në mallra të cilat nevojiten. Klientët binden që të blejnë në atë shitore, në vend se tjetërkund, por edhe po të blinin më shumë, për të shpenzuar mjaft për të fituar triska.

- **Provizion**

Kompanitë të cilat punojnë me formë të caktuar të provizionit, siç janë kompanitë e sigurimit, mund të binden të ndajnë pjesë nga provizioni për shoqatën nacionale – posaçërisht, për shembull, gjatë një muaji. Ata munden ta reklamojnë këtë dhe të shpresojnë se do ti bindin klientët ta zgjedhin firmën e tyre në vend se ndonjë firme tjetër konkuruese. Edhe kjo nuk ka asgjë plotësuese ti bëjë klientët, ata do të dinë se një pjesë e shumës ndahet për shoqatën nacionale.

- **Kartolina**

Bindni kompani të caktuar e cila prodhon kartela dhe kartolina të shtypë një numër të caktuar të kartelave me porosi nga shoqata nacionale dhe të ndajë pjesë nga fitimi i kartolinave për shoqatën nacionale. Njerëzit shpeshherë rekomandojnë të blejnë kartolina të cilat janë dedikuar për ndonjë qëllim. Porosia mund të përmbajë informacione se me blerjen e asaj kartele një pjesë e mjeteve janë të dedikuara për aktivitete të shoqatën nacionale.

Në Finlandë, shoqata nacionale shet kartolina në kompani nëpërmjet postës së drejtpërdrejtë, kurse për shitjen dhe distribuimin e kartolinave në opinionin e gjërë kujdeset prodhuesi i kartolinave.

7. MENAXHIM ME DONACIONE NGA KORPORATA

TERMINI KOHOR

Shumë kompani kanë marrëveshje afatgjate me organizata të caktuara dhe periudha të caktuara kohore kur janë të zëna me buxhete dhe plane. Përgatitjet për bashkëpunim për vitin që vijon duhet të planifikohen para kësaj periudhe, që të munden kompanitë të përkujtohen në shoqatën nacionale, kur do të vijë kjo periudhë. Duhet të mundoheni të hyni në strategjinë e marketingut të kompanisë dhe të bëheni pjesë e saj për periudhë të caktuar kohore – por gjithashtu edhe jo për periudhë shumë të gjatë. Dhe mbani mend se kompanitë nuk munden të sjellin vendime që t'ju sigurojnë mjete për aktivitete të caktuara vetëm për shkak se juve ju nevojiten të holla. Planifikoni paraprakisht!

Udhëheqja e të hollave

Si për të gjithë donatorët, me rëndësi të madhe është që të keni të dhëna të mira për kontaktet me sektorin korrporativ. Shënoni se cilin e keni kontaktuar dhe për çfarë qëllimi dhe si kanë qenë rezultatet. Për shkak se do të jenë të kyçur në proces njerëz të ndryshëm, me rëndësi është të dërgohen raporte

për kontaktet dhe të sigurojnë edhe informacione tjera relevante nga njëri person në shoqatën nacionale.

Informoni donatorët

Pasi të bëhet lidhja me ndërmarrjen apo korporatën, me rëndësi është që të mbahet lidhja dhe të tregohet se shoqata nacionale është efektive dhe efikase në punën e saj. Kjo posaçërisht ka të bëjë të cilat nuk janë përgjigjur në apelin tuaj si dhe për ato të cilat ju kanë siguruar përkrahje.

Me rëndësi është që vazhdimisht ti informoni donatorët vijues dhe potencial korporativ në përparimin e programit të cilin e implementon shoqata nacionale. Kjo posaçërisht është e rëndësishme përderisa kompani e caktuar ka vendosur të përkrahë pjesë të caktuar të programit. Kujdesuni që rregullisht ti informoni, t'ju dërgoni fotografi për punën të cilën e përkrahin. Gjithashtu është e mundshme, që përfaqësuesit e kompanisë ta vizitojnë projektin.

Kompanitë të cilat dhurojnë në mënyrë më gjenerale, gjithashtu patjetër duhet të informohen. Interesi dhe përkrahja e tyre patjetër duhet të kujdesen dhe të rriten. Ata duhet të jenë të impresionuara nga efikasiteti i shoqatës nacionale dhe mënyra në të cilën mbahen kontaktet.

Gjithashtu, me rëndësi është ti informoni kompanitë për ndërmarrjet tjera të cilat e përkrahin shoqatën tuaj nacionale. Kjo shpeshherë e nxit interesin e kompanive. Ata do të ndjejnë se vendimi i tyre për të dhënë përkrahje është përkrahur edhe nga të tjerët edhe nga kompanitë gjithashtu nuk do të dëshirojnë që përkrahja e tyre të jetë më e vogël se ajo që e ndajnë të tjerët!

- **Buletin për korporata**

Kur një numër i kënaqur i ndërmarrjeve dhe kompanive të fillojnë të sigurojnë përkrahje, vlen të mendoni se do të duhet të filloni të përgatitni buletin informativ për kompanitë të cilin do ta dorëzoni një herë në tre apo gjashtë muaj. Këtu mund ti kyçni shumicën e informacioneve të cilat i propozuam më parë. Përskaj asaj se të gjithë do të jenë të informuar mund të kyçni edhe stati, gjëra të ndryshme dhe me atë të jenë edhe më interesante për publikun. Buletini informativ mund të përdoret gjithashtu për forma të ndryshme të kyçjes së kompanive tjera në punën e KK.

Menaxhimi financiar

Kur punohet me sektorin korporativ, me rëndësi të madhe është të tregohet se këto procedura janë efikase dhe afariste. Gjithmonë është me rëndësi esenciale të sigurohet se ekzistojnë procedura të zbatuara financiare para se të fillohet me çfarëdo aktiviteti për mobilizimin e fondeve. Njerëzit të cilët sjellin vendimet në emër të kompanisë janë njerëz afaristë dhe do të presin që organizata të cilën e përkrahin, ta tregojë nivelin më të lartë të kompetencës.

(për të shikuar se si zbatohen procedurat financiare shiko **Kreu 2: Menaxhimi financiar).**

REZIME

- KORPORATAT MUND TË SIGUROJNË MALLËRA, PAJISJE, KUSHTE HAPËSINORE, PËRKRAHJE PROFESIONALE DHE NJERËZ SI DHE MJETE FINANSIARE PËR SHOQATËN NACIONALE.

- KORPORATAT MUND TË DËSHIROJNË TË SPONSORIZOJNË DIÇKA QË DËSHIRON APO E BËN SHOQATA NACIONALE.

- HAPAT PËR PLANIFIKIM DHE PËRGATITJE TË RASTIT PARA DREJTORIT TË KORPORATËS PATJETËR DUHET TË JENË TË PLANIFIKUARA, TË RENDITURA DHE TË PËRGATITURA MIRË NË MËNYRË AFARISTE.

- VULLNETARËT E BASHKËSISË AFARISTE MUND TË LUAJNË ROL NË SIGURIMIN E PËRKRAHJES SË BASHKËSISË SË TYRE.

- EKZISTON NEVOJË QË TË JENI TË KUJDESSHËM PËR TA MBROJTUR EMRIN DHE IMAZHIN E LËVIZJES.

SHTOJCA N

SHEMBULL I RASTIT

Kryqi i Kuq Amerikan
Kërkesë për takim deri tek korporata

SHEMBULL I LETRËS PËR KORPORATËN

Z. J.N. Doherti
Nënkryetar
Fondacioni i Kompanisë së naftës Shell
Two Shell Plaza
P.O.Box 2099
Houston, TX 77252

Nga:

Ronald E. Sprat, Udhëheqës i Njësisë për zhvillimin e mobilizimit të fondeve të korporatave dhe fondacioneve
Kryqi i Kuq Amerikan
Qendra
Uashington DC 20006

28 Korrik 1994

I nderuari Z. Doherti

Ju lutem të na falni që Ju drejtohem në afat aq të shkurtë, por shpresoj se do të jeni të lirë javën që vjen që të mund të Ju informoj për programet dhe aktivitetet e KK Amerikan. Dëshirojmë të shprehim falënderim të madh deri tek Kompania e Naftës Shell si një prej donatorëve tanë të mëdhenj dhe dëshiroj që t'ju bindi se përkrahja juaj mundësoi të ndihmojmë një numri të madh të njerëzve kur ishin të ballafaquar me nevoja të jashtëzakonshme.

Përderisa Ju konvenon dhe përderisa jeni të interesuar, kam prezantim dokumentar të shkurtër prej tetë minutash që e tregon rëndësinë dhe vlerën e përkrahjes së Kompanisë së Naftës Shell. Prezantimi i përfshin aktivitetet e Kryqit të Kuq të cilat vijojnë:

- Përgatitshmëri dhe veprim gjatë katastrofave;
- Program për shëndetësi dhe sigurim;
- Llojllojshmëri kulturore;
- Shërbime për forcat e armatosura;
- Ndihmë dhe zhvillim ndërkombëtar humanitar.

Me rëndësi të posaçme për KK është mundësia që më mirë të njihemi me interesat dhe pritjet filantropike të Kompanisë së Naftës Shell. Qëllimi ynë nuk është vetëm ti plotësojmë pritjet tuaja por të bëjmë diçka më shumë.

Unë do të jem në Teksas, në vizitë të organizatave tona komunale të KK në periudhë prej 3 deri më 5 gusht. Mundem lehtë ti përshtati obligimet e mija që të takohem me Ju. Do të kem kënaqësi të veçantë që të takohem me Juve dhe anëtarët tjerë të ekipit tuaj.

Ju lus që të më kërkoni personalisht (tel: 202/639-3468 apo faksi: 202/639-6163), përderisa jeni të interesuar që të takohemi dhe përderisa ju përshtatet termini. Shpresoj se do të kemi mundësi për tu takuar.

Me respekt,
Ronald E. Sprat
Qendra
Udhëheqës i
Njësisë për zhvillim të mobilizimit të fondeve të korporatës dhe fondacioneve

SHTOJCA NJ

SHEMBULL I RASTIT

Kryqi i Kuq Amerikan
Kërkesë për sponsorizim nga korporata

SHEMBULL I LETRËS PËR KORPORATËN

Z. Rendal L. Tobias
Kryetar
Eli Lilly & Company
Lilly Corporate Center
Indianapolis, Indian 46285

I nderuari Z. Tobias,

Kryqi i Kuq Amerikan për momentin është duke bërë hap esencial në historinë zhvillimore të organizatës. Ju shkruaj jo vetëm për përkrahjen tuaj të sinqertë në punën e Kryqit të Kuq, por edhe për shkak rolit udhëheqës Eli Lilly në industrinë farmaceutike. Dëshiroj të takohem me Ju sa më shpejtë që mundet që të bisedojmë se si mundemi ti ruajmë, përmirësojmë dhe zgjerojmë shërbimet e Kryqit të Kuq në bashkësitë amerikane në të gjithë vendin.

Edhe pse nevoja për zgjerimin e aktiviteteve të KK rritet në masë të madhe, burimet tona financiare ulen, dhurimi i gjakut është në rënie dhe numri i vullnetarëve të KK është ulur në 75% nga numri i vullnetarëve të cilët i kishim në vitin 1982, posaçërisht në vitin e kaluar kur kishim ulje në 20% nga numri i vullnetarëve tanë.

Për të parë se si mund të sigurojmë kontributin e nevojshëm dhe përkrahjen vullnetare, KK zbatoi vëzhgim të madh në treg për ti analizuar trendet, qëndrimet dhe sjelljen e publikut amerikan. Ky vëzhgim i pavarur vërtetoi se KK është organizata më e respektuar humanitare në vend, dhe nëse drejtohemi kah populli amerikan për përkrahjen e tyre, ata do të përgjigjen me zemër të gjerë.

Për herë të parë pas disa dekadash, Kryqi i Kuq filloi fushatë të madhe për anëtarësim. Do të kërkojmë nga njerëzit, posaçërisht nga të rinia, të dhurojnë mjete dhe të kyçen në KK amerikan. Është përgatitur fushatë e guximshme e marketingut si dhe program marketing të cilat do të zbatohen në muajin mars të vitit 1995 për ta përmirësuar imazhin tonë në publik. Kryqit të Kuq i nevojitet përkrahja juaj si sponsor i sektorit korporativ që të siguroni mjete për fushatën e marsit. Do të dëshironim të jeni partneri ynë në këtë fushatë. Materialet e paraqitura i përshkruajnë beneficionet të cilat dalin nga sponsorimi korporativ dhe se si ato mund ta përforcojnë reputacionin e Eli Lilly në të gjithë botën.

Si sponsor korporativ, në përgjithësi do t'Ju jepet mirënjohje për përkrahjen tuaj në fushatën reklamuese të cilën do ta zbatojë KK në muajin mars gjatë

reklamimit të cilën do ta dhuroni apo kontributi financiar për organizatën tonë. Gjithashtu mund ta përdorim emrin tonë në reklamat tuaja.

Në mbledhjen e përbashkët, jemi të gatshëm të bisedojmë për beneficionet specifike të marketingut të cilat do të dalin nga Eli Lilly si rezultat i bashkëpunimit me KK. Këto beneficione mund të jenë në formë të kyçjes së programeve speciale për përmirësimin e gjendjes shëndetësore apo për materiale lidhur me barërat tuaja Prozac, Axid, Ceclor, Darvon, Iletin, Humulin. Gjithashtu mund të diskutojmë për programe speciale të marketingut me akvizicionin tuaj që vijon të PCS-së.

Qëllimet e organizatës sonë janë të lidhura ngushtë. KK gjithmonë është këtu kur njerëzve në bashkësitë e të gjithë botës u nevojitet ndihmë. Eli Lilly punon me klientët e saj në të gjithë botën në fushën e ndalimit, menaxhimit dhe shërimit të sëmundjeve me benefit maksimal dhe shpenzime minimale për pacientët dhe në përgjithësi. Kurse e dimë se kur katastrofa do të ndodhë dhe kur ekziston problem me shëndetin, atëherë ndihma nuk mund të presë.

Së shpejti do t'ju kontaktojmë nga zyra ime që të caktojmë takim. Unë dhe kolegët me padurim presim që të takohemi së shpejti.

Me respekt,

SHTOJCA NJ1

SHEMBULL I RASTIT

Kryqi i Kuq i Bocvanës
Mobilizimi i fondeve të korporatës

SHEMBULL I RASTIT: KORPORATA

Shoqata nacionale: **Kryqi i Kuq i Bocvanës**

Emri i aktivitetit: **Mobilizimi i fondeve të korporatës**

1. *Përshkruani aktivitetin dhe qëllimet.*

Drejtohemi tek korporatat që të kërkojmë një shumë të caktuar të të hollave të cilat do ta sigurojnë bazën vjetore. Patjetër duhet të dërgojmë përkujtesa gjatë recesionit kur donatorët e vegjël kanë vështirësi për ti plotësuar kontributet e tyre.

2. *Pse e zgjodhët këtë aktivitet dhe sa të hyra siguroni me këtë aktivitet?*

Kjo ishte njëra prej aktiviteteve të shumta për mobilizimin e fondeve por njëkohësisht kjo është njëra prej atyre më produktive. Gjithashtu nevojitet që puna vazhdimisht të përcillet dhe të ndërmerren aktivitete për promovimin e aktivitetit në opinion me qëllim që të mund të realizohet me sukses. Me këtë aktivitet siguruam 75,000.00

3. *Sa është i rëndësishëm ky aktivitet për shoqatën tuaj nacionale? Pse?*

Me këtë aktivitet sigurojmë të holla të paqëllimta dhe nuk kemi asnjëfarë shpenzimi.

4. A *kishit vështirësi të caktuara? Nëse kishit, si u ballafaquat?*

Problemi kryesor ishte recesioni. Të shpresojmë se pas mbarimit të recesionit përsëri do të kemi rezultate të rëndësishme .

5. *Çfarë janë parashikimet tuaja afatshkurte dhe afatgjate për këtë aktivitet?*

Të vazhdojmë me realizimin e projektit dhe ti zgjerojmë orvatjet në kompani tjera.

6. *cilat janë leksionet kryesore të cilat i mësuat?*

Shumë është me rëndësi të mbahen kontaktet me donatorët.

Mobilizimi i fondeve nga korporatat: Z-nja. Ruth Khama,
Kryetar i Kryqit të Kuq në Bocvanë

Filluam me prezantime të shkruara në ndërmarrjet më të mëdha duke u drejtuar që të na sigurojnë donacione në bazë vjetore. Shuma të cilën e propozuam për kompanitë më të mëdha ishte 5.000.000 dhe e ulnim shumën derisa mendonim se është e patjetërsueshme. Nuk pritnim se dikush do ta paguajë këtë shumë, por përderisa propozoni shumë më të vogël, ata ofrojnë edhe më të ulët, por hasën idenë të cilën e kërkojmë. Disa kompani në realitet paguan aq sa kërkuam. Në përgjithësi, përgjigja oshte shumë e kënaqshme dhe shumica e kompanive i plotësuan kontributet e tyre.

Gëzojmë përkrahje të madhe në bashkësinë si Lëvizja e KK, që na mundëson më lehtë ti bindim njerëzit të marrin pjesë me mjete të tyre financiare, për aktivitetet tona për mobilizimin e fondeve. Me rëndësi është të fitohet besimi i tyre dhe të njoftohen se çka veprojmë ne, si dhe të evidentohen llogaritë e rregullta financiare dhe të japim në shqyrtim raporte të revizionit të gjithë atyre të cilët kanë dëshirë ti shohin. Nuk mjafton vetëm t'ju shkruani letër drejtorëve gjeneral apo personave tjerë udhëheqës, por qasja personale ka ndikim shumë të madh. Është rëndë që të refuzohet dikush aq lehtë përderisa ulet përballë jush. Gjithashtu ndihmon që ti ftoni njerëzit tek ju dhe të ndani ushqim apo pije kur ti diskutoni këto çështje.

Drejtori gjeneral në njërën prej kompanive tona ishte adhurues i përkushtuar i Kryqit të Kuq dhe në apelin e drejtuar në kompaninë e tij vendosi që të mos na japë donacion vjetor, por në vend të saj, vendosi të organizojë ngjarje për mobilizimin e fondeve një herë në vit duke mbuluar shpenzimet organizative të KK. Ai organizoi shou të shkëlqyeshme të cilat ishin të popullarizuara dhe paguante shuma të larta për buletat, të cilat njerëzit me kënaqësi i paguanin ato. Një vit ai me avion solli, në shpenzime të tij, një këngëtar i operës nga Evropa. Për fat të keq tani u largua nga Bocvana, por njeriu i cili e trashëgoi është shok personal dhe e vazhdoi idenë e njejtë edhe pse nuk organizoi shou, sepse siç thotë ai, nuk ka talent për atë, por shumë ka dëshirë të luajë golf, prandaj një herë në vit organizoi gara në golf kurse të hollat shkojnë në dobi të KK.

Ky lloj i apelimit mund të jetë shumë i mirë nëse kërkesat tuaja janë të drejtuara tek personat e vërtetë. Ky apel sjell rreth 70.000 e më shumë në vit, por disa kompani japin përkrahje në mallra. Për shembull, një kompani me shitje të vogël jep donacion në qese me ushqim me prodhime qumështi të cilat janë të dedikuara për qendrën tonë për trajnim të personave të hendikepuar. Shpenzimet për këtë aktivitet janë minimale dhe përbëhen kryesisht në letër dhe triska postare për përkujtimin e kompanive nëse ndodh që të harrojnë të japin donacione. Shumë firma e përdorin mundësinë për reklamim personal në mediume me atë që na përkrahin neve, kur i dorëzojnë çeqet e tyre. Kjo nuk na pengon, në realitet e përshëndesim sepse shërben edhe për reklamën tonë posaçërisht në bazë të aktiviteteve tona. Firma tjera konkurruese, me qëllim që të mos jenë të fituara nga konkurrenca, vendosin të japin përkrahje posaçërisht për shkak të publicitetit.

Leksioni kryesor i mësuar nga ky aktivitet është nevoja që të fitohet besimi i bashkësisë, njerëzit të jenë të vetëdijshëm për programet tona për rehabilitim

dhe për përgatitje gjatë katastrofave, qendra jonë për trajnimin e personave të hendikepuar, puna e vullnetarëve tanë dhe mbi të gjitha është që të binden se të hollat të cilat i ndajnë përdoren në mënyrë adekuate për aktivitetet e KK. Gjithashtu duhet ti bindim se të hollat të cilat i ndajnë për qëllime bamirëse për çdo vit duhet të na jepen neve sepse kemi nevoja më të mëdhaja dhe e zbatojmë punën më të madhe të këtij plani në vend. Në Bocvana ka shumë organizata dhe klube të cilat drejtohen me kërkesa për përkrahje financiare. Prandaj, obligim i yni është që ti bindim njerëzit se më mirë është ta përkrahin kauzën tonë sepse të hollat i përdorim ashtu siç kishin dashur ata ti përdorin.

Prezantuar në seminarin për mobilizimin e resurseve në Johanesburg, Republika e Afrikës Jugore, 26 – 28 janar, 1994

KREU 9

AKUMULIMI I TËHYRAVE

1. AKUMULIMI I TË HYRAVE
   Qëllime
2. RISI, RREZIQE DHE AFTËSI AFARISTE

   Inovacion;
   Rrezik i kyçur
   Aftësi të nevojshme afariste

3. AKTIVITETE TË RËNDËSISHME AFARISTE

   Pagesa e shërbimeve (kompensim për shërbim)
   Kompensim të shpenzimeve regjisore

4. AKTIVITETE TË LIDHURA AFARISTE

   Ndërtesa dhe truall
   Profesion dhe shërbime organizative
   Marketing i huazuar
   Aktivitete tjera afariste

5. AKTIVITETE FINANSIARE

   Të hyra nga investimet
   Këmbimi i valutave revizore
   Masat e kujdesit

SHTOJCA L: LOJËRA TË FATIT

SHTOJCA R: MUNDËSI PËR SHITJE

SHTOJCA S: ZHVILLIM FINANSIAR NËPËRMJET BLERJES SË BORXHEVE

SHTOJCA T: SHEMBUJ TË RASTEVE

QËLLIME

- TË ZBATOHEN TRE QËLLIMET E LIDHURA PËR PROJEKTE TË AKUMULIMIT TË TË HYRAVE: FITIM, NEVOJË SOCIALE DHE PËRFORCIM I LËVIZJES.

- TË JESHË I NDËRMARRUR NË GJETJEN E PUNËVE TË REJA PËR FITIMIN E TË HOLLAVE PËR SHOQATËN NACIONALE.

- TË KUJDESENI QË TI POSEDONI NEVOJAT E AFTËSIVE AFARISTE DHE NJERËZ PARA SE TË FILLONI ME PROJEKTIN PËR AKUMULIMIN E TË HYRAVE.

- TË GRUMBULLONI KOMPENZIME ADEKUATE PËR SHËRBIM APO PAJISJE E CILA E SIGURON SHOQATËN NACIONALE.

- TË BËNI VLERËSIMIN E RREZIQEVE TË CILAT JANË PJESË PËRBËRËSE E AKTIVITETEVE PËR AKUMULIMIN E TË HYRAVE.

1. AKUMULIMI I TË HYRAVE

Akumulimi i të hyrave do të thotë bindje e njerëzve që të japin të holla për kompensim me diçka tjetër. Në vend se të sigurohen mjetet nëpërmjet kërkimit të donacioneve, akumuloni të hyra me atë që kërkoni nga njerëzit të paguajnë për diçka që ju pëlqen.

Prej aty, mund të thuhet se akumulimi i të hyrave do të thotë shitje apo huazim i njerëzve, mallra të ndryshme, shërbime apo pasuri, apo t'ju jepni mundësi të marrin pjesë në lojërat e fatit, nëse këto aktivitete janë normale në mjedisin tuaj. Kjo kaptinë shqyrton mënyra të caktuara të vëzhgimit, zhvillimit dhe udhëheqjen e këtyre aktiviteteve. Gjithashtu tregon se punë të caktuara në të cilat duhet pasur kujdes që të tejkalohen rreziqet të cilat janë prezente.

Para se të fillojnë me aktivitete për akumulimin e të hyrave, shoqatat nacionale duhet të jenë në qartësi ku aktivitete të mundshme me siguri do të jenë të kyçura, a janë ato adekuate, cilat aftësi janë të nevojshme dhe kush do të jetë përgjegjës për akumulimin e të hyrave.

Kujdes! Punët të cilat janë të përmendura në këtë kaptinë duhet të kontrollohen me ligjet dhe rregulloret, duke kyçur edhe donacionet të cilat janë shumë të ndryshme nga ligjet dhe rregulloret e zakonshme të cilat kanë të bëjnë me organizatat joprofitabile. Disa shoqata nacionale kanë statute dispozita të cilat gjithashtu janë të lidhura me këto aktivitete. Para se të vazhdojnë më tej me këto ide, shoqatat nacionale patjetër duhet t'i kontrollojnë rregulloret dhe rregullat shtetërore të shoqatave nacionale të cilat zbatohen në rastin e tyre.

Qëllime

Qëllimet e projektit për akumulimin e të hyrave për organizatë joprofitabile duhet të jenë si vijon:

- Të fituarit;
- Kënaqja e nevojës së arsyeshme sociale;
- Përforcimi i Lëvizjes.

Qëllimi i parë – fitimi i të hollave është me rëndësi absolute esenciale. Nëse të hyrat tuaja për akumulimin e të hyrave kanë deficit, sipas definicionit është pa sukses dhe duhet të ndalet. Qëllimi i projektit për akumulimin e të hyrave është që të fitohen të holla, **jo vetëm të mbulohen shpenzimet, por edhe të realizohet profiti i vërtetë!**

PROFIT = Të hyra – Shpenzime

Qëllimi i dytë – kënaqja e nevojave të arsyeshme sociale është e rëndësishme për dy arsye: (1) nëse aktiviteti nuk kënaqë nevojë të caktuar, njerëzit nuk do të paguajnë për atë dhe aktiviteti nuk do të ketë

sukses dhe (2) nëse nevoja nuk është nevojë e arsyeshme sociale, aktiviteti do të jetë jo përkatëse për shoqatën nacionale. Biznesi i shoqatave nacionale është shërbim. Ky është prodhimi ynë. Kurse projekti për akumulimin e të hyrave **siguron diçka që ka vlerë të përgjithshme, jo vetëm të fituarit e të hollave!**

Shoqatat nacionale në Norvegji dhe Suedi shesin kuti me ndihmë të parë për automjete

Qëllimi i tretë është të sigurohet prodhim apo shërbim **të cilat do ta përforcojnë apo zgjerojnë kapacitetin e shoqatës nacionale.** Në projektet më të mira për akumulimin e të hollave të cilat i implementojnë organizatat joprofitabile, prodhimi apo shërbimi nuk paraqet vetëm fitim apo diçka që ka vlerë sociale, por gjithashtu është në drejtim të përkrahjes së misionit të shoqatës nacionale. Del në mënyrë natyrore nga puna e organizatës, shërben për përmirësimin e imazhit të organizatës dhe e rrit kapacitetin e vet për përkrahjen e popullatës së mjeruar në mënyrë të caktuar specifike.

Aktiviteti mund të kontribuojë për popullaritetin e KK apo për GJHK dhe të kontribuojë për realizimin e kauzës së vet. Mund ta lehtësojë derdhjen e kontributeve në organizatë. Mund të kontribuojë për zhvillimin e rrjeteve nacionale të liderëve, komisioneve dhe vullnetarëve në secilën pjesë të vendit të cilët mund të mobilizohen si përgjigje e katastrofës së caktuar. Mund të kontribuojë në organizimin e njerëzve në struktura të dobishme, sisteme komunikatave që mund të përdoren në programe tjera të shoqatës nacionale.

Një aspekt i të gjitha qëllimeve është që të kujdeseni imazhi i aktivitetit afarist të jetë **adekuat** për shoqatën nacionale. Kjo gjithsesi varet nga vetë aktiviteti, mënyra në të cilën implementohet, dhe kultura e religjioni në vend. Nëse raporti mes projektit dhe organizatës nuk është e qartë dhe adekuate, njerëzit do të pyesin, “Pse KK apo GJHK, si organizatë joprofitabile e cila ka për qëllim kryesor t’ju ndihmojë njerëzve, realizon aktivitet afarist në fusha në të cilat nuk do të duhej ta bëjë atë?”

Planet dhe buxheti për aktivitet dedikuar për akumulimin e të hyrave duhet të jenë të qarta në bazë të përshkrimit (1) si do të realizohet fitimi dhe sa do të jetë shuma, (2) cila nevojë e arsyeshme sociale do të plotësojë, dhe (3) si do të përforcohet shoqata nacionale.

Pyetja kyçe e cila duhet të parashtrohet para se të fillojë projekti për akumulimin e të hyrave se si do të përdoren t hyrat neto të realizuara. Do të ishte mirë përderisa këto mjete të realizuara të përdoren në mënyrë e cila do të ketë rëndësi të dukshme në punën e organizatës.

2. RISI, RREZIK DHE AFTËSI AFARISTE

Projektet për akumulimin e të hyrave janë aktivitete të cilat i implementon organizata jofitimprurëse. Ato bien në ligje të caktuara të cilat në treg trajtohen sikur të realizojnë kompani private. Përderisa nuk kanë mundësi të ballafaqohen me sfidat siç është noviteti, konkurrenca e

tregut, shërbimi i klientëve, menaxhimi i mirë, mundësia është e madhe që të mos kenë sukses.

Në shumë shoqëri ku biznesi është i zhvilluar mirë, sigurisht do të ishte e dobishme të theksohet "vlera e shtuar" e shërbimit apo prodhimit që të mund të jetë konkurrent në treg. "Vlera e shtuar" është ajo që këtë punë e zbaton KK / GJHK dhe ndjenja e mirë apo plotësimi shpirtëror të cilën do ta fitojnë klientët me atë që do të blejnë diçka që do të kontribuojë për sigurimin e ndihmës për njerëz të tjerë. Në vendet ku biznesi është më pak i zhvilluar, ka gjasa të jetë konkurrent me atë që sigurimi i prodhimit apo shërbimi të jenë unike dhe fitimprurës vetvetiu.

Garazhi i Kryqit të Kuq të Shqipërisë është i pari në vend që bën rregullimin e veturave për ndihmë të parë dhe automjete tjera.

Novitet

Prodhimet dhe shërbimet e suksesshme blerësit i ofrojnë diçka të posaçme. **Ato mund të jenë diçka e re, diçka më e mirë, diçka me çmim më të ulët apo diçka që mundet lehtë të furnizohet.**

Na ngelet neve dhe ekipit tuaj të vërtetoni se çka mund të ofroni e që do të jetë mjaft tërheqëse për tu siguruar klientë potencial të cilët do të paguajnë më shumë sesa ju kushton juve për ta siguruar atë prodhim apo shërbim, e të cilin nuk e siguron firma apo organizata konkurrente. Kreativiteti do tu nevojitet për të gjetur diçka që do të mundësojë që veprimtaria juaj të jetë tërheqëse dhe e suksesshme. Do të veproni si sipërmarrës, krijues i biznesit të ri. Sfida është që ta gjeni veprimtarinë e cila mungon apo ta gjeni vendin ku konkurrenca është më e vogël.

Shoqatat nacionale kanë shumë resurse të cilat mund të përdoren në mënyra të ndryshme për akumulimin e të hyrave. Hapi i parë kah akumulimi i të hyrave është që të kontrollohet se si mund të përdoren resurset në mënyrë sa më të mirë. Hapi i dytë është që të identifikohet prodhim i caktuar i ri i mundshëm apo shërbim të cilin keni dëshirë ta zhvilloni.

Rreziku i kyçur

Gjithmonë ekziston rrezik i mundshëm tek aktivitet për akumulimin e të hyrave. Akumulimi i të hyrave ka të bëjë me sigurimin e burimeve të reja të të hyrave, në vend të kërkimit të përkrahjes nga përkrahësit tuaj për të dhuruar më shumë të holla. Kjo do të thotë se kërkoni nga publiku të paguajë për diçka të cilën e kanë dashur apo ju nevojitet. Për shkak se ata paguajnë për diçka që do të jetë e dobishme, do të ballafaqoheni me konkurrencën e kompanive shumë të vogla dhe të mëdha të cilat ndoshta e sigurojnë prodhimin apo shërbimin e njëjtë. Prandaj përgatituni për të gjitha shtypjet të

cilat janë prezente në tregun e konkurrencës. Të gjitha mundësitë e biznesit janë të shfaqura në rreziqe potenciale.

Studimi për tu paguar
Filloni me aktivitet të vogël
Përdorimi i resurseve

Para se të vendosin se do të kapen me aktivitetet për akumulimin e të hyrave, shoqatat nacionale duhet të ndërmarrin studim adekuat për tu paguar. Duhet të siguroheni se një numër mjaft i madh i njerëzve do të dëshirojnë të paguajnë të holla për atë që ju e ofroni. Për këtë qëllim do të nevojitet të bëni vëzhgimin e tregut.

Rreziku mund të ulet **përderisa aktiviteti juaj në fillim është i vogël dhe i kufizuar.** Kjo do ti ulë shpenzimet fillestare, do t'ju mundësojë të bëni ndryshime dhe përmirësime të caktuara gjatë implementimit, dhe do t'ju mundësojë të vërtetoni se a keni në dispozicion prodhim të mirë i cili në realitet do të mund të shitet dhe të realizohet fitim. Ndoshta do të duhet të kalojnë disa vite derisa veprimtaria juaj nuk bëhet fitimprurëse e për të cilën nevojitet të jeni të qëndrueshëm për të filluar projekti të zhvillohet dhe derisa nevojitet të ndërpritet projekti nëse humbjet janë të larta apo nëse është pa fitim.

Shoqata nacionale duhet të sigurojë se aktiviteti paraqet përdorim **efikas dhe adekuat të resurseve,** se ekziston treg më i mirë për prodhimin dhe shërbimin, se të hyrat do të jenë më të larta se shpenzimet dhe se mund të ballafaqoheni me rreziqet. Gjithmonë është mirë të kërkoni këshillë nga persona profesional në fushë adekuate afariste.

Aftësi të nevojshme afariste

Nëse sillni vendim se veprimtaria ia vlen të bëhet, kontrolloni se a posedon shoqata nacionale aftësi biznesi për implementim të suksesshëm të projektit të këtillë. **Do tu nevojitet ti posedoni të gjitha aftësitë siç janë, menaxhim, marketing, financa, revizion, resurse njerëzore dhe aftësi tjera të specializuara të biznesit të cilat janë adekuate për veprimtari të ndryshme.**

Kujdes! Për të shitur gjëra, të paguani shërbim dhe të organizoni lotari, duhet të posedoni **aftësi biznesi** nëse dëshironi që me sukses ti menaxhoni këto aktivitete. Përderisa nuk keni mjaft aftësi profesionale dhe nuk keni mjaft njerëz, më mirë është që mos ta filloni aktivitetin. Pa dallim se sa tërheqës mund të duket aktiviteti për akumulimin e të hyrave me rëndësi është të jeni rigoroz në analizë para se të vendosni se a do të vazhdoni më tej.

Me siguri do të ishte mirë të kontaktoni organizatë tjetër për ta zbatuar projektin në emër të shoqatës nacionale. Para se të kyçen në këtë punë të përbashkët, shoqatat nacionale duhet të binden se **partnerët e tyre janë adekuat, posedojnë aftësi dhe janë organizatë me etikë të fortë** dhe janë partnerë adekuat të Lëvizjes së KK dhe GJHK. Puna me partnerë mund të

nevojitet, por shpeshherë është e rëndë. Mënyra më e mirë që të kontrollohet partneri potencial është të kontrollohen rekomandimet bankare dhe të realizohen kontakte me klientët e tij potencial, agjencitë qeveritare kontrolluese dhe firmat konkurrente.

Aftësi afariste
Partnerë adekuat
Shërbimi i klientëve
Kontrollimi i shpenzimeve
Parakushte

Duhet që për klientët të potencohet shërbim i mirë. Rregulla e cila thotë se "Shpenzuesi gjithmonë ka të drejt[" çdoherë duhet të zbatohet në aktivitetin afarist të shoqatës suaj. Për shkak se akumulimi i të hyrave është lidhur me shitjen e ndonjë gjëje në publik, shoqata nacionale gjithmonë duhet të jetë e ndershme dhe fer në punët e saja afariste, që të ketë dobi edhe për organizatën por edhe për klientët.

Pasi që të sjellë shoqata nacionale vendim se do të fillojë me veprimtarinë, duhet të mbani mend se duhet të kujdeseni për **kontrollin e rreptë financiar mbi aktivitetin** që të siguroni se me të vërtetë do të realizohen të hyra dhe se puna do të paguhet. Menaxhimi financiar është fushë esenciale për secilën organizatë, por për organizatat jofitimprurëse të cilat mbështeten në dëshirën dhe përkrahjen e mirë të publikut, menaxhimi financiar është edhe më me rëndësi.

Patjetër duhet të zbatohen procedura efikase financiare, posaçërisht para syve të opinionit. Komponentet kyçe janë llogaridhënia para publikut për të gjithë projektin, transparencë në të gjithë punën financiare, pa praninë e konfliktit të interesave dhe veprim i sigurt me të hyrat e akumuluara. (Shiko **Kreu 2: Menaxhim financiar)**

Kontrollimi i ashpër i shpenzimeve është me rëndësi të madhe në punën afariste. Aspak nuk është i kapshëm projekti për akumulimin e të hyrave që ta shpenzojë të gjithë fitimin për pagesën e të punësuarve dhe për shpenzimet operative. Shumë firma ballafaqohen me problemin kur pagesa e rrogave për të punësuarit dhe shpenzimet tjera bëhen më të rëndësishme sesa realizimi i fitimit. Kur flasim për projektin e akumulimit të të hyrave, me rëndësi esenciale është që të kyçen shpenzime indirekte që të mund të dini se a jeni fitimprurës apo jo dhe sa është fitimi.

Shumë aktivitete për akumulimin e të hollave varen nga dispozitat në ligjet të cilat e rregullojnë punën e tyre e ato ndryshojnë nga vendi në vend. Para se të fillohet me aktivitet, shoqata nacionale patjetër duhet t'i zbatojë dhe t'i **kuptojë ligjet dhe rregulloret dhe statutin e vet** me qëllim që të shohë se ai plotëson kushtet për veprimtari të këtillë.

Mbani mend
Të hyra – Shpenzime = FITIM

3. AKTIVITETE KYÇE AFARISTE

Pagesë për shërbimet (kompensim për shërbimin)

Secila shoqatë nacionale duhet të marrë parasysh metoda për pagesën e një pjese të shpenzimeve për aktivitetet e veta kyçe (shembull: për automjete të ambulancës, ndihmë të parë, kurse për notim, pajisje). Ka dy arsye të mira që shërbimet të paguhen: si e para, të sigurohen mjete për mbulimin e shpenzimeve, dhe si e dyta, të sigurohet për përdoruesit ndjenjë e dinjitetit se diçka kanë kontribuar për kompensim të shërbimit të siguruar.

Një mënyrë e implementimit të shpenzimeve është që t'ju tregohet përdoruesve se cili është çmimi i shpenzimeve dhe të kërkohet **donacioni** i tyre për mbulimin e shpenzimit. Atyre gjithashtu duhet tu tregohet se shërbimi do të sigurohet pa dallim të përgjigjes së tyre. Njerëzit mund të japin aq sa mund t'ia lejojnë vetes. Përderisa shoqata nacionale mendon se i shfaq njerëzit në shtypje të madhe, kërkesa nuk duhet të bëhet drejtpërsëdrejti. Mund të bëhet nëpërmjet drejtimit me shkrim apo thjeshtë nëpërmjet postereve dhe kutive për grumbullimin e kontributeve në klinikat apo në vende tjera ku do të zbatohet shërbimi

Kryqi i Kuq i Afrikës Jugore huazon karroca invalidore dhe shkopinj për të ecur

Mënyrë tjetër që të bëhet vlerësimi i **kompensimit** dhe të kërkohet pagesë kur do të kërkohet shërbimi apo prodhimi. Mund të theksohet lajmërim ku do të qëndrojë lartësia e kompensimit dhe se ky kompensim do të falet apo nuk do të kërkohet kur do të ketë nevojë apo kur do të kërkohet.

Mënyra e tretë e akumulimit të të hyrave është marrja e **pajisjeve apo materiale të dhuruara** (dhe leje të patjetërsueshme) e pastaj ato të shiten me çmim të ulur. Dhurata e këtillë do të jetë në dobi të donatorit me atë që do të fitojë publicitet dhe përkrahje nga publiku.

Shoqatat nacionale mund të sigurojnë shërbime të caktuara, siç janë kurset apo trajnimet, të cilat nuk janë shumë të rëndësishme dhe lidhur me misionin e përkrahjes së popullatës së mjeruar. Në këto raste, e pranueshme është që të vërtetohet **kompensim standard** për përdorimin e shërbimit. Prapë se prapë, duhet të bëhen përjashtime kur për atë ekziston nevojë.

Shpeshherë, është mirë të përdoren të hyrat e akumuluara nga shërbimi i caktuar për sigurimin e shërbimit plotësues nga i njëjti lloj. Kjo me rëndësi të madhe do të kontribuojë për imazh të mirë të shoqatës nacionale.

Kujdes! Asnjë shoqatë nacionale nuk duhet të marrë sigurimin e shërbimit të personit i cili nuk mundet në mënyrë financiare t'ia lejojë shërbimin. Duhet të zbatohen procedura të mira që të sigurohen shërbimet për të gjithë ata të cilat u nevojiten.

Kompenzim i shpenzimeve regjisore

Kur ka mundësi, gjithashtu me rëndësi është, në shumën e propozimeve për donacione të kyçni edhe shumë përkatëse për kompensimin e shpenzimeve indirekte. Shpenzimet indirekte janë ato shpenzime të cilat i bëni për sigurimin e materialeve, shpenzimeve operative për të punësuarit, shpenzime për planifikim, mbikqyrje, kontabilitet dhe përgatitje të raporteve, të cilat nuk janë në mënyrë eksplicite të cekura në propozimin e buxhetit.

Shumë agjenci të cilat japin grante kanë formulë specifike për vërtetimin e shumës e cila është e lejuar për kompensim të shpenzimeve. Disa rekomandojnë që të gjitha artikujt ti futni në buxhet. Të tjerë vërtetojnë maksimum standard në lartësi prej 5% deri në 10%. Para se ta prezantoni buxhetin, duhet të kontrolloni dhe ta përcillni procedurën të cilën e jep agjenci për ta siguruar donacionin.

Në tërësi është në rregull që të paguhet shpenzim indirket i cili do të bëhet në kuadër të projektit. Në fakt, përderisa nuk i kyçni shpenzimet indirekte në buxhet, ju nuk e prezantoni pasqyrën e plotë të shpenzimeve të vërteta. Analiza juaj e projektit do të jetë shumë pozitive dhe do të përdorni mjete tjera për këtë projekt pa e identifikuar kontributin e tyre.

Kujdes! Keni kujdes që të mos paguani shumë për shpenzime indirekte e ta detyroni donatorin potencial ti sjellë në çështje qëllimet tuaja. Gjithashtu, kujdesuni që të zbuloni se si është qëndrimi i donatorit potencial në bazë të pagesës së shpenzimeve indirekte.

4. AKTIVITETE TË LIDHURA AFARISTE

Shoqatat nacionale kanë shumë resurse – të punësuar dhe vullnetarë të cilët kanë aftësi të numërta, pajisje, pasuri dhe truall. Ato mund të jenë, dhe në disa vende, tanimë përdoren në mënyra imagjinuese për sigurimin e mjeteve financiare. Për tu ulur rreziku, nevojitet që të zbatohet vëzhgimi i tregut.

Ndërtesa dhe truall

Të gjitha shoqatat nacionale duhet prej kohe në kohë të zbatojnë shqyrtimin e pasurisë së tyre që të shohin se a përdoret në mënyrë sa më të mirë. Duhet të pyeten se a u nevojitet e gjithë hapësira e zyrës. A mund që një pjesë e hapësirës së zyrës ti huazohet tjetërkujt, ndoshta një organizate tjetër? Gjithashtu, të shihet se a ka hapësirë e cila përdoret vetëm përkohësisht dhe e cila mund të huazohet për mbledhje apo ngjarje grupore? Përskaj asaj që sigurohen të hyra, kjo i mundëson shoqatës nacionale të jetë në kontakt me organizatat tjera.

Në pasuri shpeshherë shikohet si në investim adekuat të shoqatës nacionale. Një pasuri e caktuar mund ta përdorë shoqata nacionale – p.sh. zyre, klinika apo ndoshta edhe shitore – përderisa pjesa tjetër të pasurisë mund ti jepet

ndonjë organizate tjetër në huazim. Teprica e truallit gjithashtu mund të përdoret. Për shembull, disa shoqata nacionale, lejojnë që trualli i tyre të huazohet si hapësirë për parking për vetura dhe kamionë.

Kryqi i Kuq i Zimbabves organizatave tjera ua huazon hapësirat për zyre

Kryqi i Kuq i Portugalisë huazon një pjesë të kapaciteteve të hapësirave për organizimin e kurorëzimeve

Kujdes! Menaxhimi me truall dhe ndërtesa është shfaqur në rrezik të madh nga prishja e marrëveshjeve të papritshme, shpenzimet të cilat dalin për mirëmbajtje dhe hipotekë, shpenzime për sigurim dhe shpenzime për përgjegjësi në rast të rasteve të fatkeqësisë.

Profesionalizimi organizativ dhe shërbimet

Gjithashtu organizatave tjera mund t'ju lejoni të huazojnë resurse dhe talent nga shoqata juaj nacionale. Për shembull, shpeshherë, njerëzit paguajnë për përdorimin e pajisjes për zyre dhe shërbime. Nëse jeni një prej organizatave më të zhvilluara në vendin tuaj, kjo do të thotë se jeni profesional në më shumë lëmi të planit për menaxhim dhe punë organizative. Është e mundshme të siguroni, për kompensim, shërbime të cilat do ti blejnë nga ju, sigurime grupore, shërbime të kontabilitetit, pastrim dhe mirëmbajtje, shërbime telefonike, faks, e-mail dhe teleks.

Kujdes! Keni kujdes kur të huazoni personat tuaj profesional që të mos e prishni aktivitetet e rregullta.

Marketing reciprok

Marketingu reciprok është mënyrë tjetër për akumulimin e të hyrave. Kjo i mundëson një firme të caktuar që të lidhet me KK apo GJHK në orvatjen e marketingut që ti shesë prodhimet apo shërbimet e veta. Në fakt, shoqata nacionale e huazon emrin dhe imazhin apo listën e donatorëve për akumulimin e të hyrave. Firma në mënyrë gjenerale e kryen tërë punën, e siguron buxhetin, merr leje nga ju për përdorimin e emrit dhe ëmblemës së shoqatës tuaj, dhe se do të japë kontribut apo do të paguajë një shumë të caktuar të të hollave për organizatën.

Nëse ndërtohen raporte të mira, ekziston mundësi për ndërtimin e partneritetit fitimprurës.

Në Francë, shoqata nacionale dhe kompania Evian kanë fushatë të përbashkët rekalmuese

Në Finlandë, shoqata nacionale shet kartolina të KK me triskë ndërkombëtare e cila është e kyçur në çmim

Përderisa shoqatat nacionale nuk binden se mund të ndërmarrin vet aktivitet të caktuar për shitje të përkrahur, ata mund ta bëjnë atë në partneritet me organizatë tjetër. Me rëndësi është që me kujdes të zgjidhen partnerët dhe të sigurohet se janë të sigurt, të aftë dhe komani efikase por njëkohësisht se janë edhe etik edhe të ndershëm – adekuat për kyçjen e KK dhe GJHK.

Kujdes! Çështja e imazhit dhe përshtatshmëria si dhe të hyrat patjetër duhet të merren parasysh gjatë fushatave për marketing të huazuar. Shoqata nacionale patjetër duhet ta mbajë kontrollin e përgjithshëm mbi përdorimin e ëmblemës së KK dhe GJHK.

(shiko **Kreu 8: Korporata)**

Aktivitete tjera dhe afariste

Ka shumë ide dhe mundësi për aktivitete tjera afariste. Aktiviteti afarist duhet të jetë lidhur në mënyrë të caktuar me misionin e shoqatës nacionale. **Nëse jeni në gjendje të gjeni projekt më të mirë për akumulimin e të hyrave që premton fitim të rëndësishëm por nuk ka lidhshmëri me aktivitetet e KK, duhet të bëni revizion të projektit që të ketë qëllime të caktuara specifike për përkrahjen e kapaciteteve të organizatës.**

- **Ndërmarrja e shërbimeve tjera me qëllim që të hyrat të akumulohen .**

Shoqata të caktuara nacionale sigurojnë shërbime tjera për të cilat marrin mjete financiare. KK i Kosta Rikës, për shembull, ka kontratë me shtetin për pastrim dhe servisim dhe grumbullimin e të hollave nga foltoret publike të telefonave dhe për distribuimin e adresarëve telefonik. Për shkak se punën e kryejnë persona të cilët e mbajnë logon e KK, ka vlerë të shtuar në sytë e opinionit, në drejtim të sigurimit të përkrahjes për shoqatën nacionale. Ky aktivitet kontribuon për kapacitetet organizative të shoqatës nacionale.

- **Udhëheqja e bizneseve**

Gjysmëhëna e kuqe turke ka fabrika personale për ujë mineral. KK i Zimbabves ka furrë, farmë të derrave dhe ndërmarrje për kafshë. Shoqatat nacionale në Zimbabve dhe Mozambik kanë mullinj për drithëra.

Për më shumë veçori për **lojëra të fatit dhe mundësi për shitje** Shiko **Shtojca L** dhe **Shtojca R**.

Kujdes! Aktivitetet e këtilla siguroni për akumulimin e të hyrave për ta përforcuar kapacitetin e shoqatës nacionale që udhëheqësisë, drejtorisë, të punësuarve dhe vullnetarëve të mos i marrin shumë vëmendje dhe kohë.

5. AKTIVITETE FINANCIARE

Të hyra nga investimet

Shoqatat nacionale duhet të marrin parasysh **investimin e pjesës së kapitalit të tyre** nëse kanë mundësi financiare për ta bërë atë. Kjo do të ndihmojë për akumulimin e burimit të rregullt dhe të sigurt të të hyrave. Përderisa keni kontribuar të holla në bankë apo investime në patundshmëri apo letra tjera me vlerë, ajo mund të përdoret si sigurim për huazime për shoqatën nacionale në rast të gjendjeve urgjente, dhe si dëshmi para donatorëve potencial (posaçërisht në kohën e fushatës kapitale) se shoqata nacionale është solvente dhe stabile. Gjithashtu edhe investimet mundësojnë që rezervat ti kompensojnë mungesat e të hyrave të përkohshme të mjeteve të gatshme.

Ka mënyra të ndryshme në të cilat mund të investohet kapital. Këtu nënkuptohet hapja e llogarive bankare për kursim, blerje e pasurisë, aksione, fonde të huazuara dhe pjesëmarrje në punë të përbashkëta. Disa nga këto sjellin rrezik të madh nga të tjerët. Shumica e organizatave me fonde investuese kanë **komision special emërtuar nga këshilli ekzekutiv** i cili është i përbërë prej ekspertëve financiar dhe menaxhues të cilët i mbikqyrin dhe drejtojnë investimet. Disa shoqata nacionale angazhojnë firma profesionale për investime të këtij qëllimi.

Pa dallim se cilat investime do ti zgjidhni, me rëndësi është të siguroni, se ato janë **të sigurta në mënyrë etike** dhe nuk paraqesin efekte negative në bazë të shoqatës nacionale. Duhet të vërtetohet **baraspesha mes fitimit dhe rrezikut.** Është mirë të sillet rregullore e cila do të **ndalojë çfarëdo konflikti të interesave** për anëtarët e komisionit të investimeve.

Këmbimi i valutave devizore

Këmbimi i valutave të huaja devizore mund të jetë fitimprurëse për organizatën. Megjithatë për kompensimin e borxheve, për mjete të bllokuara dhe për transakcione tjera, nevojitet profesionalizëm special. Nëse vendosni të punoni në këto lëmi, drejtohuni tek bankarët dhe përfaqësuesit qeveritar për ti siguruar informacionet e nevojshme. Me rëndësi është që ti respektoni ligjet dhe rregulloret të cilat kanë të bëjnë me këtë lëmi.

Këto janë transakcione komplekse por mund të rezultojnë me mjete të rëndësishme financiare të cilat do të jenë në dispozicion të shoqatës nacionale. Më shumë informacione për mjete financiare të bllokuara dhe këmbim të borxheve mund të gjeni në Programin për zhvillimin e resurseve. Gjithashtu shikoni në **Shtojca S,** që ka të bëjë me **mjetet financiare të bllokuara.**

Kujdes! Ka shumë ligje të cilat kanë të bëjnë me punën e këmbimit të valutave devizore dhe dënimet për shkeljen e këtyre ligjeve mund të jenë shumë të larta. **Mos e rrezikoni reputacionin e shoqatës tuaj nacionale me mosrespektimin e ligjeve.**

Masat e kujdesisë

Në vazhdim vijon listë e shkurtuar për kontrollimin e çështjeve të cilat duhet ti keni parasysh gjatë përgatitjes së projektit për akumulimin e të hyrave:

- Përgjegjësi e përgjithshme për akumulimin e të hyrave;
- Ligje nacionale dhe lokale;
- Statuti i shoqatës nacionale;
- Standarde për punë afariste.
- Kyçja e të gjitha shpenzimeve;
- Donacione të cilat paguhen në fitim të realizuar
- Këshillë profesionale të marketingut;
- Këshillë profesionale për tatime;
- Parakushte profesionale të kontabilitetit;
- Parakushte profesionale ligjore;
- Këshill profesional për punë komerciale;
- Evaluim profesional i partnerëve;
- Aftësi profesionale për negociata.
- Rrezik për humbjen e të hollave;
- Rrezik për humbjen e reputacionit;
- Rrezik për keqpërdorimin e të hollave;
- Rrezik për humbjen e vëmendjes në bazë të misionit kryesor.

REZIME

- PROJEKTET MË TË MIRA PËR AKUMULIMIN E TË HYRAVE SJELLIN TË HOLLA, PLOTËSOJNË NEVOJË VALIDE SOCIALE, DHE I PËRMIRËSOJNË KAPACITETET E SHOQATËS NACIONALE.

- AKUMULIMI I TË HYRAVE NËPËRMJET PUNËVE TË PËRBASHKËTA AFARISTE MUND TË JETË FITIMPRURËS POR GJITHASHTU SJELL EDHE RREZIK TË MADH.

- PËR MENAXHIMIN E PROJEKTIT PËR AKUMULIMIN E TË HYRAVE NEVOJITEN AFTËSI TË MIRA AFARISTE DHE NJERËZ KOMPETENT.

- SHUMË SHOQATA NACIONALE TANI KANË RESURSE TË CILAT MUND TË PËRCALTOHEN PËR TË PUNUAR NË AKTIVITETE PËR AKUMULIMIN E TË HYRAVE.

- INVESTIMI I KAPITALIT DHE KËMBIMI I VALUTAVE DEVIZORE MUND TË PARAQESIN OPCION TË DOBISHËM PËR DISA SHOQATA NACIONALE.

SHTOJCA O

LOJËRAT E FATIT

Lojërat e fatit duhet ti plotësojnë tre qëllimet e secilit projekt për akumulimin e të hyrave – fitim, nevojë sociale dhe kapacitet i përmirësuar – si dhe sigurimi i imazhit pozitiv për shoqatën nacionale.

Kujdes! Lojërat e fatit ndoshta nuk janë metodë adekuate për grumbullimin e mjeteve për të gjitha shoqatat nacionale. Në këtë aktivitet mund të shihet si në bixhoz, që në kultura të caktuara nuk do të jetë e pranueshme por edhe mund të shikohet si në aktivitet i paligjshëm i shoqatës nacionale. Kontrolloni parakushtet lokale ligjore dhe sa janë të obliguar ato.

Në kulturat ku kjo është e pranuar, lojërat e fatit mund të paraqesin burim të ri të të hyrave. Me ato nuk kërkohet nga njerëzit të japin donacione në mjete financiare. Në vend të kësaj, nga individët kërkohet që të paguajnë shumë të caktuar në këmbim për mundësi për tu fituar shpërblim. Lojërat e fatit mund të jenë me formë të ndryshme. Ato mund të jenë aktivitete të vogla të cilat organizohen në ngjarje lokale, e deri në lotari nacionale me shpërblime të mëdha në të holla.

Në shumë vende është e patjetërsueshme të dorëzohet kërkesë apo për leje zyrtare për organizimin e lojërave të fatit. Shoqatat nacionale duhet t'i kontrollojnë ligjet në vendin e tyre dhe dispozitat në statutet e organizatave.

Kujdes! Lojërat e fatit janë të përcjella me rrezik të madh nga manipulimi me shuma të mëdha të të hollave, nevojitet punë vëllimore për përparimin e tyre, nevojitet respektimi i normave ligjore dhe ekziston rrezik nga mënjanimi i shoqatës nacionale nga realizimi i qëllimit primar – ndihma e popullatës së mjeruar.

Lotari

Tek lotaria, njerëzit blejnë tiketa, ku secila prej tyre ka numër të ndryshëm i cili është i shtypur në të. Pasi të kalojë një periudhë e caktuar kohore, gjatë kohës kur shiten tiketat, zgjidhen numrat fitues me zgjedhje të rastit. Kjo mund të bëhet nëpërmjet tërheqjes së tiketave apo nëpërmjet kompjuterit. Këto zakonisht janë shpërblime në të holla, dhe shumat caktohen në mënyrë të përqindjes të vlerës së numrit të tiketave të shitura.

Pasi të mbarojë tërheqja për një lotari, mund të fillojë lotaria tjetër. Në këtë mënyrë, lotaria bëhet proces i vazhdueshëm dhe njerëzit mësohen që rregullisht të blejnë tiketa të lotarisë.

Në Shqipëri, shoqata nacionale organizon lotari mujore në vendin ku transmetohet në televizionin nacional.

Kryqi i Kuq i Afrikës Jugore organizon lotari të suksesshme javore

Kryqi i Kuq i Kosta Rikës ka bingo shou në televizion

Kryqi i Kuq i Spanjës organizon lotari të artë një herë në vit

Në disa vende, lotaritë nacionale janë nën kapelën e shtetit dhe organizatat jofitimprurëse marrin një përqindje të caktuar nga fitimi. Në ato vende, shoqatat nacionale mund të dorëzojnë kërkesë që të jenë një prej përdoruesve të këtyre mjeteve financiare. Procesi lëvizë nga vendi në vend, por gjithsesi shoqatat nacionale duhet të ndërtojnë raporte të mira me qeveritë për të siguruar përkrahje për programet e tyre sociale si një pre prioriteteve nacionale. (për më shumë informacione shiko **Kreu 11: Donacione nga Truste dhe Fondacione, Qeveri, OJQ dhe Agjenci të KB).**

Gjithashtu është e mundshme, shoqatat nacionale të organizojnë lotari personale, pavarsisht apo në bashkëpunim me organizata tjera jofitimprurëse, apo me kompani komerciale si punë e përbashkët. Derisa të mendoni të punoni me kompani komerciale, kujdesuni që të kontrolloni a mos realizon kompania më shumë se fitimi "normal" nga ky aktivitet. Gjithsesi fitim i caktuar është gjë normale, por shoqatat nacionale përgjigjen para publikut për të gjitha numrat. Shoqatat nacionale të cilat janë të interesuara për këtë hap do të ishte mirë të bien në kontakt me shoqatë tjetër nacionale e cila tanimë ka përvojë në këtë plan me qëllim që të informohen më mirë. Programi për zhvillimin e resurseve në Gjenevë do t'ju ndihmojë të bini në kontakt me këto shoqata nacionale.

Punë të cilat duhet të mbahen mend kur të organizoni lotari

- Në shumë vende ka rregullore të posaçme ligjore e cila e rregullon organizimin e lotarive. Fillimisht duhet të konsultohen ligjet dhe të sigurohet respektimi i tyre. Për shembull, qeveri të caktuara kërkojnë që në tërheqjet e lotarive të jetë prezent përfaqësues i drejtorisë për të hyra publike.
- Qeveritë, dhe ligjet të cilat janë në fuqi, ndryshohen. Shoqatat nacionale duhet ta kenë këtë parasysh, dhe nuk duhet shumë të mbështeten në të hyrat e lotarive.
- Për lotari nevojiten shumë aktivitete organizative dhe punë. Para se të kapeni për këto aktivitete duhet të jeni të sigurt se keni resurse adekuate që të mund të menaxhoni me punën, si në nivel nacional ashtu edhe në nivel lokal.
- Lotaritë mund të jenë manipulim me shuma të mëdha të të hollave. Me rëndësi është që të gjitha procedurat të jenë fer dhe të ndershme dhe

publiku në to duhet të shikojë si në punë të ndershme. Kujdesuni që të keni personalitete publike dhe ligjore në tërheqjet të cilat do të jenë dëshmitarë të procesit dhe vazhdimisht ti kontrolloni të gjitha procedurat. Në këtë mënyrë të gjithë do të jeni të bindur se punët kryhen në mënyrë efikase.

- Patjetër duhet kujdes që të sigurohet që secili numër i tiketës që është shitur të jetë i futur në tërheqje. Mënyra më e mirë që të sigurohet kjo është që tiketa të shtypet në dy pjesë kurse dy gjysmat ta kenë numrin e njëjtë. Kur të blihet tiketa, njëra pjesë i jepet blerësit kurse tjetra të futet në tërheqje. Në lotari të caktuara, mund të përdoren edhe sisteme më komplekse për numërim.
- Tiketat duhet të shtypen në firmë speciale. Numrat të jenë të garantuara që të mund të fitojë vetëm një person për çdo shpërblim. Shoqata nacionale duhet t'i kontrollojë numrat serik të tiketave.
- Përskaj numrit serik, tiketa duhet të përmbajë porosi të shoqatës nacionale, parimet e KK dhe GJHK, apo ëmblema e KK dhe GJHK. Kjo jep vlerë të veçantë plotësuese në raportet me publikun.
- Rezultatet e secilës tërheqje duhet të shpallen publikisht. Numrat fitues duhet të shpallen në të gjitha vendet ku shiten tiketat, por mund të shpallen edhe numrat fitues në gazeta dhe në radio. Disa shoqata nacionale kanë sukses t'i bindin edhe kompanitë televizive ta transmetojnë tërheqjen në televizion. Mbulim më i madh medial ndihmon në rritjen e shitjes dhe në promovimin e shoqatës nacionale në publik.
- Shumë është me rëndësi të jeni inovativ për ta mbajtur interesin e publikut. Përderisa parimin lotari e organizoni në mënyrë të njëjtë në një periudhë më të gjatë kohore mund të sjellë në rënien e interesit.
- Kujdesuni që tiketat të jenë të kapshme për të gjithë ata të cilët dëshirojnë ti blejë. Tiketat mund të shiten në kioske, posta, banka apo shitore. Gjithashtu mund ti bindni vullnetarët ti shesin prej dere në derë në shtëpitë e njerëzve. Në këtë mënyrë mund të sigurohen klientë të rregullt të cilëve do t'ju dorëzohen tiketat për çdo javë. Përsëri, kujdesuni të realizoni procedura të mira dhe të sigurta për shitjen e tiketave dhe për grumbullimin e gjysmës së dytë nga tiketat e shitura me qëllim që të zbatohet në mënyrë fer dhe të ndershme.
- Nëse lotaria urdhëron që blerësit të shkruajnë emrin dhe adresën në gjysmën e tiketës të cilat futen në sistemin për tërheqje, dhe nëse shoqata nacionale ka bazë kompjuterike të të dhënave për donatorë, tiketat mund të përdoren si burim i emrave dhe adresave. Një apel i caktuar mund të drejtohet deri tek ky grup qëllimor me çka do të theksojë si vijon: "E përkrahni Kryqin e Kuq nëpërmjet blerjes së tiketës së lotarisë, me çka na mundësuat _____ (përshkruani projektin). A jeni tani të gatshëm që përsëri të na ndihmoni nëpërmjet _____".
- Gjithashtu në tiketa mund të ketë porosi, por mund të vendosni edhe vend të cilën do ta shënojnë përderisa dëshirojnë më shumë informacione për KK.

Lojëra "Gërvishtje"

Kartelat për gërvishtje bëhen sa më shumë të popullarizuara në disa vende si mënyrë për grumbullimin e mjeteve financiare. Personi blen kartelë e cila në sipërfaqe ka një pjesë e cila duhet të gërvishet, e nën të fshihet numri apo shenja. Shenja apo numri tregon se a ka fituar blerësi apo nuk ka fituar shpërblim. Rezultati mund të shihet menjëherë. Blerësi mund të shikojë menjëherë se a ka fituar ndonjë shpërblim.

Zakonisht ka seri të shpërblime. Shpërblimet e vogla jepen në vend nga ana e personit i cili e shet tiketën kurse të mëdhajat paguhen në zyrën qendrore. Shpeshherë shpërblimet janë në formë të mjeteve të gatshme por mund të jenë edhe dhurata, siç janë automjetet apo pushime të paguara vjetore të cilat janë dhuruar nga ana e ndonjë firme. Megjithatë, shpeshherë është rëndë që të përsëriten dhuratat e dhuruara, prandaj mjetet e gatshme ndoshta janë opsion më i mirë.

Gjëra të cilat duhet të mbahen mend kur organizoni Lojëra "Gërvishje"

- Shtypja e "gërvishtjeve" është punë shumë e specializuar. Me rëndësi është që shtypja të bëhet në kompani e cila gëzon reputacion të mirë dhe e cila i ka kapacitetet e nevojshme për këtë punë. Para se të zgjidhni kompaninë e cila do t zbatojë këtë punë kërkoni informacione në bazë të kualifikimeve dhe përvojave të tyre në këtë lëmi, kërkoni rekomandime dhe bisedoni me agjenci tjera të cilat kanë punuar më parë me këtë kompani.
- Si te lotaritë, me rëndësi është të shihet në ju si organizatë fer dhe e ndershme gjatë organizimit të këtij aktiviteti. Në shumë vende ka ligje të cilat vërtetojnë përqindjen e fitimit e cila duhet të shpenzohet në shpërblime. Edhe nëse nuk është ashtu rasti, patjetër duhet të ndahen mjete për shpërblime me qëllim që njerëzit të dinë se kanë gjasë të arsyeshme të fitojnë shpërblim nëse blejnë "gërvishtje".
- Për shkak se shpërblimet fitohen në momentin e blerjes, "gërvishtjet" duhet të prodhohen dhe distribuohen në paketime të vogla. Duhet të merret parasysh baraspesha mes numri të gërvishtjeve të shitura dhe shpërblimet në secilën pako.
- Për shkak të besimit se do të ketë të hyra, është e mundshme të paguani njerëz të cilët do ti shesin "gërvishtjet". Nëse shitësve u jepen pakot me "gërvishtje" për shitje, është e mundshme të llogaritet shkallë e lartë e saktësisë se sa të holla do të fitojnë dhe sa të holla do të paguajnë për shpërblimet instante dhe sa blerësit do të jenë fitues të shpërblimit të madh i cili do të paguhet në nivel qendror. Prandaj, mund të vendosni se cilën shumë do t'ua paguani për secilën pako të "gërvishtjeve" të cilat do ti shesin.
- Si te tiketat e lotarisë, gërvishtjet mund të shiten në kioske rrugore, në shitore apo ti shesin njerëzit prej dere në derë në shtëpitë e njerëzve. Shoqatat nacionale patjetër duhet të ndërmarrin hapa për të siguruar, personat të cilët do të jenë

përgjegjës për manipulim me të hollat dhe gërvishtjet të jenë të ndershme dhe përgjegjëse. Të gjithë shitësit duhet të kenë bexhe që të vërtetohet autentiteti i tyre me qëllim që publiku të dijë me siguri se gërvishtjet janë origjinale.

Tombolla

Tombolla është e ngjashme si lotaria në bazë të asaj që njerëzit blejnë tiketa numerike të cilat pastaj futen në tërheqje. Tiketat e tërhequra janë fituese. Edhe pse ndonjëherë ka edhe shpërblime në të holla, zakonisht ka edhe shpërblime tjera, e shumica prej tyre janë të siguruara nga firma dhe individë.

Shpeshherë tombolla e vogël organizohet në ngjarje speciale. Tiketat shiten gjatë ditës, kurse tiketa fituese tërhiqet në fund të ditës. Nëse tiketat shiten vetëm në ngjarje, nuk është e patjetërsueshme të ketë tiketa speciale të shtypura. Ka gjasa që të përdoren edhe tiketa për ngritjen e garderobës. Numri është i shtypur në të dy gjysmat e tiketës dhe njëra gjysmë i jepet blerësit. Gjysma tjetër futet në barabanin për tërheqje. Gjatë tërheqjes thirren numrat fitues dhe ato të cilat kanë numra në tiketin e fitojnë shpërblimin.

Megjithatë, nëse tiketat shiten gjatë disa javëve, ato duhet në mënyrë speciale të shtypen për atë qëllim. Ato zakonisht shtypen në “tuba” prej 5 deri në 10 tiketa.

Shpeshherë ekzistojnë ligje të cilat rregullojnë se çka duhet të qëndrojë në tiketë, prandaj kontrolloni para se ti shtypni tiketat. Pasi të shitet tiketi, griset nga tuba dhe i jepet blerësit, kurse pjesa e mbetur plotësohet me emrin dhe adresën e blerësit. Të gjitha pjesët kontrolluese të tubës mblidhen dhe futen në tërheqje.

Gjëra të cilat duhet të mbahen mend për tombollën

- Hapi i parë është që të sigurohen shpërblime. Ndërmarrjet lokale shpeshherë sigurojnë donacion në formë të shpërblimeve, posaçërisht nëse u jepet mirënjohje për këtë punë. Fillimisht drejtohuni me shkrim tek ata, e pastaj vizitoni apo paraqituni me telefon. Gjithashtu dhurata mund të donojnë edhe individë.
- Sa më e madhe të jetë vlera e shpërblimeve, aq më shumë kohë di t’ju nevojitet që të shitni sasi të mjaftueshme të tiketave. Nuk është mirë të keni shpërblime me vlerë të madhe në ngjarje të vogla sepse nuk do të keni të hyra të mjaftueshme.
- Shpeshherë tiketat shiten nga ana e vullnetarëve dhe anëtarëve. Jepni një sasi të caktuar të tubave me tiketa dhe kërkoni ti shesin shokëve dhe farefisit. Pastaj ata i kthejnë numrat kontrollues të tiketave të shitura dhe të hollat, apo tiketat që nuk janë shitur. Kujdesuni që në kohë të kthehen të gjitha numrat kontrollues që të mund të marrin pjesë në tërheqje!

- Ndonjëherë tombolla mund të ketë edhe shpërblime me vlerë të madhe siç është vetura apo pushim i paguar vjetor. Ndonjëherë kompanitë dhurojnë shpërblime të këtilla si kontribut për shoqatën nacionale. (Shiko **Kreu 8: Korporata).** Tiketat për tombollë me shpërblime të vlefshme të këtilla duhet të reklamohen më gjerë në vend dhe në periudhë më të gjatë kohore, ndoshta për tre muaj, që të sigurohet potencial i plotë për ngjarjen. Përskaj shitësve individual, kërkoni që të shiten edhe në markete. Siguroni lokacione në shoping qendra, në stacionet e autobusave dhe stacioneve hekurudhore, para spitaleve dhe fabrikave, apo gjithkund ku mund të ketë numër të madh të njerëzve.
- Si tek të gjitha lojërat e fatit, kujdesuni që procedura e tërheqjes të jetë fer dhe me nderë. Kujdesuni që të gjitha tiketat e shitura të hyjnë në tërheqje. Siguroni dëshmitarë mes cilëve përfaqësues nga agjencitë kontrolluese, të jenë prezent në tërheqje, që të garantojnë për procesin fer të tërheqjes.
- Në disa vende ligjet detyrojnë përgatitje të raportit zyrtar financiar pasi të mbahet tërheqja. Kjo zakonisht do të thotë se duhet të plotësohet formular, ku theksohet shuma e mjeteve të siguruara, shpenzimet e realizuara dhe për çfarë qëllimi do të përdoret shpërblimi. Kontrolloni se çka nevojitet të bëhet në vendin tuaj.

Lojëra tjera të fatit

Ekzistojnë edhe shumë lojëra tjera të fatit të cilat mundet t'i organizojë shoqata nacionale për grumbullimin e të hyrave. Për shembull:

Bingo

Bingoja është lojë të cilin e duan shumë njerëz dhe e cila përdoret në masë të madhe për sigurimi ne mjeteve financiare për qëllime bamirëse. Zakonisht paguhet shumë e vogël për pjesëmarrje kurse fituesi fiton shpërblim në të holla. Për këtë qëllim nevojitet hapësirë e madhe me tavolina dhe ulëse, si dhe topa për bingo dhe market. Përderisa sigurohet publicitet i mirë dhe mirëmbajtje e rregullt në javë apo në muaj, bingoja mund të akumulojë të hyra të rëndësishme. Gjithashtu mund të shiten pije freskuese që do të sigurojë të hyra plotësuese. Rreziku juaj do të jetë më i vogël përderisa ky aktivitet në fillim është i vogël.

Mundësia alternative është TV Bingo. Shiten talonë të shtypura me numra nëpërmjet shitoreve të ndryshme dhe lojtarët marrin pjesë në lojën nga shtëpitë e tyre nëpërmjet përcjelljes së programit televiziv.

Bastore

Bastoret mbahen gjatë garave më të mëdha me kuaj. Njerëzit ftohen, për kompensim të vogël, të vënë bast në emrin e njërit prej kuajve. Kur të mbarojë gara, njerëzit të cilët i kanë rrethuar emrat e njërit prej tre kuajve të parë

fitojnë shpërblim. Zakonisht shpërblimi është përqindje e të hollave të paguara, kurse një përqindje ndahet për shoqatën nacionale. Bastet mund të organizohen në grupe të njerëzve të cilët punojnë apo takohen së bashku.

Automatë për bixhoz

Mund të bëhet aktivitet i përbashkët me kompaninë e cila prodhon automate për bixhoz, prej së cilës shoqata nacionale merr përqindje nga fitimi. Kryqi i Kuq i Senegalit këtë metodë e përdorë pa sigurimin e mjeteve financiare, si dhe Kryqi i Kuq Norvegjez i cili posedon 7400 aparate. Në punën e këtyre automateve KK Norvegjez ka angazhuar 47 të punësuar me orë të të plota pune dhe 194 persona me kohë të shkurtuar pune.

Ditët e video garave

Tani janë të kapshme video gara me kuaj të cilat mund të përdoren për shënimin e Ditës së Garës. Njerëzit vënë bast në gara si në garë të vërtetë. Kontrolloni ligjet në vend për ta ditur se a është kjo e ljuar.

SHTOJCA P

MUNDËSI PËR SHITJE

Mundësitë për shitje duhet ti plotësojnë tre qëllimet e secilit projekt për akumulimin e të hyrave – fitim, nevojë sociale dhe kapacitet i përmirësuar – si dhe sigurimi i imazhit pozitiv për shoqatën nacionale.

Kjo kaptinë i përshkruan hapat në detaje të cilat ndërmerren nëse, pas analizës dhe planifikimit adekuat, vendosni që të shitni prodhime.

Kujdes! Shitja e prodhimeve ka shumë shpenzime të fshehura, zbatimi i regjistrimeve dhe obligon shumë punë.

Mallra të cilat mund të shiten

Ka tre lloje të mallrave të cilat mund të shiten nga ana e shoqatës nacionale:

- Mallra të punuara në dorë;
- Mallra të përdorura;
- Mallra të reja.

Mallrat e punuara në dorë janë gjëra të përpunuara nga përkrahësit e shoqatës nacionale, sigurisht për ngjarje të caktuar. Këtu nënkuptohet ushqimi, përpunime të ndryshme (punë të qëndisura, të thurrura, të qepura, piktura artistike, gjëra prej balte etj) dhe bimë.

Mallra të përdorura janë gjëra të cilat nuk ju nevojiten njerëzve por të cilat ende mund të përdoren nga njerëzit tjerë. Këtu nënkuptohet veshmbathje, libra, lojëra, gjëra për amvisëri dhe pothuajse gjithçka që u nevojitet njerëzve.

Mallra të reja mund të dhurohen si dhuratë në mallra nga ana e prodhuesve dhe shitoreve. Këto mallra mund të jenë tepricë e mallit të prodhuar apo mallra nga cilido lloj që është shumë pak i dëmtuar. Mallra të reja gjithashtu mund të jenë gjëra me emblemën e KK siç janë xhaketat, filxhanat, materiali për zyre, kalendarë, kartolina dhe shumë prodhime tjera. Shiko **Shtojcën** lidhur me parakushtet për përdorimin e emblemës së shoqatave nacionale të prodhimeve të cilat shiten.
Kujdes! Në disa vende ka ligje të cilat rregullojnë se çka mund të shesin organizatat jofitimprurëse, a mund të blejnë dhe të shesin për të realizuar fitim dhe gjendja në të cilën patjetër duhet të jetë malli i cili ofrohet për shitje. Para se të fillojnë me këtë lloj të akumulimit të të hyrave, shoqatat nacionale duhet të kontrollojnë se cilat ligje zbatohen në këtë lloj të rrethanave. Gjithashtu kontrolloni edhe statutet e shoqatave tuaja nacionale.

Në raste të veçanta organizatat jofitimprurëse themelojnë shoqata të posaçme tregtare, të cilat nuk janë të klasifikuara si jofitimprurëse, me qëllim që të plotësohen parakushtet ligjore.

Vendime të cilat sillen para se të parashtrohet kërkesë për shitjen e mallrave

Pasi ta mbaroni analizën dhe të vendosni që të provoni në planin e shitjes së prodhimeve, duhet të përgjigjeni në më shumë pyetje në bazë të asaj se si do të punoni më tej.

- Si shiten mallrat?

Kjo do të ndikojë në llojin e mallrave të cilat do të shiten edhe sasitë e duhura.

- Cilin lloj të mallrave e dëshironi?

Shoqatat nacionale patjetër duhet të shohin se si do ta shesin mallin dhe cilët njerëz dëshirojnë ta blejnë. Në kërkesat parashtruara për mallra duhet qartë të tregojnë se çka munden e çka nuk munden të pranojnë.

- Ku do të skladohet malli para se të shitet?

Sa mallra mund të skladohen në atë lokacion?
Sa do të kushtojë ajo?

- A do ti bartin njerëzit mallrat?

Apo a do të duhet shoqata nacionale vetë t'i marrë mallrat? Si të ulen këto shpenzime?

- Sa sasi e mallrave nevojiten?

A ka nevojë për furnizim të vazhdueshëm?

- Çfarë imazhi dëshironi të arrini?

Si do të kujdeseni dhe përmirësoni kualitetin e mallrave?

Për më shumë ide për mallra të dhuruara shiko **Kreu 6, Shtojca I, Dhurata në mallra, Kreu 7: Ngjarje dhe Kreu 8: Korporata.**

Ide për sigurimin e mallrave

Hapi që vijon është që të dërgoni apel – kërkesë për prodhime të cilat do ti shitni. Keni kujdes që mirë ta **drejtoni apelin tuaj** që të merrni prodhime të cilat ju nevojiten dhe ti tejkaloni prodhimet e padëshirueshme.

- Për ngjarje të vogla siç janë kafja e mëngjesit, kërkoni nga pjesëmarrësit t'ju sigurojnë një prodhim.
- Kërkoni nga anëtarët të cilët jetojnë në afërsinë tuaj t'ju japin prodhime të cilat janë me kualitet të mirë apo le të bëjnë diçka vetë.
- Drejtohuni me shkresë tek përkrahësit e bazës së donatorëve të të dhënave, me çka do të kërkoni të dhurojnë diçka. Kjo posaçërisht është e rëndësishme nëse shoqata nacionale është e interesuar për prodhime speciale, si për shembull për aukcion, apo për përkrahje të vazhdueshme të shitores për mallra.
- Në apelet tuaja të cilat i drejtoni nëpërmjet postës së drejtpërdrejtë veni fusnotë me të cilën do të kërkoni donacion në mallra.

- Distribuoni fletushka në të cilat do të shkruani se çka ju nevojitet dhe si munden njerëzit të ndihmojnë. Në fletushkën mund të theksoni se grumbulluesit e ndihmës do t'ju paraqiten në datën e caktuar dhe do të kërkojnë donacione nëse kanë mundësi të ndajnë.
- Me fletushkën distribuoni edhe qese, dhe kërkoni nga njerëzit ti mbushin me mallra të ndryshme.
- Caktoni pika grumbulluese ku gjërat do të shiten apo skladohen në vend mirë të kapshëm. Përdorni furgon për grumbullimin e mallrave në lokacione të ndryshme në periudha të ndryshme kohore.
- Kërkoni nga përkrahësit të zbatojnë aksione grumbulluese në vendin e punës, apo në klubin lokal.
- Kërkoni nga radio stacioni lokal apo nga kinemaja që ta shpallin apelin tuaj.
- Vendosni postere me të cilat kërkoni mallra dhe theksoni lokacionin ku njerëzit do të mund ta dorëzojnë mallin e grumbulluar.
- Shpallni stati dhe reklama në gazetat lokale.
- Kërkoni lokacione në mbledhjet e grupeve lokale. Kjo mund mirë të funksionojë nëse dikush gojarisht drejtohet para të pranishmive e pastaj i mbledh donacionet.
- Shoqatë e caktuar nacionale nga një vend i caktuar mund të pajtohet të dërgojë veshmbathje të përdorur në vend tjetër që shoqatë tjetër nacionale ta shesë atë. Kjo mundet mirë të funksionojë nëse veshmbathja është adekuate në vendin ku shitet, nëse shpenzimet e transportit nuk janë të larta dhe nëse rregullorja doganore mundëson futjen e mallrave në vend në këtë mënyrë.

KATALOGJE

Shoqatat nacionale të cilat kanë zhvilluar sistem për shitje në spektër të gjërë të mallit të KK dhe GJHK ndoshta do të dëshirojnë të orvaten të bëjnë marketing nëpërmjet katalogut me të cilin mund të porositet nëpërmjet postës. Shoqatat nacionale duhet të jenë të sigurt se mund të ballafaqohen me procedurën komplekse administrative e cila është e kyçur në dorëzimin e katalogjeve, marrje e porosive dhe pagesa, paketim dhe dërgim i mallrave. Filloni me formë më të madhe. Në disa vende, ndoshta nuk do të jenë zgjedhje më të mira!!

Nevojitet që të keni mjaft mallra në rezerva për ta kënaqur kërkesën. Nuk do të ishte mirë nëse porositë e paguara duhet të dorëzohen dhe kthehen për shkak se nuk e keni mallin e porositur.

Një mënyrë për përgatitje në fletushkë të thjeshtë është që ti numëroni prodhimet të cilat i keni në diskonim dhe ti dërgoni tek anëtarët dhe donatorët. Periudhë e përshtatshme për një gjë të këtillë të bëhet janë festat e mëdha apo festat fetare kur njerëzit blejnë dhurata për të tjerët. Në katalogun apo fletushkën mund të futni edhe kartolina adekuate për atë qëllim.

Shitja e kartelave

Shitja e kartelave – apo lloj tjetër të kartelave – mund të jetë punë shumë fitimprurëse. Kjo ka edhe vlerë plotësuese, sepse gjithmonë kur do të dërgohet kartelë ngritet vetëdija e shoqatës nacionale. Vullnetarët mund ta mbarojnë pjesën më të madhe apo e tërë puna.

Mund të bindet kompania për prodhimin e kartolinave që të përgatisë kartolina të ndryshme prej të cilave shoqata nacionale mund të realizojë fitim. Në ato do të ketë të shtypur porosi për këtë qëllim.

Përskaj asaj që do të theksoni informacione për kartelat tuaja në fletushkë apo katalog, dërgoni komplet të kartelave tek anëtarët, donatorët apo të tjerët. Kërkoni nga ata që ti përdorin kartelat dhe të paguajnë mjete për ato në shoqatën nacionale. Edhe nëse disa njerëz nuk i paguajnë kartelat kjo prapë ka vlerë pozitive në përparimin e imazhit të shoqatës në opinion.

Shitje afatshkurte

Shumë shoqata nacionale apo organizatat e tyre komunale caktojnë shitje për sigurimin e mjeteve dhe për diseminim të gjërë të emrit dhe vlerave të KK dhe GJHK. Shembuj për aksione shitëse afatshkurte janë cekur më poshtë. Analizoni se cilat aksione mund të funksionojnë në shoqatën tuaj nacionale.

- **Shitja e punimeve të dorës**

Shoqatat nacionale munden apo t'i bartin punimet e tyre të dorës të shiten në shitje të caktuar apo mund të organizohen shitje personale. Ky lloj i shitjes është mjaft i suksesshëm nëse mbahet para festave kur njerëzit kërkojnë gjëra për të dhuruar. Gjithashtu mund të shiten edhe kartolina.

- **Aksioni për shitje "Sjell dhe shit"**

Nga njerëzit kërkohet që të "sjellin" diçka për shoqatën nacionale të cilën mund ta shesë e njëkohësisht nga ata pritet edhe të blejnë diçka. Vullnetarët caktojnë çmim për gjërat dhe vihen në standet për shitje. Zakonisht shiten pije freskuese dhe rekomandohet që njerëzit të cilët e udhëheqin aksionin për shitje të kenë përgatitur gjëra të caktuara që nga fillimi për të filluar aksioni.

- **Kafja e mëngjesit**

Shpeshherë ato mbahen në shtëpinë e një personi tl caktuar, kurse ideja është që të ftohen njerëz për të blerë një filxhan kafe, të takohen me shokët dhe të shikojnë gjërat të cilat janë në shitje. Shpeshherë kjo punë funksionon mirë nëse malli i cili shitet është ushqim apo gjëra tjera të shtëpisë. Gjithashtu njerëzit blejnë prodhime të KK apo GJHK apo gjëra tjera, varësisht nga madhësia e shtëpisë.

- **Shitje në oborr**

Këto ngjarje mbahen jashtë, shpeshherë në oborre të mëdha apo parqe publike. Mund të vendosen më shumë stande ku njerëzit do të mund të blejnë

gjëra të ndryshme. Zakonisht shiten pije freskuese në vende ku do të mundeni të uleni dhe të argëtoheni në këtë ngjarje. **Shitja në rrugë** është e ngjashme me shitjen në oborr, por standet janë vendosur në gjatësinë e të gjithë rrugës. Kjo mund të kombinohet me ngjarje të karnavalit apo ahengje tjera në rrugë.

- **Shitja e gjërave të përdorura**

Shitja e gjërave të përdorura të cilat nuk ju nevojiten njerëzve, posaçërisht veshmbathje, mbahen në hapësira të mëdha publike apo në vend të hapur. **Shitjet në garazhe** janë një formë e këtillë e shitjes së gjërave. Shoqata nacionale mundet të përdorë garazhe të vullnetarëve, të punësuarve apo përkrahësve për këtë qëllim. Gjërat të cilat shiten në ngjarje të këtilla zakonisht janë shumë të lira. Qëllimi është që të nxiten njerëzit të blejnë sa më shumë që mundet. Mundësi tjetër ëahtë që të paguhet qesja e blerësit e pastaj të fusë në të çka të dojë.

- **Stande**

Standet me gjëra për shitje mund të vendosen në lokacione të ndryshme, siç janë ngjarjet në vend të hapur, në konferenca dhe mbledhje, në kopshte, plazhe, rrugë apo në treg (nëse lejon ligji).

- **Shitje 50/50 (apo 75/25)**

Këto janë shitje ku shitësi fiton 50% nga të hyrat e prodhimeve të cilat do ti sigurojë, kurse shoqata nacionale i mban mjetet e mbetura të të hollave. Evidentoni të dhëna të sakta për gjërat e shitura, të cilat i ka siguruatr dhe sa prej tyre janë paguar. Gjërat duhet të etiketohen me emrin e shitësit dhe çmimi paa se të fillojë shitja. Me shitjen e gjërave, mënjanohen etiketat dhe përdoren në fund për të vërtetuar se sa duhet të fitojë shitësi.

- **Shitje nga bagazhi i automjetit**

Rezervohet hapësirë në periudhë të caktuar kohore dhe personat të cilët dëshirojnë të shesin, sjellin prodhime në automobilat e tyre dhe nga bagazhi i nxjerrin në shitje. **Shitja në tavolina** është shitje e ngjashme me atë të bagazhit në automobil, por në vend se të shiten gjërat nga bagazhi, njerëzit shesin prodhime të cilat janë të nxjerra në tavolina. Shitja e këtillë mund të organizohet edhe jashtë edhe brenda.

Kujdes! Kujdesuni që ti kontrolloni ligjet në vendin që është në pyetje para se të filloni me projektin e shitjes së gjërave.

Gjëra të cilat duhet të mbahen mend për shitje afatshkurte

- Caktoni ekip përgjegjës të njerëzve për organizimin e aksionit për shitje. Zgjidhni datë dhe kohë. Kontrolloni se a nuk përshtatet me ngjarje tjetër të rëndësishme.
- Rezervoni lokacionin dhe pajisjen e nevojshme.
- Para shitjes, caktoni se ku do të skladohet dhe ndahet malli si dhe çmimi për secilin prodhim.
- Dërgoni apel për mallrat të cilat do të shiten.
- Organizoni aheng.

- Reklamoni ngjarjen.
- Caktoni shitjen e pijeve freskuese, përderisa është përkatëse.
- Organizoni tombola apo lotari, përderisa është adekuate.
- Organizoni distribuimin e materialit informativ për shoqatën tuaj nacionale dhe për Lëvizjen e KK dhe GJHK. Jepni mundësi njerëzve të anëtarësohen në organizatë apo të kërkojnë informacione plotësuese.
- Caktoni procedurat për manipulim me të holla.
- Vendosni se a do të paguani buleta për hyrje që ti mbuloni shpenzimet organizative, por çmimi të mos jetë shumë i lartë përderisa keni dëshirë që njerëzit të marrin pjesë.
- Përgatitni listë të gjërave të cilat duhet të bëhen dhe caktoni se kush do të jetë përgjegjës për secilin aktivitet individualisht.
- Përgatitni listën e pajisjeve të cilat do t'ju nevojiten për organizimin e ngjarjes dhe caktoni se kush do të jetë përgjegjës.

Pas shitjes

- Dokumentoni shumën e grumbulluar dhe futni të hollat në bankë.
- Falënderohuni të gjithë personave të cilët kanë qenë të kyçur në aksion dhe informoni për rezultatet përfundimtare.
- Shkruani raport të shkurtë me rekomandim tuajin dhe shqyrtim për tu përdorur përvoja përderisa përsëri organizohet aktivitet i këtillë për shitje.

Aukcione

Aukcionet janë mënyra më e mirë që të shiten gjëra të specializuara apo të vlefshme siç janë antikitetet apo gjërat më të mëdha siç janë mobiljet dhe pajisja. Shoqatat nacionale mund të shesin gjëra siç janë këto në aukcione publike, apo mund të organizohen aukcione personale. Kur përdorni shtëpi publike për aukcion mbani mend gjërat që vijojnë:

- Çdoherë theksoni shumën minimale të cilën dëshironi ta fitoni për gjërat të cilat janë në aukcion.
- Shikoni përreth dhe shihni se cili aukcion ofron kushte më të përshtatshme.
- Shtëpi të ndryshme për aukcion janë të specializuara për lloje të ndryshme të gjërave.

Ka dy lloje të aukcionit të cilat mund ti zgjidhni:

- Njerëzit i thonë me gojë ofertat dhe gjërat të cilat i shiten personit i cili do të ofrojë shumë më të lartë.
- Njerëzit i shkruajnë ofertat dhe në fund në periudhë të caktuar kohore sendi i shitet personit i cili ka shkruar çmimin më të lartë. Kjo quhet aukcion i qetë. Ajo mund të jetë e hapur që njerëzit të shohin çka kanë ofruar të tjerët dhe ta rrisin ofertën e tyre përderisa kanë dëshirë. Apo mund të jetë i mbyllur, ku njerëzit i fusin ofertat në zarfe të mbyllura.

Vërtetimi i qëllimit

Hapi i parë gjatë caktimit të aukcionit është që të vërtetohet se çka dëshiron të arrihet. Kjo do t'ju ndihmojë në vërtetimin e llojit të gjërave të cilat do ti vendosni në aukcion dhe tipin e njerëzve të cilët do të jenë të ftuar të marrin pjesë në aukcion. Stati të ndryshme do ta tërheqin interesin e njerëzve të ndryshëm. Prandaj planifikoni aktivitetet me kujdes për tërheqjen e interesit të njerëzve.

Kryqi i Kuq i Samosë Perëndimore mbajti aukcion me gjëra për amvisëri dhe material ndërtimor.

Përgatitni buxhet për të hyra dhe të dalura. Kontrolloni se aukcioni a është opsion i pagueshëm, në bazë të sigurimit të donacioneve, tërheqje të blerësve dhe realizim i fitimit.

Dorëzimi i apelit për mallra të aukcionit

Mund të bëhet apel i drejtpërdrejtë tek njerëzit të cilët janë të specializuar për gjëra të cilat shiten në aukcion. Gjithashtu mund të kontaktohen persona të famshëm. Ide e mirë është që të bëhet shpallje apo të shpallet stati në revistë speciale.

Gjëra të cilat do të ofrohen në aukcion mund të jenë që vijojnë:

- Gjëra të koleksionuara. Këto mund të jenë pothuajse çfarëdo gjëra të cilat i grumbullojnë njerëzit. Për shembull: pllaka, triska postare dhe monedha numizmatike, piktura artistike, libra, instrumente muzikore.
- Gjëra të cilat më parë kanë qenë në posedim të personave të famshëm.
- Gjëra të mëdhaja siç janë mobiljet, veturat e përdorura apo mallra.
- Prodhime të kopshtit, siç janë pemët dhe perimet.

Punë të cilat duhet të mbahen mend për aukcione

- Formoni komision organizativ.
- Caktoni se çfarë lloji të aukcionit do të organizoni.
- Caktoni se prej ku do ta siguroni punën dhe cilin do ta ftoni si blerës.
- Përgatitni buxhet që të siguroni pagueshmërinë e projektit.
- Caktoni datë dhe rezervoni lokacion për aukcion.
- Huazoni pajisje, siç është zërimi, tavolinat, ulëset dhe sanduqet për vendosjen e gjërave.
- Angazhoni person i cili do ta udhëheqë aukcionin.
- Kërkoni gjëra të cilat mund të vendosen në aukcion.
- Siguroni informacione në bazë të sigurimit – për gjërat e vlefshme dhe për ngjarjet në përgjithësi.
- Kërkoni nga ndonjë person i famshëm që ta hapë aukcionin.
- Informoni publikun për aukcion dhe kërkoni sponsorime.
- Shikoni se çka duhet tjetër të bëhet – p.sh pije freskuese dhe aheng.

- Siguroni material informativ për shoqatën nacionale i cili do të diseminohet tek vizitorët dhe siguroni mundësi që të kërkojnë informacione plotësuese apo të anëtarësohen në organizatë.
- Përgatitni program të shtypur me përshkrim të gjërave të cilat do të vendosen në aukcion. Mund të kyçni në të edhe informacione për punën e shoqatës nacionale.
- Përgatitni listë të gjërave të cilat duhet të bëhen dhe caktoni se kush do të marrë secili nga obligimet. Ndani detyrat në grupe të vogla.
- Me kujdes planifikoni manipulimin me të holla.

Për më shumë informacione shiko **Kreu 7: Ngjarje dhe Kreu 8: Korporata.**

Pas aukcionit

- Zbatoni procedurën e caktuar kontabiliste dhe futni të hollat në bankë.
- Falënderohuni personave të cilët kanë qenë të kyçur në aukcion dhe informoni për rezultatet përfundimtare.
- Nga gazeta lokale kërkoni që ta shpallë raportin, të drejtohet falënderim për përkrahjen dhe ndoshta të shpallet fotografi.
- Shkruani raport me rekomandimin tuaj që të përdoret përvoja përderisa sërish organizohet aukcion i këtillë.

Shitore

Shitore mobilizuese

Në vende ruralet disa vendeve mund të zbatohen shitore mobilizuese. Mallrat mund të transportohen me kamion apo me furgon të madh dhe të shitet drejtpërsëdrejti nga automjeti. Prodhimet duhet të ndahen dhe tu ngjiten çmime, kurse shpenzimet për transport duhet të kyçen në studimin për pagesë.

Duhet të përgatitet ruta dhe lokacionet ku shitorja do të ndalet në periudha prej dy deri tre orë, të themi një herë në muaj në secilin lokacion. Është e mundshme të dorëzohen edhe kërkesa për dhurata gjatë vizitës së shitores mobilizuese. Kryqi i Kuq i Zimbabves ka shitore për veshmbathje të përdorur, të cilat ua sigurojnë shoqatat nacionale Nordike, dhe kur ka sasi të mjaftueshme të mallrave, shoqata nacionale i çon shitoret mobilizuese të shesin veshmbathje në mjediset rurale.

Stande në rrugë dhe në tregje

Varësisht nga ligjet e vendeve, shoqata nacionale mund të caktojë stande shitëse në rrugë apo në treg. Standet në rrugë mund të jenë të përkohshme, të shesin mallra të caktuara të cilat janë të dhuruara, apo mund të jenë të vendosura dhe të punojnë në bazë të rregullt.

Si te shitoret e mobilizimit, prodhimet me siguri duhet të ndahen dhe tu ngjtet çmim në lokacion të posaçëm, por malli i dhuruar mund të merret në standet në treg apo në standet në rrugë.

Ky lloj i standeve është më adekuat për shitje të gjërave më pak të përdorura, apo për mallra të reja të KK dhe GJHK.

Standet në shitoret me shitje të vogël

Mënyra tjetër për marketing të mallrave të reja, posaçërisht të punimeve të dorës është që të binden pronarët lokal të shitoreve me shitje të vogël ti mundësojnë shoqatës nacionale të vendosë stande të vogla në shitoret e tyre.

Pronarët e shitoreve do të marrin mirënjohje publike për atë që e përkrahin KK apo GJHK, kurse anëtarët dhe përkrahësit do ti vizitojnë shitoret të cilat ndoshta edhe nuk do ti kishin vizituar në ndonjë rast tjetër.

Shitore të përkohshme

Ndonjëherë mund të hapen shitore të përkohshme për periudhë prej një jave apo për disa muaj. Nëse shoqata nacionale nuk është e sigurt se a dëshiron të hapë shitore, mundohuni me hapjen e shitores së përkohshme e cila do të punojë disa muaj që të shihni se si do të funksionojë.

Ndoshta është e mundshme të huazohet apo të merret me qira hapësirë apo hallë për periudhë prej një deri në dy javë dhe të përdoret si shitore. Kjo mund të jetë formë adekuate para mbajtjes së festës së madhe, kur njerëzit në mënyrë tradicionale blejnë kartolina apo dhurata për shokë dhe farefis.

Çdoherë keni kujdes në bazë të pranimit të dhuratave për shitje **para** se të siguroni hapësirë për shitje.

Ndonjëherë është e mundshme të huazohet shitore në bazë kohore. Kur shitorja ekzistuese është e mbyllur, për shembull, ndonjëherë mundet që të huazohet në periudhë të shkurtë deri sa të gjendet blerës i objektit. Mundohuni që të bëni marrëveshje në bazë të periudhës kohore të cilën do ta keni në dispozicion që të shpërnguleni, pas pranimit të lajmërimit se duhet ta mbyllni shitoren.

Shitore të vazhdueshme

Shitoret e vazhdueshme mund të kushtojnë shumë të holla për tu hapur. Megjithatë, nëse planifikohet dhe organizohet mirë puna e tyre, dhe nëse hapësira është me madhësi adekuate dhe në lokacion të vërtetë, shitoret do të duhej të jenë shumë fitimprurëse.

Të hyrat të cilat do ti kenë shitoret nuk do të jenë mjete të caktuara, prandaj do të mund të përdoren për çfarëdo qëllimi të shoqatës nacionale.

Shitoret gjithashtu mundësojnë praninë e shoqatës nacionale në bashkësitë lokale. Ky prezantim mund të përdoret ndonjëherë edhe për qëllime tjera, siç janë për shembull, reklamimi i ngjarjeve, angazhimi i anëtarëve të rinj, pranimi i donacioneve dhe promovimi i punës së shoqatës nacionale. Shumë shoqata nacionale i përdorin shitoret për

Iloje të ndryshme të aktiviteteve për akumulimin e të hyrave. KK i Belize ka shitore në aeroport, KK i Zimbabves ka furrë si dhe shitore për veshmbathje të përdorur, KK i Ganës ka laboratori për zhvillimin e fotografive, kurse GJHK në Bahrein ka shitore jofitimprurëse ku sigurohen shërbime kozmetike për personat e varfër.

Vlerësimi i qëndrueshmërisë së shitores

Shumë është me rëndësi që shoqatat nacionale të kenë shkallë të caktuar të besimit në suksesin e shitores para se të investohet shumë kapital. Ato duhet të kontrollojnë se sa janë mundësitë të sigurohen mjete të donuara për shitje dhe sa vullnetarë janë në diskonim të sigurojnë përkrahje për shitoren.

Duhet të përgatitet buxhet detal për vitin e parë, dhe parasheh në bazë të pritjeve nga puna e periudhës vijuese vjetore.

Buxheti duhet ti përmbajë elementet që vijojnë:

- Qira;
- Tatim;
- Rroga apo shpenzime tjera të ngjashme;
- Çmimi i prodhimeve të cilat do të blihen;
- Renovimi dhe rregullimi i hapësirës;
- Furnizimi i mjeteve për punë
- Postë, telefon, shërbime komunale
- Sigurim;
- Shpenzime për vullnetarë;
- Shpenzime për grumbullimin e mallrave;
- Shpenzime indirekte.

Në të hyrat do të hynë qëndrimet që vijojnë:

- Mall i shitur nga donacionet;
- Shitja e mallrave të reja, siç janë për shembull prodhime të KK apo GJHK;
- Shitja e pijeve freskuese;
- Donacioni i mjeteve financiare.

Nëse i krahasoni të hyrat dhe të dalurat do të mund të shihni se sa është fitmi i mundshëm financiar për shoqatën nacionale.
Puna vullnetare në masë të madhe e ka rritur rentabilitetin dhe fitimin e shitores. Shoqatat nacionale gjithashtu duhet të orvaten që shitorja të jetë e locuar në fushë ku ka mjaft vullnetarë.

Sigurimi i shitores

- **Blerje apo huazim**

Blerja e shitores paraqet investim kapital e cila i jep siguri përdoruesit dhe mos frikës se qiraja do të rritet. Megjithatë, kjo mund të paraqesë edhe lidhshmëri të kapitalit i cili do të mund të përdorej për qëllime tjera e gjithashtu

mund të paraqesë vështirësi që shitorja më vonë të shitet. Huazimi i shitores është opsion më i lirë por duhet mirë të caktohen kushtet për huazim e për këtë qëllim nevojitet këshillë juridike.

- **Shpenzime**

Përshtatni buxhetet në pajtueshmëri me pritjet nga lokacioni dhe bëni vlerësimin se sa do të jetë efektiviteti në bazë të krahasimit mes të hyrave dhe të dalurave të pritura.

- **Lokacioni**

Nëse lokacioni nuk është në vend atraktiv, nuk do të mund ta vizitojnë shumë klientë. Ajo duhet të jetë në vend frekuentim. Prandaj lokacioni duhet të jetë i barazuar me çmimin e shpenzimeve.

- **Madhësia**

Kujdesuni që shitorja të ketë hapësirë të mjaftueshme për skadimin e mallrave si dhe hapësirë për shitje. Hapësira për ndarje duhet përafërsisht të jetë gjysma e hapësirë e gjysma tjetër për shitje.

- **Gjendja e shitores**

Nëse shitorja merret me qira, shihni se kush është përgjegjës për riparime. Kujdesuni që të gjeni persona të kualifikuar që të bëjë mbikëqyrje dhe kontrollim që të shohë a mos ka probleme të fshehura të cilat nuk shihen në shikim të parë.

Menaxhimi financiar i shitoreve

Në kreun 2 janë cekur parimet gjenerale me mjete financiare. Punë të caktuara të cilat kanë të bëjnë posaçërisht me shitoret janë:

- Kujdesuni që të gjitha transaksionet shitëse të jenë në rregull. Përdorni kasë apo kartela shitëse ku shënohen kategoritë dhe çmimet e prodhimeve. Kjo është e patjetërsueshme për shkak të kontabilitetit dhe është e dobishme që të bëhet vlerësim në bazë të asaj se cilat prodhime shiten më mirë.
- Ruani të hollat në vend të mbyllur.
- Futni të hollat në bankë për çdo ditë që të mos ju mbeten shuma të larta në shitore gjatë tërë natës.
- Çdoherë le të ketë nga dy persona në punë kur punohet me të holla. Kjo do të ndihmojë në mbrojtjen e qetësisë dhe reputacionit të tyre, si dhe siguri për të hollat.
- Siguroni vend larg hapësirës për shitje ku do ti numëroni të hollat.
- Siguroni që faturat të kontrollohen në bazë të rregullt me qëllim të detektohet çfarëdo problemi.
- Siguroni vend të sigurt ku të punësuarit do të mund ti lënë gjërat e tyre personale.

Rregullimi i shitores

Më së miri është që ngjyrat në shitore të jenë të thjeshta, që të mund lehtë të theksohen gjëra të ndryshme në hapësirë. Ngjyrat e hapura do të japin pamje se shitorja është e madhe dhe do ta tërheqë vëmendjen e klientëve. Nxemja dhe ndriçimi gjithashtu janë të rëndësishme sepse klientëve u nevojitet atmosferë e këndshme që të mund më mirë ti shohin prodhimet e ekspozuara.

Vendi për shitje

Vendimet në bazë të asaj se si prodhimet do të ekspozohen në shitore do të varet nga ajo se çka shitet, por gjërat që vijojnë duhet të merren parasysh:

- **Veshmbathje**

Varni rrobat në varëse në vend se klientët ti shohin të grumbulluara. Veshmbathja për femra, meshkuj dhe fëmijë duhet të renditet veçmas. Prodhime të ngjashme për veshmbathje le të jenë njëra përskaj tjetrës. Për shembull, fundet le të jenë në një vend, fustanet në tjetër vend, e të gjitha pantollonat le të jenë në lokacion tjetër.

Gjithashtu mund të fiksohen mbajtës për varjen e rrobave në mure. Për prodhime siç janë këmishat dhe pantallonat apo fundet dhe bluzat, ka mundësi të montohen varëse të dyfishta, njëra mbi tjetrën. Në këtë mënyrë këmishat mund të varen mbi pantallonat kurse bluzat mbi fundet. Përskaj asaj që në këtë mënyrë hapësira do të duket tërheqëse, do të keni edhe më shumë vend që të ekspozoni më shumë prodhime.

Keni kujds që të mos grumbulloni shumë në varëse sepse klientët nuk do ti shohin mirë prodhimet, dhe shumica do të dorëzohen nga blerja. Rregull themelore është se çka është në varëse duhet të shtyhet në një anë, prandaj një e treta e mbajtësit në të cilën lëvizin varëset duhet të jetë e zbrazur.

Pjesa më e madhe e rrobave është sezonale, dhe lloj tjetër i rrobave mbahet në periudha të ndryshme të vitit. Me rëndësi është të keni kujdes në këtë punë në shitore. Përderisa hapësira për ndarjen e rrobave ju siguron mundësi, skladoni prodhimet më të mira të cilat nuk janë për atë sezon që ti shitni më vonë.

- **Porcelan, punime dore, libra, lojëra**

Përdorni rafte. Më mirë është të grupohen gjërat sipas llojeve. Siguroni njërin prej rafteve për secilën kategori të prodhimeve. Sa më mirë që i gruponi prodhimet aq më lehtë klientët do të gjejnë diçka për të blerë.

- **Mallra të reja**

Ruajeni mallin e ri në një anë sepse çmimi i mallit të ri do të duket më i lartë krahasuar me çmimet e gjërave të përdorura.

Vendi për pagesë

Duhet të ketë vend të posaçëm ku klientët do të duhet ti paguajnë prodhimet të cilat i blejnë. Vendi i pagesës mund të jetë afër derës që shitësit do ti mundësojë ti përshëndesë njerëzit gjatë hyrjes së tyre në shitore.

Vendi për pagesë duhet të ketë ose kasë me fjoka për të holla ose libër ku do të shënohen transaksionet dhe kuti të sigurt për ruajtjen e të hollave. Gjithashtu në këtë vend duhet të ketë edhe qese, letër për mbështjellje dhe vërtetime.

Hapësirë informative

Siguroni hapësirë ku do të theksohen posterë, fletushka dhe material informativ për punën e shoqatës nacionale.

Vendi për ndarjen e mallrave

Hapësira për ndarjen e mallrave do të duhet të ketë bile një pjesë nga elementet që vijojnë:

- Tavolinë të madhe ku njerëzit do ta ndajnë mallin dhe ku prodhimeve do t'ia ngjisin çmimet;
- Dy vende për skadim të mallrave;
- Hapësirë për zyre;
- Hapësirë ku të punësuarit do të mund ti lajnë duart dhe të freskohen;
- Hapësirë ku prodhimet do të mund të pastrohen apo të rregullohen;
- Vend ku do të skladohen rrobat për sezone tjera.

Garderober

Kur shitni rroba, duhet të keni gardërober apo vend ku klientët do të munden ti provojnë rrobat para se ti blejnë ato. Kjo e nxit blerjen, sepse klientët do të jenë më të sigurt se rrobat i kanë të sakta pasi ti provojnë. Kjo gjithashtu do ta ulë numrin e personave të cilët do ti kthejnë rrobat për shkak se nuk i kanë të sakta.

Imazhi

Pamja e shitores luan rol të rëndësishëm në bazë të asaj që klientët prein të gjejnë diçka brenda në shitore. Përderisa hapësira nuk është e rregulluar mirë, klientët do të presin se prodhimet janë me kualitet të keq dhe me çmime të ulëta. Megjithatë, përderisa hapësira është e pastruar dhe e rregulluar mirë, ata do të presin të gjejnë prodhime kualitative dhe do të jenë të gatshëm të paguajnë më shumë.

Imazhi i shitores gjithashtu e tregon mënyrën në të cilën shoqata nacionale është e organizuar dhe do të kontribuojë për percepcion më të mirë në publik. Shitorja e cila është mirë e organizuar dhe efikasiteti tregon shoqatë nacionale mirë të organizuar dhe efikase.

Aparatet kundër zjarrit dhe pajisjet për ndihmën e parë

Shikoni se cilat janë normat ligjore, si dhe masat e shoqatës nacionale për sigurinë e punëtorëve dhe klientëve.

Përgatitja e mallrave të përdorura për shitje

- **Shihni të gjitha prodhimet që të dini se a mund të shiten apo jo**

- Edhe pse shiten mallra të përdorura prapë duhet të ofrohen në shitje vetëm prodhime me kualitet të mirë. Normal vetëm prodhimet me kualitet të mirë mund të pritet se dikush do ti blejë. Mos u mundoni të shitni rroba të cilat janë të grisura, të palara, joadekuate për klientin etj. Gjithashtu mos u mundoni të shitni prodhime të cilat janë me defekte, të cilat janë të prishura, të rrezikshme apo joligjore.

- **Pastroni, rregulloni dhe hekurosni rrobat**

Me rëndësi të madhe është që të gjitha prodhimet të jenë në gjendje të mirë.

- **Caktimi i çmimeve**

Më së miri është të bëhet udhëzim për caktimin e çmimeve, posaçërisht nëse në punë janë kyçur disa persona.

- **Kodimi i prodhimeve**

Kjo ju mundëson që të dini se sa gjatë prodhimi qëndron në shitore. Prodhimet duhet të ekspozohen për shitje vetëm në periudhë të caktuar kohore; zakonisht jo më shumë se një muaj, para se të largohen nga shitorja. Klientët e rregullt nuk duhet të shikojnë vazhdimisht se si ofrohen gjërat e njëjta. Përjashtim i veçantë mund të jenë gjërat të cilat janë interesante për koleksionerët, për të cilët ndonjëherë nevojitet kohë më e gjatë për tu shitur. Mënyra më e lehtë për kodim është të shkruhet në çmimin e prodhimit data se kur prodhimi për herë të parë është ofruar në shitje.

Menaxhim i përditshëm me shitoren

Shoqata nacionale duhet të vendosë se mund të lejojë të paguajë person i cili punon në shitore, apo shitorja do të punojë nëpërmjet përkrahjes së siguruar vullnetare. Pa dallim se çka do të vendosni, ju nevojiten njerëz për gjërat që vijojnë:

- **Menaxher – Koordinator**

Ky person do të jetë përgjegjës për punën e përgjithshme dhe organizimin e shitores. Menaxheri i thekson detyrat të cilat duhet të zbatohen, cakton persona për këto detyra, dhe kujdeset që ato detyra të jenë të zbatuara.
Menaxher gjithashtu është përgjegjës për kënaqjen e përgjithshme dhe jgnedjen e mirë të personelit.

- **Kasator**

Ky person është përgjegjës për kontabilitetin dhe menaxhimin financiar. Është mirë që ky person të mos jetë menaxheri apo personi i cili është përgjegjës për pagesën e përditshme të mjeteve në bankë dhe manipulim me të hollat.

- **Ekip për ndarjen dhe përcaktimin e çmimeve të prodhimeve**

Një grup njerëzish duhet të kujdeset për ndarje, ngjitjen e çmimeve, kodimin dhe realizimin.

- **Ekip për shitje**

Ky grup njerëzish punon në shitore, iu ndihmon dhe i shërben klientët dhe bën mbrojtjen nga vjedhjet. Anëtarët e ekipit për shitje mund të ndërrohen në vendin e punës. Është mirë të ketë çdoherë dy persona të cilët do të punojnë së bashku në shitore.

- **Kasher**

Ky person i numëron të hollat në fund të ditës dhe i dërgon në bankë. Ndonjëherë këtë e bën ekipi për shitje e ndonjëherë dikush tjetër, këtë gjithsesi nuk duhet ta bëjë kasheri.

- **Pastrues**

Ndonjëherë pastrimin e bën ekipi për ndarje dh ngjitje të çmimeve, kurse ekipi për shitje (për pjesën për shitje). Ndonjëherë vinë persona të posaçëm për pastrim. Pa dallim se cila metodë do të përdoret, me rëndësi është që dikush të jetë përgjegjës për pastrim apo të caktojë persona që kjo të kryhet.

- **Rregullim, larje dhe hekurosje e rrobave**

Këtë detyrë e bëjnë sorterët, apo ekip i posaçëm i njerëzve.

- **Hapësira ekspozuese**

Dikush duhet të jetë përgjegjës për ekspozimin e rrobave në vitrinën e shitores dhe në pjesën për shitje.

- **Informacione**

Dikush duhet të kujdeset që hapësira informative në shitore të jetë e rregulluar dhe të mund të sigurojë informacione në çështjet për punën e shoqatës nacionale.

- **Grumbullues**

Nëse shitorja organizon grumbullimin e mallrave, duhet të caktohet ekipë për grumbullim.

- **Shëndet dhe siguri**

Caktoni person i cili do të jetë përgjegjës për shëndetin dhe sigurinë e të punësuarve, vullnetarëve dhe klientëve.

SHTOJCA R

SHEMBULL I RASTIT

KRYQI I KUQ I FINLANDËS
Shitja e kartelave postare, kartolina dhe kartela për vitin e ri

Në bashkëpunim me prodhuesin më të madh të kartelave në Finlandë dhe në Postën e Finlandës, shoqata nacionale shet kartela postare, kartolina dhe urime të vitit të ri dhe të krishtlindjeve. Rreth tre milion kartela shiten për çdo vit. Triskat postare janë shtypur në njërën prej kartelave postare kurse në çmimin e kartelës është kyçur edhe shpenzimet e postës për cilindo destinacion në bot. KK i Finlandës është lider në tregun e kartelave të krishtlindjeve. Ata kanë ndërtuar klientelë gjatë viteve nëpërmjet marketingut të kartelave të krishtlindjeve në KK të cilat dorëzohen tek të gjithë 140.000 kpomani në Finlandë. Kartelat gjithashtu janë të kapshme në publik dhe shiten në mbi 3.000 shitore mes cilave edhe në posta dhe shitore për materiale të zyrave. Mendohet se afër 10% e popullatës në Finlandë i blen kartelat e krishtlindjeve të KK të Finlandës, por Krishtlindja nuk është periudhë e vetme në vit kur KK i Finlandës ofron kartela në treg.

KK i Finlandës filloi të futet në tregun e përpunimit të kartelave speciale profitabile. Me promovimin e kartelave për Shën Valentin të cilat u reklamuan në televizion, ka rritje të dukshme në shitjen e këtyre kartelave në shitjen e katër viteve të ardhshme. KK i Finlandës gjithashtu i kyçur në përpunimin e urimeve të thjeshta të cilat paraqesin mjet të suksesshëm për sigurimin e mjeteve financiare. Dizajni i kartelave gjithmonë është i shkëlqyeshëm me koncept imagjinues për çka përdoret strategji efektive reklamuese që mundëson sigurim të mjeteve financiare nga ky burim.

Shembuj të rastit

KRYQI I KUQ I ZAMBISË
Të hyra nga qiratë e ndërtesave

Shoqata nacionale: KK i Zambisë
Emri i aktivitetit: Të hyra nga qiratë e ndërtesave

1. *Përshkruani aktivitetin dhe qëllimet.*

Huazimi i zyreve dhe banesave për mbulimin e shpenzimeve programore të KK të Zimbabves.

2. *Pse e zgjodhët këtë aktivitet dhe sa të hyra siguroni me këtë aktivitet?*

Si rezultat i gjendjes së rëndë ekonomike në Zimbabve, kjo ishte mënyra më e mirë që të sigurohet sigurimi i të hyrave të garantuara për shoqatën nacionale.

3. *Sa është i rëndësishëm ky aktivitet për shoqatën tuaj nacionale? Pse?*

Ky është aktivitet shumë i rëndësishëm për KK të Zambisë. Me atë i mbulojmë shpenzimet e regjisë dhe programore, gjegjësisht rreth 50% të buxhetit tonë vjetor.

Ujë dhe komunali	K 57,960,000 në vit
Banka botërore	USA $ 68,820 në vit
Banesa USA$	45,360 në vit

4. *A kishit vështirësi të caktuara? Nëse kishit, si u ballafaquat?*

Problemet ishin vetëm me banesat për të cilat kishim procese gjyqësore për largimin e personave të shpërngulur të cilët kishin nënshkruar kontratë për huazim të hapësirës për 20 vite me qira të ulët fikse, por nuk e paguanin.

5. *Cilat ishin arritjet kryesore?*

Pasi u larguan banorët nga banesat, u morëm vesh të bëjmë marrëveshje trevjeçare për huazimin e hapësirës. Gjëja tjetër ishte ndërtimi i Shtëpisë së re të Kryqit të Kuq me mjetet e KK të Finlandës.

6. *Si janë parashikimet tuaja afatgjate dhe afatshkurte për këtë aktivitet?*

Pasi të mbarojmë me pagesën e huazimit për KK e Finlandës (150.000CHF), do të kemi mundësi të sigurojmë mjete për më shumë programe nga burimet tona. Aktiviteti garanton të hyra të mira për KK të Zambisë.

7. *Cilat janë leksionet kryesore të cilat i mësuat?*

Në orvatjet për sigurimin e mjeteve secila shoqatë nacionale duhet të gjejë moduse të cilat do të funksionojnë në mjedisin e tij. Puna me patundshmëri funksionon mirë tek ne.

SHTOJCA RR1

SHEMBULL I RASTIT

KRYQI I KUQ I FIXHIT
Klubi 500

Aktivitet: Klubi 500
Ky është aktivitet për sigurimin e mjeteve financiare nëpërmjet mini lotarisë. Aktiviteti është i thjeshtë, i lehtë dhe mbështetet në kontributin e vullnetarëve që të shesin tiketa të lotarisë. Promovohet dhe shitet tek individët të cilët nuk e kanë patjetër të jenë të përkrahës së KK. Në rastin tonë, qëllimi është për individë të cilët nuk ka nevojë të jenë anëtarë por as donatorë për aktivitet të caktuar, por e blejnë tiketën me shpresë se do të fitojnë shpërblim në të holla.

Historia / Vendimi i cili u ndërmor
Qëllimi kryesor ishte të sigurohen të holla për shpenzime themelore në punën e KK dhe për sigurimin e mjeteve për aktivitete specifike.

Sa janë të hyrat?
Të hyrat neto të garantuara janë 2,778$ nëse shiten të gjitha tiketat. Tiketat shiten lehtë sepse blerësit marrin shpërblime në të holla. Ata gjithashtu e dinë se shesin vetëm 500 tiketa dhe prej aty del edhe emri Klub 500.

Sa kushton ky aktivitet?
Shuma fillestare e të hollave është e nevojshme për këtë aktivitet është minimale

- Shpenzime për leje për organizimin e lotarisë – 22$;
- Shpenzime për shtypjen e 500 tiketave;
- Shpenzime për reklama në gazeta për shpalljen e fituesve të shpërblimeve.

Çfarë roli ka aktiviteti i pasqyrës së përgjithshme financiare?
Siguron mjete në të holla pa u kërkuar donacione. Periudha kohore mes fillimit të Lotarisë Klub 500 dhe datës së tërheqjes është gjashtë deri në tetë javë, që do të thotë katër Klub500 lotari mundet lehtë të mbahen për çdo vit, duke siguruar të hyra prej 10.000$, që për ne paraqet 6.7% nga shuma e përgjithshme vjetore cila duhet të mblidhet nëpërmjet mobilizimit të fondeve.

Si është kjo e lidhur me aktivitetet programore?
Nuk është e lidhur drejtpërdrejtë me aktivitetet programore, megjithatë kur bëhet tërheqja e shpërblimeve të Klub 500 lotarisë fitohet publicitet dhe sigurohen të dhëna dhe informacione për programet e KK.

P.sh. ju falënderojmë për blerjen e tiketave... me këto të holla KK do të blejë karrocë për invalidë për Xhon Sanisolli nga Newtown.

Çfarë janë parashikimet afatshkurte dhe afatgjate tuaja për këtë aktivitet?

Planet afatshkurte janë të sigurohen nevojat e mjeteve financiare. Planet afatgjate janë të diseminohen informacione të cilat dëshirojmë të bëhen vullnetarë apo të dhurojnë mjete në të holla për programet tona vijuese.

Tiketat e Klub 500 lotarisë u shiten anëtarëve të Klubit të theksuar social në Suva. Gjatë kohës së Javës Nacionale 500$ ishin siguruar nga ana e Klubit Suva dhe janë ndarë shoqatës tonë nacionale. Kur na dorëzuan çekun, Kryetari i klubit gjithashtu inicoi përgatitshmëri për organizimin e aksionit për dhurim të gjakut në Klubin e tyre. Klubi gjithashtu vazhdoi ti theksojë të gjitha materialet e shtypura të KK tabelën e tyre për shpallje. Kjo dëshmon se ekziston vetëdije e lartë për aktivitetet e KK.

Cilat janë vështirësitë kryesore me të cilat ballafaqoheni?
Vështirësitë me të cilat ballafaqohemi gjatë implementimit tl lotarisë për sigurimin e mjeteve financiare do të mund të jenë si vijon:

- Nëse promotori nuk ka sukses ti distribuojë tiketat tek shitësit e tij të tiketave;
- Nëse promotori nuk kontrollon se a i shesin shitësit e tij tiketat;
- Nëse promotori nuk paraqitet që të informojë se ka tiketa të pa shitura një javë para tërheqjes që të ketë mundësi që tiketat e pa shitura përsëri të distribuohen për shitje;
- Nëse promotori nuk siguron se të gjithë shitësit e tiketave janë vullnetarë të përkushtuar dhe nëse nuk kujdeset që të gjitha tiketat të shiten deri në ditën e tërheqjes.

Pengesë kryesore mund të jetë shitja e pamjaftueshme e tiketave për të mundur të mbulohen shpenzimet për shpërblime në të holla.

Cilat janë leksionet kryesore të cilat i keni mësuar?
Sikur te secili aktivitet për grumbullimin e mjeteve financiare duhet të keni promotor të përkushtuar që ta mbikëqyrë distribuimin dhe shitjen e tiketave. Tiketat janë shumë të popullarizuara në Fixhi dhe nuk duhet shumë për ti shitur, megjithatë shitësit e tiketave vazhdimisht duhet ti kenë në dorë për ti ofruar për blerje.

Alison A. Cupit
Koordinator për mobilizimin e fondeve

23 maj 1994

BUXHETI KLUB 500

SHPENZIME:

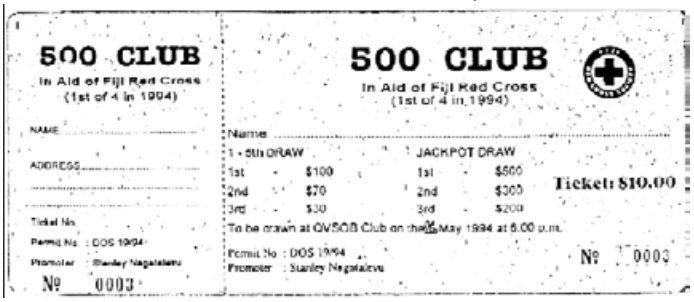
Leje	$22.00
Shtyp	$100.00
Reklama	$100.00
Shpërblime	($200 x 5= 1.000+1000)
	$2.000.00

	Gjithsej	**$2.222.00**

Të dalura:

	Shitja e kartelave 500 tiketa x $10.00	$5.000.00
	Shpenzime	$2.222.00

NETO TË HYRAT		**$2.778.00**



SHTOJCA RR2

SHEMBULL I RASTIT

KRYQI I KUQ I SVAZILEND
Trajnim për ndihmë të parë / shitja e seteve për ndihmë të parë

Shoqata nacionale: Kryqi i Kuq i Svazilendit

Emri i aktivitetit: Trajnim për ndihmë të parë / Shitja e seteve të ndihmë të parë

8. *Përshkruani aktivitetin dhe qëllimin.*

- Për tu siguruar të hyra për OKKK dhe Qendrën;
- Të ngritet niveli i diturisë për ndihmë të parë në vend dhe
- Të ulet numri i fatkeqësive.

9. *Pse e zgjodhët këtë aktivitet dhe sa të hyra siguroni me këtë aktivitet?*

- Ka rritje të numrit të fatkeqësive në trafik dhe industrial;
- Kishte mundësi për sigurimin e më shumë të hyrave për shpenzime programore.
- Siguro mundësi për kontakt me sektorin korporues.

10. *Sa të hyra siguruat nga ky aktivitet? Sa ishin shpenzimet?*

Në dhjetë muajt e parë fituam 80.000 E. Shpenzimet ishin 40.000E për trajnim të trajnuesve.

11. *Sa është i rëndësishëm ky aktivitet për shoqatën tuaj nacionale? Pse?*

- E përmirësoi imazhin e shoqatës nacionale dhe e përmirësoi gjendjen financiare sepse kemi zbatuar kontakte me shumë njerëz.
- Shoqatës tonë nacionale i mundësoi ta ulë mjerueshmërinë e grupeve qëllimore dhe ndihmuam në preventivën e fatkeqësive.

12. *Si është i lidhur ky aktivitet me shërbimet të cilat i siguroi shoqata juaj nacionale?*

- Aktiviteti implementohet në kuadër të programit për kujdes primar shëndetësor;
- Aktiviteti gjithashtu është pjesë e programit për përgatitsshmëri gjatë katastrofave dhe uljes së katastrofave;
- Aktiviteti është i lidhur me programin e informimit / diseminacioni dhe raporti me publikun – ndihmon në diseminimin e informacioneve për atë se kush jemi ne.

13. *A kishit vështirësi të caktuara? Nëse kishit si u ballafaquat?*

Kishim mungesë të mjeteve financiare për fillimin e projektit. Shoqata nacionale siguroi mjete nga donatorë.

14. *Cilat ishin arritjet kryesore?*

Në shtet u siguruan 80.000E në dhjetë muajt e parë për KK dhe njerëzit mësuan shumë gjëra për KK.

15. *Çfarë janë parashikimet tuaja afatgjate dhe afatshkurte për këtë aktivitet?*

Në bazë të qëllimeve afatshkurte planifikojmë të vazhdojmë me trajnimin e të punësuarve dhe për publikun. Në plan afatgjatë e planifikojmë që vijon:

- Të sigurohet trajnim nga ndihma e parë për të gjithë vullnetarët;
- Të rritet numri i instruktorëve që të mund të sigurojmë numër më të madh të trajnimeve
- Të orvatemi që të ndryshosh ligjet të cilat kanë të bëjnë me trajnimin e ndihmës së parë.

16. *Cilat janë leksionet kryesore të cilat i mësuat?*

Trajnimi i ndihmës së parë është shumë me rëndësi të madhe në Svazilend dhe na mundëson të arrijmë tek më shumë njerëz. Kërkesa i tejkalon mundësitë tona dhe shoqata nacionale nëpërmjet këtij programi siguroi mjete financiare për aktivitetet e veta programore.

KREU 10

LËVIZJA E KRYQIT TË KUQ DHE GJYSËMHËNËS SË KUQE

1. HYRJE
289

2. BASHKËPUNIM I SHOQATAVE NACIONALE 289
Mjete financiare për programe zhvillimore 290
Bashkëpunim bilateral 291
Bashkëpunim multilateral 292
Korniza dhe marrëveshje zhvillimore 293

3. KANALE PËR MJETE ZHVILLIMORE TË SEKRETARIJATIT TË FEDERATËS NDËRKOMBËTARE TË KRYQIT TË KUQ DHE GJYSMËHËNËS SË KUQE 296
Përkrahje për popullatën e mjeruar 296
Fonde zhvillimore 296

4. FONDE PËR OPERACIONE PËR NDIHMË HUMANITARE 299
Apel urgjent nga Federata 299
Fondi për ndihmë urgjente gjatë katastrofave 299
Apele ndërkombëtare për ndihmë 300
Apele nacionale 301

5. KOMITETI NDËRKOMBËTAR I KRYQIT TË KUQ 303

QËLLIME

MËSONI TË.....

- SIGURONI FONDE DHE PËRKRAHJE TJETËR NGA LËVIZJA E KRYQIT TË KUQ DHE GJYSMËHËNËS SË KUQE.
- T'I MATNI BENEFICIONET DHE SFIDAT TË CILAT DALIN NGA BASHKËPUNIMI BILATERAL DHE MULTILATERAL.
- SHIKONI NË PLANIN ZHVILLIMOR TË SHOQATËS NACIONALE, KORNIZËN PËR BASHKËPUNIM ZHVILLIMOR DHE MARRËVESHJET ZHVILLIMORE SI ELEMENTE KYÇE NË PLANIFIKIMIN E PËRGJITHSHËM TË ZHVILLIMIT TË SHOQATËS NACIONALE.
- APELONI NË FONDET ADEKUATE ZHVILLIMORE ME TË CILAT MENAXHON AEKRETARIATI I FEDERATËS NDËRKOMBËTARE.
- IDENTIFIKONI FUSHA PËR SIGURIMIN E PËRKRAHJES POTENCIALE TË KOMITETIT NDËRKOMBËTAR TË KRYQIT TË KUQ.

1. HYRJE

Lëvizja Ndërkombëtare e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe paraqet organizatën më të madhe humanitare vullnetare. Federata Ndërkombëtare e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe nëpërmjet 186 shoqatave të veta nacionale anëtare dhe Komitetit Ndërkombëtar të Kryqit të Kuq, Lëvizja e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe ka kapacitet të akumulojë resurse të mëdha për punën e vet humanitare në tërë botën. Për shembull shpenzimet e shoqatave nacionale në nivel vjetor në disa vitet e fundit janë rreth 30 miliardë franga zvicerane. Gjithashtu, shumë shoqata nacionale kanë programe ndërkombëtare aktive të cilat janë të dedikuara për sigurimin e përkrahjes gjatë katastrofave dhe aktivitete zhvillimore në të gjithë botën.

Ekziston bashkëpunim mirë i zbatuar që mundëson rrjedhje resurseve mes shoqatave nacionale dhe atë prej vendeve relativisht të pasura drejt atyre ku ka nevojë për ndihmë nga jashtë për të kënaqur qëllimet e tyre humanitare. Ky bashkëpunim bazohet në rregullat dhe politikat të cilat miratohen në konferencat ndërkombëtare, dhe ky bashkëpunim në praktikë gjatë viteve zhvillohet dhe përparohet. Rregullat, politikat dhe procedurat janë të përshkruara në tekstin e mëposhtëm i cili vijon.

2. BASHKËPUNIMI I SHOQATAVE NACIONALE

Shoqatat nacionale të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe e paraqesin bazën e Lëvizjes. Pjesa më e madhe e aktiviteteve në fakt përbëhet nga sigurimi i shërbimeve për popullatën në vendet e tyre. Në pajtueshmëri me resurset të cilat i posedojnë, ato sigurojnë ndihmë urgjente për personat e pësuar në konfliktet e armatosura dhe persona të goditur nga katastrofat natyrore në nivel nacional dhe ndërkombëtar. Ndihma ndërkombëtare sigurohet apo në mënyrë të drejtpërdrejtë nga shoqata nacionale apo në rast të katastrofave ajo kanalizohet nëpërmjet Federatës Ndërkombëtare apo Komitetit Ndërkombëtar të Kryqit të Kuq. Kjo ndihmë vjen nga mjetet e shoqatave nacionale, nga apelet e tyre publike apo nga fondet e siguruara nga burimet qeveritare dedikuar për përkrahjen e aktiviteteve ndërkombëtare për ndihmë.

Edhe pse aktivitetet e shoqatave nacionale deri diku dallohen, në pajtueshmëri me nevojat specifike të popullatës në vendet ku funksionojnë, shumica e shoqatave nacionale kryesisht punojnë në planin e zhvillimit të bashkësive të cilat i shërbejnë, zbatojnë aktivitete sociale humanitare, aktivitete shëndetësore – preventive duke kyçur edhe edukim shëndetësor, kujdes për të sëmurin dhe dhurim i gjakut. Në bashkëpunim me Federatën Ndërkombëtare dhe Komitetin Ndërkombëtar të Kryqit të Kuq, ato bëjnë diseminim të të Drejtës Ndërkombëtare Humanitare, parimet themelore dhe idealet e Lëvizjes. Me qëllim që në mënyrë efektive dhe efikase t'i sigurojnë shërbimet e veta humanitare, shoqatat nacionale përkrahen mes veti me qëllim që t'i përforcojnë dhe zhvillojnë programet e veta dhe kapacitetet operative. Në këtë mënyrë përforcohet Lëvizja e përgjithshme.

Me qëllim që të definohen rolet dhe përgjegjësitë e shoqatave nacionale kur punojnë bashkë, përdoren termet shoqatat operative nacionale dhe shoqata nacionale donatore. Shoqata nacionale operative e zbaton punën apo programin në kuadër të vendit të vet dhe është përgjegjëse për planifikim, implementim, monitorim dhe evaluim. Shoqata nacionale donatore i ndihmon shoqatës nacionale operative nëpërmjet sigurimit të resurseve plotësuese financiare dhe materiale, pajisje, trajnim dhe ndihmë teknike.

Rolet e shoqatave nacionale operative dhe donatore gjatë operacioneve për sigurimin e ndihmës së shpejtë dhe programeve zhvillimore janë të vërtetuara në **Parimet dhe rregullat e shoqatave nacionale për sigurimin e ndihmës gjatë katastrofave dhe në Rregullat për bashkëpunim zhvillimor të shoqatave nacionale të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe.** Këto dokumente, të cilat janë të miratuara nga ana e shoqatave nacionale, e formojnë bazën për punë të përbashkët në aktivitetet e sigurimit të ndihmës humanitare dhe aktiviteteve zhvillimore. Kryesisht thënë, bashkëpunimi ndërkombëtar për sigurimin e ndihmës humanitare gjatë gjendjeve urgjente paraqet rol esencial, dhe shumë mjete të mëdha financiare grumbullohen për këtë lloj të aktiviteteve se sa për punë në planin e bashkëpunimit zhvillimor, posaçërisht nëse merren parasysh të hyrat të cilat i siguron Komiteti Ndërkombëtar i Kryqit të Kuq. Megjithatë, në bazë të akumulimit të të hyrave për përforcimin e programeve dhe kapaciteteve operative të shoqatave nacionale në vendet në zhvillim, çështja e bashkëpunimit zhvillimor është me rëndësi esenciale dhe për atë do të shqyrtohet në radhë të parë.

Fonde për programe zhvillimore

Shoqata të caktuara nacionale nga vendet më të pasura siguruan përkrahje financiare dhe ndihmë teknike për shoqatat nacionale të cilat kanë më pak resurse në një periudhë më të gjatë kohore. Në fillim të viteve të 1960-ta Federata Ndërkombëtare e shoqatave nacionale të KK dhe GJHK e themeloi programin për zhvillim i cili ka për qëllim të promovojë bashkëpunim të këtillë në kuadër të Lëvizjes. Por aktivitetet konkrete të Federatës Ndërkombëtare dhe shoqatave nacionale në këtë sferë filluan në vitet e 80-ta nëpërmjet ndërmarrjes së qasjes profesionale me aspekte të ndryshme të punës zhvillimore. Kjo rezultoi me përgatitjen e dokumenteve që vijojnë:

- **Parime dhe rregulla për bashkëpunim zhvillimor të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe (1990);**
- **Politikë zhvillimore të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe: Elemente kryesore (1993);**
- **Projekte: Si të planifikohen dhe menaxhohen (1993);**
- **Marrëveshje zhvillimore: Si të përgatiten dhe revidohen (1993);**
- **Raport për mjedisin jetësor dhe zhvillimin (1994);**

- **Karakteristika të shoqatave nacionale të cilat funksionojnë mirë (1994);**
- **Doracak për zhvillim institucional: Rezime (1994);**
- **Udhëzime për zbatimin e zhvillimit institucional (1994);**
- **Program për trajnim për zhvillim institucional (1994);**
- **Doracak për zhvillimin e resurseve (1995);**
- **Program për trajnim për zhvillimin e resurseve (1995);**

Gjatë periudhës pastaj vijojnë një numër i madh të iniciativave të rëndësishme për përparimin e zhvillimit organizativ të shoqatave nacionale dhe ende zgjasin.

Kanalet për sigurimin e përkrahjes zhvillimore programore janë të ndryshme. Megjithatë, ato në fakt janë në formë të kontakteve të drejtpërdrejta mes shoqatave nacionale (bashkëpunim bilateral) apo përdorim të Sekretariatit të Federatës Ndërkombëtare si ndërmjetësues për koordinim dhe monitorim apo për dorëzimin e raporteve (ndihmë multilaterale).

Bashkëpunim bilateral

Në planin zhvillimor, ndihma bilaterale paraqet llojin më të shpeshtë dhe më të pranishëm të bashkëpunimit. Edhe pse nuk ekzistojnë të dhëna të sigurta statistikore në bazë të vëllimit të përgjithshëm të programeve bilaterale, për shembull të dhënat e një ankete të zbatuar në vitin 2000 tregojnë se shuma e kësaj forme të ndihmës ka qenë rreth 100 milion franga zvicerane në vit.

Bashkëpunimi i drejtpërdrejtë bilateral mes shoqatave nacionale ka një numër të madh të përparësive. Programet zhvillimore paraqesin vazhdueshmëri dhe kontribute afatgjate si parakushte për sukses. Marrëveshjet bilaterale shoqatave nacionale iu mundësojnë të zbatojnë marrëdhënie të cilat gjatë me kohë zhvillohen, dhe me atë mbindërtohet besimi mes partnerëve. Partneritetet e këtilla mund të rezultojnë me kuptim të thelluar të përmbajtjeve programore dhe problemet të cilat duhet të zgjidhen me programin zhvillimor, që nga ana tjetër mund të rezultojë me kontribut më të fortë nga ana e shoqatës nacionale donatore.

Programet për vëllazërim janë një lloj ndihme bilaterale. Ato zakonisht janë në formë të vëllazërimit të një organizate komunale të Kryqit të Kuq të shoqatës donatore me shoqatën nacionale operative apo ndonjëherë me organizatë tjetër komunale të Kryqit të Kuq të shoqatës nacionale operative. Qëllimi është që të mundësohet komunikim dhe kontakte të drejtpërdrejta, ndjenjë partneriteti dhe marrëdhënie afatgjate mes shoqatave nacionale në pjesë të ndryshme të botës, lidhur nëpërmjet idealeve dhe parimeve të përbashkëta të Lëvizjes Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe. Zakonisht fondet financiare të cilat janë të dedikuara për programet për

vëllazërim nuk janë shumë të mëdha. Megjithatë, mund të ketë shumë përparësi tjera në bazë të përhapjes së diturive, mundësi për trajnim dhe vazhdueshmëri të marrëdhënieve. Mësimi i dyanshëm i cili ndodh tek programet për vëllazërim ndihmon në zgjerimin e përvojave mes veti.

Edhe pse ndihma bilaterale është efikase në më shumë aspekte, përvojat tregojnë se ekzistojnë edhe kërcënime të caktuara lidhur me këtë lloj të bashkëpunimit përderisa nuk strukturohet në mënyrë të kujdesshme. Këtu mendojmë për elementet që vijojnë:

- Programet të cilat janë të përkrahura nga donatorët nuk i respektojnë gjithmonë nevojat primare të shoqatave nacionale operative;

- Ndonjëherë përforcohet një program apo një lëmi e caktuar pa marrë parasysh kapacitetet e përgjithshme të shoqatës nacionale;

- Mund të dyfishohen tentimet në programet me të cilat koordinon Sekretariati i Federatës dhe shoqata tjera nacionale.

- Mund të rezultojë me varshmëri të madhe për ndihmë të jashtme nga një shoqatë nacionale donatore, dhe me atë të ulet kapaciteti i shoqatës nacionale operative për punë të pavarur.

Si mund të tejkalohen këto probleme potenciale? Ja disa propozime:

- Përgatitni kornizë për bashkëpunim zhvillimor ku do t'i theksoni prioritetet;

- Informojeni rregullisht Sekretariatin e Federatës Ndërkombëtare dhe donatorët tjerë, si dhe donatorët potencial për programet dhe aktivitetet tuaja;

- Me kujdes dizajnoni programin dhe merrni parasysh rreziqet dhe kërcënimet e padëshiruara;

- Insistoni që në buxhetin programor gjithmonë të ketë pjesë për përkrahjen e shpenzimeve administrative të shoqatës nacionale;

- Të keni kujdes të posaçëm në transparencën, posaçërisht në bazë të dorëzimit të raporteve interpretuese dhe financiare.

Shoqata nacionale operative mund të ketë disa partneritete bilaterale me shoqata të ndryshme nacionale operative. Në këtë rast ekziston nevojë e posaçme që të ruhet koordinimi dhe transparenca me dhe mes partnerëve.

Bashkëpunim multilateral

Kur shoqata nacionale operative ka disa partnerë të cilët i ndihmojnë në zhvillim, nevoja e koordinimit është më shumë se e patjetërsueshme. Kjo mund të realizohet në disa mënyra:

- Mjetet financiare nga të gjitha shoqatat nacionale donatore transferohen në Sekretariatin e Federatës i cili e koordinon dhe menaxhon programin zhvillimor për bashkëpunim;

- Formohet konzorciumi i shoqatave nacionale donatore dhe definohen rolet individuale me çka njëra prej shoqatave nacionale donatore ka rolin udhëheqës në koordinimin e punës së shoqatave tjera nacionale donatore edhe në sigurimin e informacioneve për Sekretariatin e Federatës për përparimin e realizuar në zbatimin e aktiviteteve.

Korniza Zhvillimore dhe Marrëveshje

Parimet dhe rregullat për bashkëpunim zhvillimor të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së Kuqe janë të vërtetuara me qëllim që të zbatohen standardet dhe kriteret minimale të cilat duhet të përcillen, pa dallim të formës së bashkëpunimit i cili zbatohet. Elementi më i rëndësishëm është nevoja për t'u siguruar se cilado ndihmë formon pjesë të tërësisë së planifikuar. Mekanizma e cila përdoret për koordinimin e fondeve për aktivitetet zhvillimore të shoqatës nacionale quhet **Kornizë për bashkëpunim zhvillimor.** Në lidhshmërinë e ngushtë me këtë mekanizëm janë **Marrëveshjet Zhvillimore.** Ato kanë të bëjnë me planifikimin e tërësishëm në zhvillimin e shoqatës nacionale dhe mundësojnë rregullimin e fondeve bilaterale apo multilaterale.

Korniza për bashkëpunim zhvillimor është dokument i përgatitur me ndihmën e Sekretariatit të Federatës nga ana e shoqatave nacionale të cilat kërkojnë ndihmë të jashtme për përparimin e aktiviteteve zhvillimore. Ideja e cila qëndron pas kësaj është që shoqatave nacionale donatore apo donatorëve tjerë potencial t'u sigurohet një pasqyrë vijuese për gjendjen e shoqatës nacionale donatore dhe në cilën mënyrë zhvillimi trajtohet si prioritet, e posaçërisht kërkesat e saja për ndihmë të jashtme. Atëherë një shoqatë nacionale e caktuar donatore mund të pajtohet që të sigurojë përkrahje të definuar për programe të caktuara primare të shoqatës nacionale operative.

Për t'u krijuar Kornizë, shoqata nacionale operative tanimë duhet t'i ketë definuar prioritetet e saja, qëllimet zhvillimore dhe qëllimet strategjike, zakonisht në planin e vet strategjik. Në fakt Korniza paraqet rezime të qëllimeve strategjike të shoqatës nacionale të fokusuar në përkrahjen e jashtme. Përafërsisht korniza duhet të përfshijë një periudhë të planifikimit në gjatësi prej pesë viteve. Gjithashtu edhe dokumenti duhet të ketë buxhet, ku janë paraqitur shpenzimet për zbatimin e aktiviteteve dhe fondet e pritura nga burimet e ndryshme të financimit si dhe përkrahjen e nevojshme nga jashtë.

Gjithashtu duhet të përmbajë edhe plan menaxhues dhe procedura për revizion dhe evaluim.

Dokumentet kornizë i nënshkruan shoqata nacionale operative dhe Federata. Nënshkrimi i Federatës vërteton se dokumenti kornizë është në pajtueshmëri me parimet dhe rregullat për bashkëpunim zhvillimor. Ky nënshkrim nuk paraqet garanci për sigurimin e mjeteve financiare. Roli i Federatës Ndërkombëtare është që të ndihmojë në promovimin e kornizës nëpërmjet sigurimit të përkrahjes për shoqatën nacionale që të zbatojë kontakte me shoqata potenciale nacionale donatore dhe donatorë tjerë. Në fakt përgjegjësia primare e Federatës Ndërkombëtare është që të sigurojë koordinim efektiv në përkrahjen ndërkombëtare zhvillimore për shoqatën nacionale operative. Korniza tregon se shoqata nacionale operative është partner serioz në zhvillimin dhe është e përgatitur që në mënyrë transparente të punojë me mjetet financiare.

Marrëveshjet zhvillimore programore i definojnë rolet dhe përgjegjësitë e partnerëve kur një shoqatë nacionale siguron përkrahje të rëndësishme për një shoqatë tjetër nacionale. Shoqata nacionale donatore duhet të dijë se cilat rezultate duhet të priten nga përkrahja e siguruar; shoqata nacionale operative duhet të dijë se në çfarë lloji të ndihmës mund të shpresojë. Marrëveshjet e shkruara i bëjnë gjërat më të qarta për të gjitha anët të cilat janë të përfshira në marrëveshjen.

Marrëveshjen zhvillimore programore zakonisht e përgatit shoqata nacionale dhe shoqatat nacionale donatore. Roli i Federatës Ndërkombëtare është i kufizuar në atë që të kontrollojë se marrëveshja është në pajtueshmëri me marrëveshje tjera të këtilla të cilat i ka nënshkruar shoqata nacionale operative dhe të shohë se a është në pajtueshmëri me parimet dhe rregullat për bashkëpunim zhvillimor.

Koordinimi në nivel nacional dhe lokal është përgjegjësi primare e shoqatës nacionale operative. Përfaqësuesit e Federatës Ndërkombëtare dhe shoqatave nacionale donatore gjithashtu do ta vëzhgojnë punën nga afër varësisht nga nevoja dhe situata.

Shoqatat nacionale operative dhe donatore do të kujdesen që Federata Ndërkombëtare rregullisht të marrë raporte për përparimin e realizuar si dhe kopje të materialeve kyçe për evaluim. Më së paku një raport do të nevojitet për t'u dorëzuar gjatë një viti kalendarik në pajtueshmëri me kushtet e secilës marrëveshje zhvillimore programore.

Kur në procesin janë të kyçura më shumë shoqata nacionale donatore në një apo më shumë programe për bashkëpunim zhvillimor, duhet të caktohen procedura operative koordinuese mes shoqatës nacionale operative, shoqatave nacionale donatore dhe Federatës Ndërkombëtare. Ato definohen me Marrëveshje Zhvillimore Programore.

Të gjitha fondet e jashtme të cilat do t'i marrë shoqata nacionale operative shtrihen në revizion. Nëse të hollat për operacione janë siguruar me mjetet e

Federatës Ndërkombëtare atëherë revizioni do të zbatohet nën mandatin e Sekretariatit të Federatës Ndërkombëtare. Më shumë informacione në bazë të procedurave të cilat duhet të kujdesen për zbatimin e revizionit si dhe punëve tjera lidhur me marrëveshjet zhvillimore mund t'i gjeni në dokument. **Marrëveshje: Planifikim dhe revizion në punë.**

Marrëveshja zhvillimore programore zakonisht përfshin vetëm një pjesë të nevojave primare të cilat të cekura në kornizë. Ajo duhet të jetë qartë e lidhur me planin zhvillimor të shoqatës nacionale dhe me dokumentin kornizë dhe duhet të jetë drejtuar në program apo projekt të caktuar. Shoqata nacionale operative zakonisht duhet të ketë një dokument kornizë por mund të ketë më shumë marrëveshje, varësisht nga ajo se sa shoqata nacionale donatore do t'i përkrahin aktivitetet zhvillimore.

Si duket procesi i zbatimit të Kornizës dhe Marrëveshjes? Nuk ekziston ndonjë model i vetëm procedural i cili do të jetë adekuat për secilën situatë. Megjithatë, procesi i cili vijon mund të përdoret si udhëheqës gjeneral, posaçërisht për shoqata nacionale të cilat kanë përvoja të kufizuara në pjesën e bashkëpunimit ndërkombëtar zhvillimor në kuadër të Lëvizjes:

- Shoqata nacionale operative e informon Federatën Ndërkombëtare se dëshiron të kërkojë përkrahje nga një apo më shumë shoqata nacionale donatore dhe / apo nga Federata Ndërkombëtare.

- Përderisa ende nuk ka përgatitur, shoqata nacionale duhet të përpilojë Plan Zhvillimor, ku do të theksohen qëllimet dhe prioritetet operative në periudhë prej tre deri në pesë vjet. Shoqata nacionale mund të kërkojë ndihmë teknike nga Federata Ndërkombëtare për përpunimin e planit zhvillimor. Vetëm në këtë rast mund të shkohet drejt përgatitjes së Kornizës.

- Në bazë të planit zhvillimor, mund të përgatitet Kornizë për bashkëpunim zhvillimor, ku do të theksohet se në cilat fusha shoqata nacionale dëshiron të fitojë përkrahje nga jashtë.

- Federata Ndërkombëtare është e gatshme të sigurojë përkrahje për shoqatën nacionale operative në tërheqjen e interesit të një apo më shumë shoqatave nacionale donatore si dhe donatorë tjerë të mundshëm për zbatimin e bashkëpunimit të kërkuar.

- Pasi të nënshkruhet bashkëpunimi dhe të përgatitet plani specifik projektues, atëherë përgatiten një apo më shumë marrëveshje zhvillimore programore mes shoqatës nacionale operative dhe partnerëve të saja. Këto marrëveshje duhet qartë të jenë të lidhura me Kornizën për bashkëpunim zhvillimor.

- Pastaj shoqata nacionale operative e zbaton programin zhvillimor me ndihmë financiare dhe teknike nga shoqata nacionale donatore, në pajtueshmëri me Marrëveshjen zhvillimore programore.

Për më shumë informacione dhe këshilla, Federata Ndërkombëtare përgatiti dy udhëzime të cilat mund të jenë të dobishme: **Projekte: Si planifikohen dhe menaxhohen** dhe **Marrëveshje Zhvillimore: Si përgatiten dhe revidohen.**

3. KANALE ZHVILLIMORE PËR SIGURIMIN E FONDEVE TË FEDERATËS NDËRKOMBËTARE

Përkrahje për popullatën e mjeruar

Me përjashtim të fondeve të posaçme të përmendura në tekstin e mëposhtëm, Sekretariati i Federatës Ndërkombëtare nuk ka fonde tjera të kapshme për financimin e programeve zhvillimore të shoqatave nacionale, as operacione për sigurimin e ndihmës humanitare. Megjithatë, një ndër rolet më të rëndësishme të Federatës Ndërkombëtare është që t'i promovojë nevojat dhe planet zhvillimore të shoqatave nacionale. Për këtë qëllim, gjatë vitit shpall publikime të ndryshme ku paraqiten projektet zhvillimore dhe projektet për përgatitshmëri dhe veprim gjatë katastrofave të shoqatave nacionale për të cilat nevojitet përkrahje e jashtme financiare.

Kjo qasje kishte sukses të ndryshëm. Në fillim u siguruan fonde mjaft të mëdha, por në periudhën e mëvonshme përkrahja filloi të bie. Në vitin 1993, për shembull, u siguruan 18 milion franga zvicerane të cilat ishin të dedikuara për programe dhe projekte të cilat ishin të paraqitura në dokumentet e Federatës Ndërkombëtare. Prapë se prapë Federata Ndërkombëtare erdhi në përfundim se ky lloj i kërkesave vjetore për përkrahje nuk është metoda më e mirë për promovimin e bashkëpunimit zhvillimor mes shoqatave nacionale dhe për këtë u kërkuan mënyra më të mira për realizimin e këtij qëllimi. Prandaj kjo formë e apelit për përkrahje gjatë viteve u ndryshua.

Fonde zhvillimore

Rolin tjetër të cilin e ka Sekretariati i Federatës Ndërkombëtare në ndihmën e zhvillimit është në menaxhimin e fondeve të ndryshme zhvillimore të cilat ekzistojnë në Federatë dhe se janë të dedikuara për programe zhvillimore të shoqatave nacionale. Deri në vitin 1994 janë formuar fondet që vijojnë:

- Fondi Zhvillimor;
- Fondi Mbretëror Shokan;
- Fondi i të rinjve për projekte të vogla.

Fondi zhvillimor është i themeluar në vitin 1990 që të përforcohen kapacitetet e shoqatave nacionale me nevoja më të mëdha, si rezultat i gjendjes së keqe ekonomike apo sociale në vend ku punojnë apo për shkak të gjendjes së mjeruar të njerëzve në vend si rezultat ndonjë katastrofe të caktuar.

Qëllimi primar i fondit është që të përforcohen kapacitetet njerëzore të shoqatave nacionale. Mjetet financiare të cilat ndahen nëpërmjet fondit

patjetër duhet të jenë në pajtueshmëri me parimet dhe rregullat për bashkëpunim zhvillimor. Prioritet në ndarjen e përkrahjes u jepet shoqatave nacionale të cilat kanë nevojë të madhe për përmirësimin e kapaciteteve të tyre dhe të cilat kanë më shumë vështirësi në gjetjen e resurseve për financim të programeve të tyre zhvillimore.

Fondi Mbretëror Shoken është themeluar në vitin 1912 nga ana e Mbretëreshës së Japonisë dhe në bazë vjetore siguron përkrahje për projekte të shoqatave nacionale në fushën e përgatitshmërisë gjatë katastrofave, aktivitetet shëndetësore – preventive, dhurimi i gjakut, aktivitete të të rinjve, ndihma e parë dhe programe për shpëtim, aktivitete sociale humanitare dhe diseminim. Falë mjeteve të këtij fondi, shumë shoqata nacionale i përmirësuan shërbimet e veta në bashkësitë të cilave u shërbejnë.

Përparësi gjatë përdorimit të mjeteve të këtij fondi iu jepet shoqatave nacionale në zhvillim, posaçërisht atyre të cilat deri tani më së paku kanë përdorur mjete nga fondi apo ato të cilat kanë nevojë më të madhe.

Informacionet plotësuese dhe formularët për përgatitje të aplikacionit mund ti merrni nga Komisioni i Përbashkët të Fondit Mbretëror Shoken në Gjenevë. Aplikacionet dorëzohen deri më 31 dhjetor çdo vit ndërsa fituesit e donacioneve shpallen më 11 prill vitin e ardhshëm.

Fondi i të rinjve për projekte të vogla: ky fond është i dedikuar për projekte të të rinjve të shoqatave nacionale të cilat implementohen me grupe të reja partnere në vende tjera me qëllim që të sigurohen mjete financiare për përmirësimin e aftësive të të rinjve në pjesën e përgatitjes dhe menaxhimit të programeve dhe për përmirësimin e bashkëpunimit ndërkombëtar tek të rinia.

4. FONDE PËR FINANCIARE PËR OPERACIONE PËR NDIHMË HUMANITARE

Apel për raste urgjente të Federatës Ndërkombëtare

Në fund të çdo viti, Federata Ndërkombëtare pregadit apel gjithëpërfshirës ku janë të përfshira të dhëna për të ikurit, operacione për sigurimin e ndihmës humanitare, dhe operacione për rehabilitimin e kategorive të mjeruara të popullatës në tërë botën për të cilën nevojiten mjete financiare në vitin e ardhshëm. Ky Apel për ndihmë urgjente për më shumë vende i përfshin aktivitetet dhe operacionet dedikuar për sigurimin e ndihmës urgjente të cilat janë në proces implementimit si dhe ato të cilat mund të planifikohen paraprakisht.

Me këto mjete përfshihen operacione për të ndihmuar popullatën e ikur, personat e shpërngulur, për rehabilitim pas luftës, përkrahje për operacione për ndihmë gjatë thatësirave, si dhe për ndihmë për tejkalimin e katastrofave teknologjike dhe sigurim të përkrahjes shëndetësore. Apeli përmban edhe plane operative dhe buxhete të delegacioneve të Federatës Ndërkombëtare

për shkak se ato luajnë një rol shumë të rëndësishëm në zbatimin e operacioneve për ndihmë gjatë katastrofave dhe për aktivitetet zhvillimore.

Nevojat e secilit vend janë të sqaruara në mënyrë individuale në apel. Gjithashtu janë përshkruar qëllimet, metodologjitë dhe shpenzimet për të gjitha projektet veçanërisht. Nga donatorët kërkohet të zgjedhin projekte të cilat do t'i përkrahin në tërësi apo pjesërisht dhe prej tyre pritet të kontribuojnë për ndarjen e përkrahjes financiare. Përderisa kjo nuk bëhet ekziston rrezik se operacionet mund të ndalohen se mungesë e mjeteve financiare.

Sistemi i përgatitjes në apel të qëndrueshëm vjetor rezulton me veprim më efikas gjatë katastrofave nëpërmjet:

- Sigurim të planifikimit të mirë të aktiviteteve afatgjate;
- Sigurim të donatorëve në bazë të nevojave, me çka mundësohet planifikim më i mirë në përgjigjen gjatë katastrofave;
- Sigurim të rekomandimit sistematik të hershëm, përgatitshmëri, vlerësim dhe përkrahje rajonale teknike dhe logjistike për operacione për ndihmë, nëpërmjet zyrave rajonale të Federatës;
- Sigurim të përgjigjes së rritur fleksibile gjatë katastrofave nëpërmjet Fondit për Ndihmë Urgjente Gjatë Katastrofave.

Fondi për Ndihmë Urgjente gjatë Katastrofave

Apeli për ndihmë i Federatës Ndërkombëtare nënkupton kërkim të të hollave për Fondin për Ndihmë Urgjente gjatë Katastrofave. Për herë të parë ai është themeluar në vitet e hershme të 1980 dhe është dedikuar për financimin e përgjigjes urgjente në fazën fillestare të gjendjeve të paparashikueshme urgjente të cilat nuk janë përfshirë me Apelin për Ndihmë Urgjente dhe për financim të operacioneve të vogla për sigurimin e ndihmës gjatë katastrofave. Përparësia në këtë Fond për Ndihmë Urgjente është se mundëson shpejtësi dhe fleksibilitet në dhënien e ndihmës gjatë katastrofave. Mjetet janë të kapshme menjëherë pasi të paraqitet nevoja dhe mjetet nuk janë të caktuara për ndonjë qëllim që do të thotë se mund të përdoren në mënyrë më adekuate që do të zgjidhet nga ana e përdoruesit të mjeteve.

Mjetet në fondin pastaj përsëri kthehen nga të hollat të cilat grumbullohen për ndonjë apel të caktuar. Suksesi i Fondit për Ndihmë Urgjente gjatë Katastrofave e prej aty edhe të përgjigjes urgjente dhe fleksibile gjatë katastrofave të Federatës Ndërkombëtare varet nga lartësia e mjeteve të kapshme në fond dhe sigurimi i mjeteve nuk janë të caktuara për rajone, grupe qëllimore apo lloje të përgjigjes gjatë katastrofave.

Apele Ndërkombëtare për Ndihmë

Federata drejton apele individuale për ndihmë gjatë vitit në situata kur ndodhin katastrofa të mëdha të cilat nuk mund të parashikohen dhe të cilat

nuk janë të planifikuara në kuadër të Apelit vjetor për Ndihmë Urgjente dhe të cilat nuk mund të përfshihen me Fondin për Ndihmë Urgjente gjatë Katastrofave. Këto apele individuale varen nga përgjigjja e shpejtë e donatorëve me qëllim që të sigurohet personeli dhe pajisja e duhur në periudhë sa më të shkurtë kohore. Procesi i përgatitjes së apelit zakonisht kalon në një pjesë apo në të gjitha fazat:

- Dorëzimi i kërkesës për drejtimin e apelit;
- Apel preliminar;
- Apel të Federatës Ndërkombëtare;

Varësisht nga natyra e katastrofës dhe shkallës së urgjencës, Apeli mund të dërgohet menjëherë, pa apel preliminar. Sekretariati i Federatës Ndërkombëtare drejton apel si rezultat i kërkesës së dërguar apo në marrëveshje me shoqatën nacionale në vendin e goditur nga katastrofa. Tekstin e apelit e përgatit Sekretariati i Federatës Ndërkombëtare në bazë të informacioneve të marra nga shoqata nacionale. Apeli bën thirrje që të përkrahin shoqatat nacionale donatore, misionet diplomatike, agjencitë e Kombeve të Bashkuara, organizatat joqeveritare dhe trupat tjerë që kanë interesim, dhe shërben për informim dhe koordinim të operacioneve për ndihmë.

Sa informacione më detale do të sigurojë dhe do të dorëzojë shoqata nacionale në Federatën Ndërkombëtare, aq më lehtë do të jetë që të sigurohen mjetet e dëshiruara. Kërkesa për ndihmë duhet ta përcjellë formatin e Apelit të Federatës Ndërkombëtare sa më shumë që është e mundshme. Formati mund të përdoret si listë për kontrollim të informacioneve që janë të nevojshme për t'u siguruar. Shoqatat nacionale operative, kur ka mundësi, duhet të sigurojnë edhe informacione plotësuese, siç janë raportet nga vëzhgimet raporte qeveritare, informacione nga mjetet për informim publik dhe kartat. Këto informacione duhet të dorëzohen në Sekretariatin e Federatës Ndërkombëtare sa më shpejtë që mundet, për shkak se shpeshherë suksesi i përgjigjes gjatë katastrofave varet nga ajo se sa shpejt do të shpallet apeli për një katastrofë të caktuar. Kërkesa për shpalljen e apelit në Federatën Ndërkombëtare zakonisht duhet të përmbajë pesë elemente.

- Rezime për atë që ka ndodhur, cilat janë mënyrat për menaxhim me situatën dhe kur aktivitetet janë planifikuar që të ndërmerren.

- Informacione për katastrofën, rajonet e goditura, popullata e goditur, nevojat kryesore dhe përshkrimi i aktiviteteve të cilat tanimë janë ndërmarrë nga ana e shoqatës nacionale apo Federata Ndërkombëtare.

- Aktivitete të ndërmarra nga ana e të tjerëve, si për shembull qeveria, sistemi i Kombeve të Bashkuara apo sektori joqeveritar.

- Qëllimet e aktiviteteve të parashikuara dhe plani për aksion.

- Rezime të nevojave buxhetore:
  - Ndihmë humanitare;
  - Transport;
  - Shpenzime kapitale;
  - Resurse njerëzore;
  - Shpenzime për rrugë dhe komunikacion;
  - Informim;
  - Shpenzime administrative.

Pasi të shpallet apeli i Federatës Ndërkombëtare, të gjitha këto informacione bëhen të kapshme në njësitë për grumbullimin e fondeve në shoqatat nacionale në tërë botën dhe këto informacione iu shërbejnë për përgatitjen e apeleve nacionale për përkrahjen e Apelit të Federatës Ndërkombëtare. Përsëri, sa më shumë informacione të sigurojë shoqata nacionale, aq më shumë informacione do të munden shoqatat tjera nacionale të shpallin për të siguruar mjete për apelin global.

Kur Federata Ndërkombëtare është e vetëdijshme se mund të ndodhë katastrofë – si për shembull, është paralajmëruar për ciklon apo uragan apo si rezultat i të reshurave të pandërprera dhe mundësi për vërshime – apo dihet se një gjendje e caktuar mund të shndërrohet në gjendje urgjente, si për shembull në kushte të tensioneve politike apo thatësirave potenciale, atëherë Federata Ndërkombëtare mund të shpallë Paralajmërim, me të cilën iu bëhet me dije donatorëve potencial që të jenë të gatshëm nëse ndodh ndonjë katastrofë. Në bazë të informacioneve të marra nga shoqatat nacionale apo nga përfaqësuesit e Federatës Ndërkombëtare apo burimeve tjera, Paralajmërimi jep përshkrim të situatës dhe jep vlerësim të caktuar të nevojave potenciale të popullatës së mjeruar.

Apeli preliminar shpallet nga ana e Sekretariatit të Federatës Ndërkombëtare në kërkesë apo marrëveshje me shoqatën nacionale në çështje, sa më shpejtë që mundet pasi të bëhet katastrofa. Zakonisht ky lloj i apelit shpallet kur do të vendoset se është më së miri të shtyhet mobilizimi i ndihmës ndërkombëtare me vlerësim profesional të nevojave apo përgatitje e planit detal për aksion dhe buxheti për zbatimin e aktiviteteve.

Apele nacionale

Shoqata nacionale e cila kërkon nga Federata Ndërkombëtare të shpallë apel për ndihmë gjithashtu mund të dëshirojë të organizojë apel nacional dhe lokal për sigurimin e mjeteve financiare të popullatës.

Pse apel nacional? Me rëndësi është që shoqata nacionale të shpallë apelin e vet personal si pjesë e apelit ndërkombëtar
Apeli nacional:

- Siguron shumë të mjeteve lokale dhe pa dallim se sa janë të vogla mund të ndihmojnë për mbulimin e shpenzimeve të caktuara;

- Siguron publicitet të gjerë në vend për punën e shoqatës nacionale në kohën kur njerëzve iu është e qartë se ekziston nevojë për ekzistimin e shoqatës nacionale;
- Njerëzve iu mundëson të ndjehen pjesë e rrjetit ndërkombëtar për sigurimin e përkrahjes humanitare;
- Mundëson krijimin e parakushteve të mira për punën e shoqatës nacionale për në të ardhmen.

Nëse, edhe kur apeli ndërkombëtar shpallet dhe shoqata operative nacionale vendos të shpallë apel nacional, shoqata nacionale operative nuk duhet të kërkojë ndihmë nëpërmjet kanaleve diplomatike apo prej burimeve ndërkombëtare, për shkak se kjo krijon konfuzion dhe e ul nivelin e përgjigjes drejt apelit të Federatës.

Përgatitja gjatë katastrofave gjithashtu do të thotë të jesh i informuar mirë për aktivitetet e shoqatave nacionale në të gjithë botën. Apeli vjetor për ndihmë i Federatës Ndërkombëtare dhe kërkesa vjetore për zhvillim dhe programe për përgatitje gjatë katastrofave përmbajnë rezime të shkurta për projektet apo programet si dhe shpenzimet për implementimin e tyre. Raporti për Përgjigje gjatë katastrofave siguron informacione më të reja për realizimin e aktiviteteve të këtij plani.

Siguruesit e mjeteve financiare duhet të mundohen të kenë dokumentacionin e vet nacional dhe fotografi për vende dhe rajone të ndryshme ku shoqatat nacionale janë të kyçura në operacione për dhënien e ndihmës gjatë katastrofave apo në aktivitete zhvillimore.

5. KOMITETIT NDËRKOMBËTAR I KRYQIT TË KUQ

Edhe pse zhvillimi i shoqatave nacionale është përgjegjësi primare e Federatës Ndërkombëtare, Komitetit Ndërkombëtar i Kryqit të Kuq ka interes të madh për sigurimin e llojeve të ndryshme të përkrahjes zhvillimore për shoqatat nacionale, posaçërisht në rajonet ku ekziston rreziku për konflikte ndërkombëtare apo konflikte të armatosura. Siç është theksuar në Marrëveshjen mes Komitetit Ndërkombëtar të KK dhe Federatës Ndërkombëtare, Komiteti Ndërkombëtar i KK gjithashtu mundet të sigurojë përkrahje për zhvillimin e shoqatave nacionale në fushat që vijojnë:

- Ndihmë teknike dhe juridike për formimin dhe rekonstruimin e shoqatave nacionale;
- Përkrahje për programet diseminative për shoqatat nacionale në bazë të zgjerimit të diturive për të drejtën ndërkombëtare humanitare dhe parimet themelore;
- Kyçje e shoqatave nacionale në masa të cilat ndërmerren për promovimin e DNH dhe sigurim të implementimit;
- Përgatitje e shoqatave nacionale për aktivitetet në rast të konflikteve të armatosura;
- Sigurim të përkrahjes në trajnime për liderët e shoqatave nacionale në fushat lidhur me mandatin e Komitetit Ndërkombëtar të KK.

REZIME

- LËVIZJA NDËRKOMBËTARE E KRYQIT TË KUQ DHE GJYSËMHËNËS SË KUQE PËRBËRË PREJ SHOQATAVE NACIONALE TË KK DHE GJHK, FEDERATËS NDËRKOMBËTARE TË SHOQATAVE TË KK DHE GJHK DHE KOMITETIT TË KK KA KAPACITET TË MOBILIZOJË RESURSE TË RËNDËSISHME PËR PUNËN E VET GLOBALE HUMANITARE.

- FORCA E LËVIZJES VARET NGA PËRKRAHJA E SHOQATAVE NACIONALE KUR NEVOJITET AJO.

- BASHKËPUNIMI ZHVILLIMOR OBLIGON KOORDINIM TË KUJDESSHËM ME QËLLIM QË TË SIGUROHET EFIKASITETI.

- FONDET FILLESTARE FINANCIARE PËR LLOJE TË CAKTUARA TË PROJEKTEVE MUND TË SIGUROHEN NËPËRMJET FEDERATËS NDËRKOMBËTARE.

- APELET NACIONALE PËR NDIHMË MUND TË SIGUROJNË BENEFICIONE TË RËNDËSISHME SI ELEMENT PLOTËSUES I APELIT NDËRKOMBËTAR PËR NDIHMË.

Kreu 11

DONACIONE NGA FONDET DHE FONDACIONET, QEVERITË, OJQ DHE AGJENCITË E KOMBEVE TË BASHKUARA

1. HYRJE
Llojet e mjeteve financiare

2. BURIME TË FONDEVE PËR DONACIONE

3. SI TË VËZHGOHEN BURIMET E MUNDSHME TË FONDEVE
Vëzhgim i përgjithshëm
Evidentim i të dhënave

4. VËZHGIM PROJEKTUES

5. PËRGATITJA E PROPOZIMIT

6. RREGULLIM I PROPOZIMIT PËR SIGURIMIN E MJETEVE FINANCIARE
Kontakti fillestar
Përcjellje dhe kontakte të vazhdueshme
Parime themelore

SHTOJCA U: FORMULAR I PËRGATITËSIT TË KËRKESËS PËR DONACION
SHTOJCA V: KËSHILLË PËR PERSONAT TË CILËT DORËZOJNË KËRKESË PËR DONACIONE
SHTOJCA N: SHEMBUJ TË RASTEVE

QËLLIME

MËSONI TË....

- IDENTIFIKONI BURIME TË MUNDSHME PËR SIGURIMIN E MJETEVE PËR DONACIONE;
- BËNI VËZHGIMIN E BURIMEVE SE PREJ KU MUND TË SIGURONI FONDE ME QËLLIM QË TË VËRTETONI SE KU JANË MUNDËSITË MË TË MËDHA.
- ANALIZONI DHE SELEKTONI PËR PËRGATITJE TË PROPOZIMEVE
- PËRGATITNI PROPOZIME TË SHËNUARA PËR SIGURIMIN E DONACIONEVE
- DORËZONI PROPOZIME NË MËNYRË SA MË TË MIRË E CILA DO TË SIGUROJË REALIZIM TË SUKSESSHËM TË INICIATIVËS.

1. HYRJE

Kjo kaptinë ka të bëjë me dorëzimin e aplikimeve për donacione në fonde, fondacione, organizata joqeveritare dhe agjenci qeveritare. Këto burime mund të sigurojnë mjete financiare relativisht të mëdha por për këtë qëllim nevojitet të dorëzohet propozim i detajuar për sigurimin e përkrahjes. Ndonjëherë donacionet janë në formë të marrëveshjeve më të komplikuara apo nevojitet të nënshkruhen marrëveshje për sigurimin e mjeteve nga donatorë të ndryshëm. Zakonisht donacionet sigurohen për projekte specifike por ndonjëherë mund të jenë të dedikuara edhe për përkrahje të përgjithshme.

Juve ju mbetet që t'i modifikoni apo përshtatni idetë në këtë kaptinë në pajtueshmëri me gjendjet në vendin tuaj.

Llojet e fondeve me qasje

Edhe pse tipi më i shpeshtë i donacionit është sigurimi i përkrahjes financiare, me çka mjetet financiare ndahen për projekt të caktuar, ka edhe mënyra tjera në të cilat siguruesit e donacioneve mund të binden për të siguruar përkrahje. Llojet e mjeteve financiare të cilat mund të sigurohen nëpërmjet donacioneve janë:

- **Përkrahje në mjete financiare të gatshme –** për projekt të caktuar, për përkrahje administrative dhe operative për programe apo për funksionim të përgjithshëm të shoqatës nacionale. Kjo përkrahje zakonisht sigurohet me çeqe apo me transfero bankar.

- **Subvencione –** kompanitë apo qeveria mund të binden të subvencionojnë shpenzime për pajisje, automjete, salla për konferencë apo shpenzime tjera për projekte të caktuara.

- **Leje speciale –** qeveria apo pushtetet lokale mund të sigurojnë leje speciale për shoqatën nacionale. Kjo mund të jetë p.sh. leje për organizimin e aksioneve grumbulluese apo lotari.

- **Kofinancim apo donacione ekuivalente –** qeveria apo trupat tjerë të cilët sigurojnë donacione mund të pajtohen të sigurojnë shumë ekuivalente të të hollave në lartësi të mjeteve të cilat do t'i sigurojë organizata e KK.
- **Financim i përbashkët –** ndonjëherë trupat të cilët sigurojnë donacione mund më lehtë të binden për sigurimin e përkrahjes për një projekt të caktuar përderisa iu lejohet nga ana e më shumë organizatave me propozim të përbashkët. Më këtë propozim projekti fiton kredibilitet dhe mundëson bindje më të lehtë për siguruesit potencial të fondeve se qëllimet kanë mundësi të realizohen.

Kujdes! Edhe pse donacionet mund të jenë burim i rëndësishëm për sigurimin e mjeteve, shoqatat nacionale nuk duhet të mbështeten vetëm në donacione si mjet i tyre i vetëm apo primar për financim. Në shumë vende,

fondet e qeverive ulen si rezultat i konkurrencës së rritur të sektorit joqeveritar. Shumë shoqata nacionale mund të ballafaqohen me vështirësi në sigurimin apo mbajtjen e të hyrave nga burimet qeveritare.

Çelësi për zhvillimin e suksesshëm është sigurimi i burimeve të ndryshme të financimit. Përderisa një prej burimeve të të hyrave nuk ka sukses, duhet të keni burime tjera të cilat do të mundësojnë funksionim pa pengesa. Mjetet financiare të cilat sigurohen nga donacionet duhet të jenë vetëm pjesë e spektrit të përgjithshëm të zhvillimit të resurseve.

Mbështetja në donacione mund t'i kufizojë shoqatat nacionale të përgatisin projekte të cilat janë vetëm zgjedhje e donatorëve, prandaj shoqatat nacionale duhet të kenë kujdes të mos bien në këtë kurth. **Çdoherë fillimisht planifikoni programet e pastaj mundohuni të siguroni resurse për financimin e tyre. Megjithatë, mund të përgatitni strategji se si t'i kënaqni udhëzimet e donatorëve pa u vënë në rrezik që t'i ndryshoni programet dhe shërbimet tuaja.**

2. BURIMET E FONDEVE PËR DONACIONE

Ekzistojnë disa burime të fondeve për donacione. Tek projektet multinacionale, duhet të realizoni kontakte edhe me shoqatat tjera nacionale të cilat janë të kyçura në projekt.

- **Fonde dhe fondacione**

Fondet dhe fondacionet në fakt janë një gjë e njëjtë. Ato janë joprofitabile, organizata joqeveritare të cilat kanë mjete kapitale të cilat i menaxhojnë drejtues dhe janë të dedikuara për aktivitete sociale, arsimore, bamirëse, fetare apo aktivitete tjera për të mirë publike. Fondet kanë qëllim primar të sigurojnë donacione për individë apo organizata joqeveritare.

Fondet dhe fondacionet zakonisht formohen nga individi, familja apo grupi i individit. Megjithatë, disa fonde apo fondacione, të njohura si fondacione korporatave, janë të bazuara nga ana e kompanive të caktuara të cilat sigurojnë mjete për funksionimin e tyre. (Shiko **Kreu 8: Korporata,** për informacione më detale për sigurimin e përkrahjes nga korporatat). Përskaj asaj, një bashkësi e caktuar mund të themelojë fondacion për përkrahjen e projekteve për zhvillim të një bashkësie të caktuar lokale.

- **Qeveri**

Shumë qeveri sigurojnë donacione për projekte në nivel ndërkombëtar, nacional dhe lokal. Si te fondet dhe fondacionet, aplikimet projektuese të suksesshme duhet të jenë të adaptuara në platformën apo politikën e donatorit. Që të merren donacione të këtilla shpesh herë nevojitet që të realizohen takime të posaçme për prezantimin e projektit para shërbimeve qeveritare. Për këtë qëllim ndoshta do të nevojitet të loboni në ministri të caktuara qeveritare, drejtues të fondeve dhe individë tjerë ndikues për ta siguruar përkrahjen e nevojshme.

Ligjdhënësit mund të sjellin ligje me të cilat vendi mund të sigurojë përkrahje për vendin nëpërmjet punës së organizatave joprofitabile. Nëpërmjet bashkëpunimit të afërt me pushtetin legjislativ mund të sigurohen lehtësime speciale për organizatën tuaj.

Qeveritë sa më shumë mendojnë se bashkëpunimi me agjencitë vullnetare siç është KK paraqet formë efektive të veprimit në vend se të mundohen të bëjnë gjithçka vet. Shoqatat nacionale duhet ta potencojnë këtë çështje kur bisedojnë për sigurimin e fondeve me përfaqësuesit qeveritar. Disa prej beneficioneve të cilat dalin nga puna e përbashkët me organizatat si organizata jonë janë:

- **Resurse.** Mjetet financiare të cilat i sigurojmë prej qeverisë i plotësojmë edhe nga burime tjera.
- **Vullnetarë.** Sigurojmë përkrahje vullnetare për punën e projekteve.
- **Llogaridhënie.** Sigurojmë llogaridhënie detale dhe të plotë.
- **Risi.** Bëjmë qasje të reja në sigurimin e përkrahjes për zgjedhjen e problemeve.
- **Kompetenca.** Kemi drejtori dhe të punësuar profesional për kryerjen e punës administrative dhe programore.

Përskaj dorëzimit të dokumentacionit formal projektues, agjencitë qeveritare për sigurimin e fondeve shpesh herë kërkojnë dorëzim të aplikimeve detale për regjistrim.

Ambasadorët dhe ambasadat e qeverive të jashtme shpesh herë mund të paraqesin kontakte të dobishme për sigurimin e informacioneve për donacione. Shumë vende i autorizojnë ambasadat e tyre që vetë të sigurojnë fonde për përkrahjen e projekteve. Ndonjëherë këto donacione janë në shumë më të vogël për shembull mes 1000 dhe 3000 dollarë por ndonjëherë donacionet për përkrahjen projektuese mund të jenë edhe mjaft të mëdha. Përderisa realizoni kontakt me ndonjë prej ambasadave në vendin tuaj do të duhej që për këtë ta informoni shoqatën tuaj nacionale.

- **Organizata joqeveritare**

Organizatat joqeveritare janë organizata të pavarura joprofitabile. Disa prej tyre i zbatojnë aktivitetet e veta nëpërmjet sigurimit të mjeteve për punë në agjenci tjera për zbatimin e aktiviteteve për kategori të mjeruara të popullatës. Shpesh herë këto organizata joqeveritare kanë qëllime të ngjashme apo kompatibile të cilat mundet të realizohen së bashku gjatë bashkëpunimit. Organizatat ndërkombëtare joqeveritare posaçërisht janë të interesuara për sigurimin e përkrahjes për përforcimin e kapaciteteve të organizatave lokale.

Mënyrat për sigurimin e fondeve nga organizatat tjera joqeveritare janë të llojllojshme dhe të numërta aq sa është edhe numri i organizatave joqeveritare. Por një punë e përgjithshme është se mënyra më e mirë që të zbatohen marrëdhënie të ngrohta dhe të afërta me ato organizata joqeveritare

të cilat kanë qëllime të ngjashme mundet shpejt të realizoni kontakt me ato edhe në mënyrë joformale të shikoni se a mundeni të bashkëpunoni.

- **Kombet e bashkuara dhe organizata tjera ndërqeveritare**

Organizatat e Kombeve të Bashkuara sigurojnë fonde për agjenci të cilat i plotësojnë kriteret e tyre për punë. Secila agjenci e KB vërteton kriteret e veta personale. Shoqatat nacionale duhet t'i përkushtojnë vëmendje të posaçme kur do t'i vëzhgojnë organizatat nga të cilat mund të sigurohen donacione dhe fonde për projekte. Shpesh herë këto fonde janë të kanalizuara nëpërmjet qeverisë së vendit nikoqir dhe prandaj mund të ketë nevojë të shqyrtohen planet dhe programi i qeverisë që të shikohet se a plotësojnë kushte për dorëzimin e kërkesës për fonde nga Kombet e Bashkuara.

Agjenci të KB të cilat sigurojnë donacione dhe fonde janë:

- Njësia për Punë Humanitare, Koordinatori për Ndihmë gjatë katastrofave të KB (DHA – N D R O);
- Organizata për Ushqim dhe Bujqësi e KB (FAO);
- Organizata Ndërkombëtare për Punë (ILO);
- Fondi për Fëmijë i KB (UNICEF);
- Fondi Zhvillimor për Femra i KB (UNIFEM);
- Programi Zhvillimor i KB (UNDP);
- Organizata Arsimore, Shkencore dhe Kulturore e KB (UNESCO);
- Programi për Mjedis Jetësor i KB (UNEP);
- Komesariati i Lartë për të Ikurit i KB (UNHCR);
- Fondi për Popullatë i KB (UNFPA);
- Programi Botëror për Ushqim (WFP);
- Organizata Botërore Shëndetësore (WHO).

Gjithashtu mund të jetë e dobishme që t'iu prini bankave zhvillimore edhe organizatave tjera ndërkombëtare:

- Bashkimi Evropian (EU);
- Banka Ndërkombëtare Amerikane për Zhvillim (IADB);
- Banka Ndërkombëtare për Rekonstruktim dhe Zhvillim (IBRD);
- Banka Botërore (WB);

- Fondi Ndërkombëtar për Zhvillim të Bujqësisë (IFAD);
- Organizata Ndërkombëtare për Migrim (IOM);

3. SI TË VËZHGOHEN BURIME TË MUNDSHME TË FONDEVE

Me qëllim që aplikacionet për sigurimin e fondeve të kenë sukses, ato duhet të dorëzohen në burim adekuat për sigurimin e fondeve dhe t'i përmbajnë informacionet adekuate në formatin e duhur. Kjo do të thotë se duhet të behet vëzhgim i fondeve të mundshme para se të zgjidhet qasja e nevojshme. Edhe pse për këtë nevojitet që të shpenzohet shumë kohë dhe punë, vëzhgimi në masë të madhe do t'i rritë gjasat tuaja për sukses.

Hapi i parë për sigurimin e donacionit është të identifikohen burimet të cilat vlejnë vëzhgim i mëtutjeshëm. Burimet e kapshme të cilat mund të ndihmojnë në këtë plan lëvizin në masë të madhe nga vendi në vend.

Në shumë vende përpunohen publikime, regjistra ku janë të emëruara fonde, fondacione dhe organizata tjera joqeveritare të cilat sigurojnë fonde për agjenci joprofitabile. Shoqatat nacionale duhet t'i kërkojnë këto publikime nëpërmjet burimeve më të ndryshme për sigurimin e informacioneve.

Sapo të sigurohen emrat, adresat dhe informacionet tjera për kontakt për agjencitë e mundshme të cilat sigurojnë donacione për projekte, të gjitha duhet posaçërisht dhe në detaje të vëzhgohen që të vërtetohet se ku është më mirë të aplikoni. Disa informacione mund të sigurohen nga publikime, nga internet faqet e organizatave apo nëpërmjet qasjes së drejtpërdrejtë në organizata.

Në bazë të donacioneve të qeverive, duhet të zbatoni kontakt me agjencitë përgjegjëse qeveritare që të merrni më shumë informacione se si të aplikoni për përkrahjen projektuese. Shpesh herë ekzistojnë procedura detale të cilat duhet të vëzhgohen në bazë të dorëzimit të dokumentacionit projektues për sigurimin e përkrahjes projektuese për qëllim të caktuar. Kujdesuni që shoqata juaj nacionale të hyjë në listën e organizatave të cilat do të aplikojnë për sigurimin e përkrahjes së këtillë.

Evidentimi i të dhënave

Kujdesuni që të gjitha vëzhgimet dhe informacionet të jenë të dokumentuara, që të jenë lehtë të kapshme për të gjithë anëtarët e shoqatës tuaj nacionale dhe ajo do të mundësojë të bëhen edhe analiza krahasuese në bazë të fondeve dhe donacioneve të ndryshme. Njëra prej mënyrave që kjo të bëhet është që të përgatiten formularë të posaçme të cilat do të plotësohen me të dhëna për secilin sigurues të mundshëm individual të donacineve dhe fondeve. Në formular mund të lihet vend për shënime për vëzhgimin inicial apo të plotësojnë persona tjerë të cilët i njohin apo takohen me agjencitë të cilat sigurojnë donacione me qëllim që t'i përtrijnë dhe zgjerojnë informacionet e kapshme për këto agjenci apo organizata. Bile mundeni që siguruesit

potencial të fondeve edhe t'i vlerësoni sipas prioritetit. Në **Shtojcën U** është dhënë shembull i **Formularit për Profilin e agjencisë për donacione.**

Vëzhgimi i agjencive potenciale për sigurimin e donacioneve duhet t'i përfshijë elementet që vijojnë:

- **Kush është personi për kontakt –** emri, adresa dhe funksioni i personit për kontakt, numri i telefonit, lokali, faks, e-mail dhe përderisa ka mundësi emri i ndihmësit administrativ apo sekretareshës.

- **Fusha e specializuar e përkrahjes.** Siguruesit e donacioneve shpesh herë përkrahin projekte në fusha të specializuara, si për shembull, arsimimi, kujdesi social, shëndetësia apo ndihmë gjatë katastrofave.

- **Lloji i projekteve të cilat përkrahen.** Sigurues të caktuar të fondeve janë shumë specifik në bazë të llojit të projekteve të cilat i përkrahin. Shembull për këtë mund të jetë furnizimi i pajisjes, pagesa e trajnimit, aktivitete marketingu apo projektet speciale. Zbuloni se për çka është e gatshme ajo organizatë të përkrahë si dhe kufizimet në bazë të asaj çka nuk financon ajo organizatë.

- **Tipi i përdoruesve tradicional të granteve.** Siguruesit e donacioneve shpesh herë favorizojnë grupe të caktuara qëllimore siç janë për shembull rinia, personat e moshuar, minoritetet apo popullata në mjdis urban apo rural. Përsëri, shikoni grupet qëllimore të cilat nuk i përkrah organizata si dhe grupet qëllimore të cilat i përkrah.
- **Fusha gjeografike.** Disa sigurues të donacioneve përkrahin aktivitete vetëm në fushë të caktuar gjeografike, qytet, rajon apo vend.

- **Lartësia e granteve të ndara.** Zbuloni se çfarë shuma iu ka ndarë ajo organizatë apikuesve tjerë dhe cila shumë e e mjeteve është e kapshme për aplikim dhe përkrahje në nivel vjetor.

- **Cilat organizata tjera janë tanimë të përkrahura.** Zbuloni se sa organizata që kanë qëllime të njejta si KK dhe GJHK kanë fituar përkrahje financiare nga ajo organizatë.

- **Periudha e përkrahjes financiare.** Cila është periudha e zakonshme kohore që e përkrah ajo organizatë.

- **Data të thirrjeve vijuese.** Deri kur dorëzohen aplikime të projekteve deri në atë organizatë.

- **Dokumentacioni projektues.** Zbuloni se cila qasje duhet të zgjidhet për aplikim. Përcjellni udhëzimet me kujdes dhe në tërësi. Kushton shumë të holla përderisa projekti iu rrefuzohet nëse nuk aplikohet në mënyrën të cilën e obligon ajo organizatë.

- **Shpenzime regjisore.** Sa shpenzime regjisore lejon siguruesi i grantit.

Sapo t'i mblidhni këto informacione mund t'i rangoni siguruesit potencial të fondeve me qëllim që të shikoni se prej ku keni mundësi më të mëdha të fitoni mjete për projektet tuaja. Kolona përfundimtare në Formular për Profil të agjencisë për donacione do të jetë e kapshme për këtë qëllim.

4. VËZHGIMI I PROJEKTIT

Para se të dorëzohet kërkesa për përkrahje financiare nga siguruesi i donacionit, shoqata nacionale duhet të përgatitë projektin apo fushën për të cilën kërkohet përkrahje gjenerale. Plani financiar patjetër duhet të tregojë se projekti është i menduar dhe i shqyrtuar mirë.

- Propozim plani duhet të tregojë **përshkrimin e nevojës.** Këto mund të jenë të dhëna statistikore apo letra nga persona apo organizata të cilët janë të autorizuar dhe kanë kredibilitet në këtë lëmi.
- Propozim projekti patjetër duhet të përmbajë **përshkrim detal të aktiviteteve projektuese.** Përderisa siguroni dëshmi se përdoruesit potencial të projektit do të sigurojnë kontribut konkret dhe se e përkrahin projektin kjo do t'i sigurojë projektit kredibilitet edhe më të lartë.

- Propozimi patjetër duhet të tregojë **lartësinë e shpenzimeve** dhe pse nevojitet që të bëhen ato shpenzime. Siguruesit potencial të këtyre mjeteve duhet të vërtetohen se realizimi i qëllimeve projektuese do të ndihmojnë në zgjedhjen e problemit të identifikuar, se qëllimet janë të relaizueshme dhe se buxheti është real.

- Shumica e siguruesve të fondeve gjithashtu do të dëshirojnë të **vërtetohen në efektivitetin dhe efikasitetin e shoqatës nacionale** në punën e mëparshme, jo vetëm në bazë të propozim projektit. Kjo me siguri do të thotë se do të duhet të dorëzoni raport vjetor për punë, llogarinë përmbyllëse për vitin e kaluar si dhe programin dhe buxhetin për vitin që vjen. Letrat e jashtme për përkrahje nga partnerët tjerë gjithashtu mund të jenë të dobishme.

- Propozimi duhet patjetër **që në tërësi të jetë i përkrahur nga ana e shoqatës nacionale** dhe për këtë qëllim duhet të nënshkruhet nga sekretari gjeneral (drejtori)apo kryetari i këshillit ekzekutiv.

Pasi të mbarojë vëzhgimi, projekti mund të evaluohet dhe krahasohet me profilin e siguruesve potencial të fondeve që të shikohet tek cili prej tyre ekziston mundësi që ta përkrahin projektin. Fleta për Profilin e agjencisë për donacione do të duhej t'ju ndihmojë në këtë plan.

5. PËRGATITJA E PROJEKTIT PROPOZUES

Disa fonde, fondacione, qeveri dhe agjenci saktë vërtetojnë se çka duhet të përmbahet në propozim projektin përderisa të tjerët japin më pak udhëzime në bazë të përmbajtjes të dokumentacionit projektues. Përderisa janë siguruar udhëzime, përcillni me saktësi siç janë paraparë, në të kundërtën propozimi juaj nuk do të merret parasysh. Ndonjëherë plotësohen formularë të posaçme, ndonjëherë nevojitet të dorëzohet projekt rezime në fillim dhe përderisa siguruesi potencial i fondeve është i interesuar pastaj vijon dorëzimi detal i propozim projektit. Ndonjëherë duhet të dorëzohet vetëm korniza projektuese.

Kujdesuni që të zbuloni se çka saktësisht nevojitet për secilin sigurues të donacioneve para se të filloni me shkruarjen e projektit.

Gjatë dorëzimit të të gjitha projekteve të shoqatave nacionale për kërkimin e mjeteve nga agjencitë apo fondacionet, nevojitet t'i përcillni udhëzimet nga doracaku për **Procesin e Planifikimit të Projekteve** të Federatës Ndërkombëtare, që do t'ju sigurojë udhëzime dhe kahje të qarta gjatë vërtetimit të qëllimit kryesor dhe qëllimeve specifike projektuese, treguesit dhe përgatitja e planit për aktivitete dhe buxhet, si dhe procesin e monitorimit dhe evaluimit të aktiviteteve projektuese.

Përderisa nuk janë siguruar kurrfarë udhëzime, përdorni formatin i cili është paraqitur më poshtë dhe i cli do t'ju ndihmojë në planifikimin e propozim projektit. Edhe kur ka udhëzime, këto elemente zakonisht janë të kërkuara që të jenë të përmbajtura në propozimin.

- Rezime për projektin;
- Hyrje;
- Deklaratë për nevojë;
- Qëllimi kryesor dhe qëllimet specifike të projektit;
- Metoda për arritjen e qëllimeve;
- Korniza kohore e aktiviteteve projektuese;
- Mënyra e evaluimit të projektit;
- Qëndrueshmëria e projektit;
- Buxheti;
- Aneks materiale.

Pasi të përgatitni materialin për një sigurues të fondeve, ai mund të përdoret si bazë edhe për propozime tjera.

- **Rezime për projektin**

Rezime për projektin duhet të gjendet në fillim, edhe pse zakonisht shkruhet pasi të përgatitet i tërë projekti. Shpesh herë në aplikimin projektues është vendosur katror në faqen e parë të formularit për aplikim. Apo rezimeja duhet të jetë pasusi i parë i propozim projektit detal.

Rezimeja është pjesë e rëndësishme e propozim projektit. Është pjesë e cila lexohet fillimisht dhe ndoshta është e tëra që do ta lexojë pala e interesuar!

Rezimeja duhet ta përshkruajë shoqatën nacionale, të tregojë qartë se pse ekziston nevoja e projektit, në mënyrë koncize të paraqesë projektin, të prezantojë se çka pritet të arrihet me implementimin e projektit dhe të tregojë se sa do të jenë shpenzimet projektuese. Duhet të theksohet ndikimi i projektit për tejkalimin e problemit projektues.

- **Hyrje**

Në këtë pjesë përshkruhet kredibiliteti i shoqatës nacionale për implementimin e projektit. Reputacioni i organizatës apo personeli kyç do t'i rrisin gjasat për përkrahjen e projektit.

Theksohet qëllimi, misioni, historia dhe arritjet e shoqatës nacionale, posaçërisht ato të cilat janë të lidhura me këtë projekt specifik.

Numëroni përkrahjen të cilën e keni pasur paraprakisht nga organizatat tjera dhe nga individët. Qëllimi i kësaj pjese të projektit është që të bindet siguruesi i fondit se shoqata juaj nacionale është organizata më e mirë për ta implementuar këtë punë, dhe se projekti me të vërtetë do të bëjë dallim në jetën e njerëzve.

- **Deklarata për nevojë**

Këtu bëhet përshkrim i problemit të cilin do të mundoheni ta tejkaloni me implementimin e projektit.

Përdorni të dhëna, tregues statistikor dhe jepni dëshmi për ekzistimin e problemit. Mos jeni të bindur se siguruesi potencial i fondit do të besojë se problemi ekziston vetëm se ju e përshkruani. Përderisa ju shkruani disa faqe me tregues statistikor, kyçni vetëm kryesoret në tekst ndërsa të tjerat mund t'i leni si shtojcë në projekt.
Bëni lidhje logjike mes problemit dhe punës së shoqatës tuaj nacionale. Theksoni ato aspekte të problemit të cilat do t'i përfshijnë aktivitetet projektuese.

- **Qëllimi kryesor dhe qëllimet specifike të projektit**

Theksoni qëllimin kryesor të projektit. Në fakt qëllimi kryesor është arritje gjenerale të cilën dëshironi ta realizoni në fund të projektit. Pastaj shtoni qëllimet specifike, grupet qëllimore dhe rezultatet e pritura nga implementimi i projektit. Qëllimet nuk duhet të përzihen me metodat për implementim të aktiviteteve projektuese me të cilat do të realizohen qëllimet.

Qëllimet duhet të jenë specifike, të matura dhe të caktuara me kohë, reale dhe të realizueshme.

- **Metoda për arritjen e qëllimeve**

Në këtë pjesë duhet ta përshkruani planin punues, gjegjësisht hapat të cilat duhet t'i ndërmerrni për realizimin e qëllimeve të planifikuara. Lexuesi duhet të

fitojë pasqyrë të qartë se si do të implementohet projekti. Sqaroni se kush, si dhe kur do t'i zbatojë aktivitetet.

Përskaj përshkrimit të metodave të cilat do t'i përdorni, theksoni se pse besoni se këto metoda dhe qasja do të mundësojnë realizimin e rezultateve të dëshiruara. Përshkruani se çka është provuar në të kaluarën, se si do të jetë tentimi i tanishëm dhe cilat do të duhej të jenë rezultatet. Theksoni arrite të mëparshme me përdorimin e këtyre metodave.

- **Mënyra e evaluimit të projektit**

Përshkruani se si rezultatet projektuese do të maten me qëllim që të vërtetohet se a janë arritur qëllimet e realizuara. Matni rezultatet reale të projektit e jo vetëm qëndrimet e njerëzve për projektin.
Mbani mend se evaluimi është proces i vazhdueshëm. Fillon me fillimin e projektit. Nëse nuk bëhet vlerësimi i gjendjes në fillim të projektit do të jetë rëndë që të shihet se çka është arritur në fund të projektit.

- **Qëndrueshmëria e projektit**

Disa prej agjencive për sigurimin e donacioneve do të dëshirojnë të sigurojnë përkrahje afatgjate për projektin. Disa agjenci për sigurimin e donacioneve do të dëshirojnë të dinë se a do të vazhdojë projekti të zhvillohet pas mbarimit të përkrahjes iniciale dhe, nëse situata është e tillë, në çfarë mënyra pastaj do të vazhdojë ndihma e mëtutjeshme.

- **Buxheti**

Të gjitha agjencitë potenciale për sigurimin e donacioneve do të kërkojnë llogari të saktë buxhetore të projektit. Agjencitë qeveritare kërkojnë paraqitje në detale të qëndrimeve në buxhete se sa që kërkojnë agjenci tjera apo fondacione.

Buxheti patjetër duhet të jetë i lidhur me qëllimet dhe planin punues të projektit. Mënyra më e mirë është që të paraqiten qartë të gjitha qëndrimet buxhetore në veçanti. Duhet të përmbahen elementet që vijojnë:

Personeli	Rroga; Kontributet e rrogave; Shpenzimet për vullnetarë; Shpenzimet konsultuese.
Pajisje	Pajisje për blerje Shpenzime për qira; Shpenzime për sigurim; Shpenzime për ndreqje dhe mirëmbajtje
Hapësirë	Qira;
Shpenzime komunale	Fatura komunale (ujë, rrymë, gaz, nxemje); Tatim;

	Shpenzime për ndreqje dhe mirëmbajtje.
Mallra dhe materiale	Materiale ndërtimore; Materiale për trajnim; Materiale tjera.
Shpenzime rrugore **Reprezentacion**	Shpenzime rrugore; Ushqim dhe vendosje, Pranime; Tjera.
Trajnim	Kurse.
Administratë	Telefon; Postë; Materiale; Tjera.
Informim	Botim të materialeve.
Shpenzime tjera	Sigurim nga përgjegjësia Anëtarësim dhe parapagesa Publikime.
Shpenzime të pa parashikueshme	Përqindje për mbulimin e shpenzimeve të pa parashikueshme
Shpenzime indirekte	Shpenzime të cilat nuk mund të parashikohen paraprakisht

Shpenzimet indirekte i përfshijnë shpenzimet gjenerale për menaxhimin e projektit dhe shpenzimet regjisore dhe shpeshherë janë të paraqitura në lartësi të një përqindje të caktuar. Disa sigurues të donacioneve nuk dëshirojnë t'i paguajnë shpenzimet indirekte përderisa të tjerët japin kufizim në lartësinë e shumës për këtë dedikim apo qëllim të cilët janë të gatshëm ta paguajnë.

Shikoni pjesën **Kompensim i shpenzimeve** në **Kreu 9: Akumulimi i të hyrave** që të merrni më shumë informacione për këtë përmbajtje.

Buxheti duhet t'i paraqesë shumat e sakta të cilat nevojiten në secilin qëndrim buxhetor si dhe shumën e përgjithshme të projektit, të hollat të cilat janë fituar dhe shumën e cila akoma nevojitet.

- **Aneksi materiale (Donacione).**

Duhet të dorëzohen dokumente aneks të caktuara por ato nuk duhet të futen në dokumentin kryesor për shkak se do ta rrënojnë konceptin natyror të dokumentit. Pjesë kryesore të dokumentit nuk duhet të jenë shumë të gjata që

të mos duhet siguruesit potencial të fondeve të ndajnë shumë kohë në leximin e informacioneve të shumta.

Trupat e agjencive të cilët sigurojnë donacione shpeshherë kërkojnë dokumente të caktuara të cilat duhet të dorëzohen së bashku me dokumentacionin projektues. Materialet e këtilla mund të jenë:

- Deklaratë për misionin dhe vizionin e shoqatës nacionale;
- Kontrollim i aktiviteteve kyçe;
- Llogaria përmbyllëse për vitin e kaluar financiar;
- Buxheti i organizatës për vitin vijues;
- Regjistrim nga gjyqi për statusin e organizatës joprofitabile;
- Lista e anëtarëve të Këshillit ekzekutiv;
- Biografi për personelin kyç;
- Përshkrim i vendeve të punës për personelin projektues;
- Programi për punë dhe të shikohet se si është i përshtatur projekti me programin;
- Të dhëna statistikore për vlerësimin e nevojës;
- Letra – rekomandime për përkrahjen e donatorëve;
- Informacione nga mjetet për informim për punën e shoqatës nacionale;
- Shkëputje nga deklaratat në media.

Shiko **Shtojca V** për atë **se çka dëshirojnë agjencitë të cilat sigurojnë donacione t'iu dorëzohet me propozimin.**

5. DORËZIMI I PROPOZIMIT PËR SIGURIMIN E MJETEVE FINANCIARE

Pasi të përcaktohen agjencitë e mundshme për dorëzimin e aplikimeve, siç ishte theksuar në Pjesën 3 më lartë, ju këshillojmë të realizoni kontakte personale para se ta dorëzoni aplikimin formal. Në këtë mënyrë, siguruesi potencial u mjeteve do të njoftohet me shoqatën nacionale para se të dorëzohet kërkesa për përkrahje financiare të projektit. Kjo gjithashtu do t'ju mundësojë të merrni informacione të caktuara kyçe të cilat do të mund t'i inkorporoni në dokumentacionin projektues.

Kontakti mund të realizohet nëpërmjet:

- Thirrjes telefonike që të caktohet takim i shkurtë apo të merren informacione të caktuara.
- Intervistë personale me përfaqësuesin e organizatës;
- Kërkesë zyrtare me shkrim (nëse nuk ka mundësi të realizohet kontakt nëpërmjet telefonit apo takimit).
- Kontakt nëpërmjet mikut ndërmjetësues.

Kontaktet iniciale gjithashtu duhet t'i ndihmojnë shoqatës nacionale që t'i sigurojë informacionet që vijojnë:

- Çfarë lloji i kërkesës nevojitet që të jetë në pajtueshmëri me udhëzimin e trupit i cili siguron donacion.
- Sfera potenciale të interesit ndaj të cilave mund të drejtoheni.

Kontakti fillestar do t'ju mundësojë të shihni se sa përputhet propozim projekti juaj me interesat dhe parakushtet e siguruesit potencial të fondit. Kur ka mundësi, kyçeni edhe siguruesin potencial të fondeve në përgatitjen e planit projektues. Kjo do të ndihmojë në bazë të kuptimit më të mirë të kufizimeve dhe kushteve lidhur me projektin dhe do të mundësojë ato të kuptohen dhe përputhen para fillimit të aktiviteteve projektuese.

Kontakte vijuese dhe të vazhdueshme

Shumë është me rëndësi që të mbahen kontaktet me siguruesit e fondeve dhe me siguruesit potencial të fondeve. Bile edhe nëse propozim projektet nuk miratohet, mbani kontaktet – dorëzoni programin për punë, dërgoni letër falënderimi dhe lutni që t'ju informojnë se çka ka munguar në propozim projektin tuaj dhe informohuni se kur mundeni sërish të dorëzoni aplikim për sigurimin e përkrahjes projektuese. Ndonjëherë përgjigja negative mundet lehtë të ndryshohet në përgjigje pozitive nëse mësoni se si t'i plotësoni parakushtet për sigurimin e fondit të caktuar.

Përderisa propozim projekti juaj është miratuar, ftoni siguruesin e mjeteve që t'ju vizitojë dhe kujdesuni që ta informoni për përparimin e realizuar në implementimin e aktiviteteve projektuese. **Nëse mundeni të realizoni raporte të afërta me siguruesin e grantit, kjo do t'ju mundësojë të jeni më mirë të informuar, më mirë të lidhur dhe do t'ju rrisë mundësitë për sigurimin e mjeteve për aktivitete të reja projektuese.**

PARIMET THEMELORE

Ekzistojnë disa parime themelore të cilat duhet të përcillen gjatë dorëzimit të aplikimit projektues.

- Aplikimi projektues duhet të jetë i qartë, konciz dhe i lehtë për lexim. Përmbajtja duhet të jetë e ndarë në paragrafe dhe pjesë lehtë të identifikuara dhe me kujdes duhet të përmirësohen çfarëdo lloj gabimi teknik apo gjuhësor në tekst.

- Aplikimi projektues duhet të jetë i shkurtë dhe i qartë edhe pse në të duhet të përmbahen të gjitha informacionet e domosdoshme relevante. **Nëse nuk ka caktuar kufizim në bazë të gjatësisë maksimale të propozim projektit atëherë ai nuk duhet të jetë më i gjatë se 10 faqe shtesë dhe anekse.** Sidoqoftë aplikimi duhet të jetë në kufijt e caktuar.

- Kujdesuni që aplikimi të jetë i nënshkruar nga ana e personit përgjegjës në organizatën tuaj, siç është për shembull sekretari gjeneral dhe kryetari i këshillit ekzekutiv.

- Keni qasje pozitive. Jeni entuzijast. Siguruesit e fondeve dëshirojnë të marrin pjesë në aktivitete të rëndësishme dhe të dobishme kur do të jenë të bindur se do të arrijnë sukses.

- Përskaj dokumentacionit projektues përgatitni letër. Adresoni për personin përgjegjës dhe ofroni të takoheni që t'ia qartësoni aplikimin dhe t'i siguroni informacione plotësuese përderisa ka nevojë.

- Tejkaloni përdorimin e zhargoneve. Mos supozoni se të gjithë e kuptojnë terminologjinë e cila është specifike për shoqatën tuaj nacionale. Përderisa përdorni shkurtesa lidhur me organizatën tuaj atëherë siguroni qartësim se çka do të thonë ato.

- Kujdesuni që aplikimin ta dërgoni në kuadër të afatit kohor të paraparë.

- Përderisa merrni përgjigje pozitive në bazë të propozim projektit të dërguar, pastaj vazhdoni vazhdimisht ta informoni siguruesin e grantit për përparimin e realizuar në implementimin e aktiviteteve projektuese. Gjithashtu kujdesuni që evaluimin të cilin e keni premtuar të zbatohet ashtu siç e keni planifikuar.

REZIME

- HAPI I PARË MË I RËNDËSISHËM ËSHTË ZBATIMI I VËZHGIMIT GJITHËPËRFSHIRËS QË TË VËRTETOHET SE CILËT JANË SIGURUESIT POTENCIAL TË FONDEVE.

- E PAPËRSHTATSHME ËSHTË QË TA NDRYSHONI PROGRAMIN TUAJ PËR T'IU DALË NË KRYE ARRITJEVE TË DONATORIT POR MUNDENI QË TË PËRSHTATENI NË PROCESIN E PREZANTIMIT TË APLIKIMIT TUAJ.

- KONTAKTET PERSONALE ME SIGURUESIT E GRANTEVE DO T'JU SIGUROJNË INFORMACIONE TË RËNDËSISHME.

- APLIKIMI PROJEKTUES PATJETËR DUHET T'I PËRMABJË TË GJITHA INFORMACIONET RELEVANTE. DUHET TË JETË MIRË I SHKRUAR DHE TË DORËZOHET TEK PERSONI JURIDIK NË VENDIN E DUHUR NË PERIUDHËN E CAKTUAR KOHORE.

- NUK ËSHTË SHUMË E PËLQYESHME QË TË MBËSHTETENI NË DONACIONE, PRANDAJ ËSHTË MIRË TË KENI SIGURUAR BURIME TË NDRYSHME PËR FINANCIM.

SHTOJCA S

FORMULAR PËR PROFILIN E AGJENCISË PËR SIGURIMIN E DONACIONIT

Emri i agjencisë për sigurimin e donacioneve	Vëzhgimi fillestar zbatuar nga i punësuari apo vullnetari	Të dhëna plotësuese apo korrigjime plotësuar nga i punësuari apo vullnetari i cili e njeh apo ka kontaktuar me siguruesin e donacioneve	Të dhëna të mëtutjeshme apo informacione të reja
Emri dhe adresa për kontakt			
Fusha e specializuar për përkrahje (p.sh. shëndetësi, arsim)			
Lloji i preferuar i përkrahjes (p.sh. trajnim, vëzhgim)			
Fitues tradicional i përkrahjes (p.sh. rinia, minoritete)			
Kufizimi gjeografik			
Financa: a) shuma e kapshme në nivel vjetor b) forma e donacioneve të ndara			
Organizata tjera të përkrahura			
Gjatësia tradicionale e përkrahjes financiare			
Afatet e fundit për aplikim			
Dokumentacioni i duhur projektues (letër, formular, buxhet)			
Notimi (1 – 5)			

KËSHILLË PËR ORGANIZATA TË CILAT DËRGOJNË KËRKESË PËR DONACIONE (GRANTE)

Marrë nga Regjistri i fondacioneve dhe korporratave të cilat janë anëtare të Qendrës Evropiane të Fondacioneve – shpallur nga Qendra Evropiane e Fondacioneve.

Organizatat kërkuese të granteve të cilat planifikojnë ta shohin këtë regjistër me shpejtësi me qëllim që të gjejnë listën e burimeve për financim të projekteve të tyre i këshillojmë të ndalen me lexim që tani.

Këtu nuk ekziston listë e tillë.

Përkundrazi, ajo do të paraqesë detyrë për organizatën tuaj – anëtarët e këshillit tuaj ekzekutiv, drejtoria dhe të punësuarit të cilët janë përgjegjës për sigurimin e mjeteve financiare duhet të kenë detyrë që të përgatisin listën e burimeve për financim në pajtueshmëri me prioritetet e organizatës tuaj.

Procesi i vëzhgimit të burimeve për financim merr shumë kohë dhe nënkupton ndërmarrjen e më shumë hapave. Megjithatë, përderisa planifikohet me kujdes, mund të sjellë raporte shumë të suksesshme dhe afatgjate me fondacionet dhe sektorin korporativ.

Një ndër realitetet fundamentale për aplikim të suksesshëm për sigurimin e mjeteve është se për këtë qëllim nevojitet të jepet shumë kontribut i madh. Prandaj llogariteni këtë tekst si pjesë e fillimit të punës së mundimshme për rrumbullakësimin e suksesshëm të nevojave tuaja për sigurimin e fondeve.

Përmbajtjet që vijojnë kanë për qëllim t'ju ndihmojnë në procesin e vëzhgimit.

SIGURIMI I SUKSESSHËM I FONDEVE FILLON NË KUADËR TË ORGANIZATËS TUAJ

Sigurimi i suksesshëm i mjeteve nga fondacionet dhe programet investuese të sektorit korporativ duhet të bazohet në strategji të përgatitur organizative dhe projekte mirë të menduara të cilat janë të përshtatura me këtë strategji.

Përgatitja e strategjisë organizative zakonisht nënkupton punë intensive nga ana e drejtorisë dhe udhëheqësisë. Gjithashtu nënkupton edhe punë të përbashkët me organizata tjera të cilat janë aktive në fushën tuaj të veprimit të cilat ndajnë qëllime të ngjashme me organizatën tuaj.

Gjatë përgatitjes së strategjisë tuaj, duhet t'i keni qartë parasysh pyetjet që vijojnë:

- Çka e bën organizatë tuaj të vetme në fushën e veprimit tuaj?

- Cilat grupe qëllimore i shërbeni?
- A marrin grupet qëllimore shërbime të ngjashme prej ndonjë organizate tjetër?
- Cilat nevoja të rëndësishme përgatiteni t'i plotësoni?
- A i përkrah në tërësi këshilli juaj ekzekutiv iniciativat për fillimin e aktiviteteve për kënaqjen e këtyre nevojave?

Në bazë të strategjisë të cilën do ta zgjidhni ta përvetësoni, për të gjitha nevojat tuaja për plotësimin e qëllimeve të dëshiruara do të duhet të përgatitni aplikime detale projektuese.

Si parim gjeneral, Qendra Evropiane e Fondacioneve i rekomandon elementet që vijojnë që të jenë të paraqitura në projektet tuaja.

Elemente kyçe të propozim projektit

HYRJE

Shkruhet rezime e shkurtë për qëllimin e projektit si dhe për aftësitë dhe kapacitetet e organizatës tuaj për ta realizuar këtë qëllim.

DEKLARATË PËR NEVOJË

E paraqet nevojën për implementimin e projektit si dhe problemin specifik i cili duhet të zgjidhet me implementimin e projektit.

QËLLIMI KRYESOR DHE QËLLIMET SPECIFIKE

Qëllimi kryesor duhet të jetë i shtruar në qëllimor të matura specifike dhe ato të jenë më tutje të përpunuara nëpërmjet detyrave të matura të cilat do të realizohen për realizimin e këtyre qëllimeve. Detyrat paraqiten në më shumë veçori. Ato janë aktivitetet specifike të cilat do të ndërmerren për tu realizuar qëllimi kryesor dhe që të zgjidhet nevoja apo problemi.

EVALUIMI

Sqaron se si do të matet suksesi në realizimin e qëllimeve projektuese. Shpesh herë evaluimin e zbaton trup i posaçëm këshilldhënës i cili e vëzhgon dhe evaluon projektin në bazë të rregullt.

REZIME PËR BUXHETIN

Paraqitje e shkurtë e shpenzimeve të përgjithshme projektuese dhe burimeve tjera të financimit, përderisa janë.

PLANI FINANCIAR

I përshkruan resurset financiare të cilat do t'ju nevojiten për vazhdimin e projektit, pasi të ndërpritet përkrahja projektuese dhe si organizata juaj do t'i sigurojë këto mjete.

BUXHETIT DETAL

Buxhet real, i përgjithshëm i cili në detaje i tregon shpenzimet e përgjithshme projektuese. Qëndrimet standarde të buxhetit janë: rersurset njerëzore, shpenzimet rrugore, shpenzimet për mbledhje, pajisje, shpenzime regjisore, për zyre siç janë qiraja, telefoni, posta, interneti, materiali informativ she publikimet dhe kompensimet.

ANKESKE

Siguroni të gjitha informacionet plotësuese të cilat do t'ju ndihmojnë të siguroni përkrahje projektuese. Mund të jetë programi juaj për punë, raporti vjetor dhe cilado dokumente tjera për punë të cilat mund të dëshmojnë dhe tregojnë kredibilitetin e organizatës tuaj.

VËZHGIMI PËR FUSHAT SPECIFIKE INTERESANTE PËR PËRKRAHJEN E SIGURUESVE TË FONDEVE ËSHTË ME RËNDËSI ESENCIALE

Aplikimi i përgjithshëm ku kërkesa dorëzohet në grup më të madh të organizatave dhe korporratave nuk mund të thuhet se paraqet mënyrë efektive të aplikimit dhe mund ta dëmtojë kredibilitetin e organizatës tuaj.

Me rëndësi është që të përmendet se kërkuesit e donacioneve për përkrahjen projektuese nuk duhet t'i përdorin regjistrat e tyre të përkrahësve të donacioneve si mejling listë për kërkesat e tyre për sigurimin e fondeve për projektet e tyre. Tentimet e këtilla do të tregojnë se janë humbje kohe për organizatën tuaj dhe mundet seriozisht t'i dëmtojnë tentimet tuaja për sigurimin e fondeve për projektet tuaja.
Me rëndësi është të zbatohet vëzhgim që t'i vërtetoni fushat specifike me interes për përkrahjen e siguruesve të fondeve. Pasi ta pregatitni strategjinë e organizatës tuaj, mund ta filloni procesin e vëzhgimit. Keni ndërmend këtë parim të rëndësishëm: ***përderisa nuk i plotësoni kriteret, mos aplikoni aspak.***
Informacionet të cilat i keni në listën tuaj të siguruesve të fondeve duhet t'ju ndihmojnë në sigurimin e listës së mundshme të kandidatit për përkrahjen e projektit tuaj. Përderisa organizata juaj dëshiron të sigurojë përkrahje për program edukativ, atëherë filloni vëzhgimin nëpërmjet shikimit të profileve të këtyre organizatave gjatë shikimit të profileve të secilit prej këtyre siguruesve të fondeve merrni parasysh gjërat që vijojnë:

- A përkrah fushë të këtillë siguruesi i fondeve për të cilën kërkoni resurse financiare? përderisa kërkoni mjete për projekt me rini universitare duhet menjëherë t'i shlyeni nga lista të gjitha ato organizata të cilat janë të interesuara për përkrahjen e projekteve për fëmijë të rinj.

- A tregon interes për vendin tuaj apo rajonin gjeografik siguruesi i fondeve. Nuk janë të gjithë siguruesit e fondeve të interesuar të financojnë projekt në secilin vend të Evropës.

- A është siguruesi i fondeve fondacion operativ. Fondacionet operative mendojnë që vet t'i zbatojnë programet e veta dhe zakonisht nuk pranojnë aplikime të huaja. Megjithatë, mund të ofrojnë përkrahje të rëndësishme profesionale në implementimin e përmbajtjes së caktuar projektuese.

- A jep grante siguruesi i fondeve për llojin e përkrahjes për të cilin ju aplikoni? Për shembull, nëse kërkoni mjete për konferencë, nuk duhet t'iu prini siguruesve të fondeve të cilët në mënyrë eksplicite theksojnë se nuk sigurojnë përkrahje për konferenca apo seminare. Shumica e siguruesve të fondeve kanë kufizime për mjetet të cilët janë të gatshëm t'i ndajnë për donacione.

- A përkrah siguruesi i fondeve vetëm projekte të mëdha të përbashkëta ku janë të kyçura më shumë organizata në implementim, kyçur edhe agjencitë qeveritare? Për shembull, nga siguruesi i fondeve nuk duhet të kërkoni përkrahje për pajisje për në laboratori të caktuar shkollore nëse e dini se ai është i interesuar për përparimin e administratës të sistemit arsimor në vend.

- A siguron siguruesi i fondeve grante në lartësi të mjeteve të cilat ju i kërkoni? Për shembull, asnjëherë nuk duhet të kërkoni përkrahje në lartësi prej 20.000 euro nëse e dini se siguruesi i fondeve paraprakisht ka dhënë për projekte deri në 5.000 euro. Gjithashtu sigurues të caktuar të fondeve nuk dëshirojnë t'i përkrahin në tërësi të gjitha shpenzimet e projektit. Ata ndoshta presin që ju të gjeni burime plotësuese të financimit të cilët do të participojnë në sigurimin e mjeteve për implementimin projektues.

VËZHGIMI I MËTUTJESHËM E PASTRON LISTËN E KANDIDATËVE TË MUNDSHËM PËR SIGURIMIN E PËRKRAHJES PROJEKTUESE

Regjistri i siguruesve të donacioneve do t'ju ndihmojë në vërtetimin e listës të donatorëve të mundshëm, por prapë se prapë ju nevojiten edhe informacione tjera plotësuese para se të dorëzoni kërkesë për sigurimin e mjeteve për projektin tuaj. Mënyra më e mirë që të arrihet në informacionet e duhura për siguruesit e fondeve janë informacionet të cilat ata vetë i sigurojnë nëpërmjet mediumeve dhe burimeve të ndryshme të informacioneve.

Informacionet e këtilla mund t'i merrni nga ueb faqet, raportet vjetore, gazetat elektronike apo të shkruara, etj

Pothuajse të gjithë siguruesit e donacioneve shpallin raporte vjetore dhe shpesh herë atë e bëjnë në më shumë gjuhë. Pas vëzhgimit inicial, nëse

siguruesi i fondeve mbetet në listën tuaj, kërkoni shembull nga raporti i tij vjetor dhe udhëzimi për plotësimin e aplikimit projektues.

Publikimet të cilat i shpall siguruesi i fondeve do t'ju japin pasqyrë se cilat janë prioritetet dhe fushat për të cilat është i gatshëm apo nuk dëshiron t'i përkrahë. Pasi ta lexoni raportin vjetor kërkoni informacione të cilat do t'ju ndihmojnë të vërtetoni se a duhet të mbetet siguruesi i fondeve në listën tuaj për kandidatë të mundshëm të cilat do ta financonin projektin tuaj.

Listat e donacioneve të siguruara të cilat janë të përmbajtura në më shumë raporte vjetore gjithashtu mund t'ju sigurojnë informacione të dobishme. Zakonisht këto lista përmbajnë informacione siç janë emrat dhe adresat e organizatave të cilat tanimë kanë marrë donacione nga siguruesi i fondeve si dhe shumat e ndara për projektet e miratuara dhe shpesh herë ka edhe tekste të shkurta përshkruese për qëllimin e granteve të ndara. Në këto lista është paraqitur se çka është realizuar me donacionet e ndara. Këto lista gjithashtu ua japin në shqyrtim organizatat të cilat janë financuar nga këto donatorë si dhe shuma mesatare e cila është siguruar për përkrahjen projektuese për këto organizata.

PROGRAME INVESTUESE TË SEKTORIT KORPORATIV

Në këtë publikim janë profiluar një numër i madh i korporatave. Kur do të vendosni të prini në ndonjë korporratë të caktuar duhet të keni parasysh më shumë çështje.

Korporrata të caktuara programet e tyre investuese i llogarisin për programe filantrope nga natyra e tyre. Të tjerët në programet e veta shohin si mundësi për sigurimin e kontributit në tentimet e tyre për dhënien e kontributit për përgjegjësinë shoqërore korporrative. Ngjashëm në këtë, korporata të caktuara themelojnë fondacion korporativ i cili i udhëheq këto programe përderisa të tjerët e realizojnë përkrahjen korporative pa formuar fondacion – disa i kanë të dy elementet.

Duke pasur parasysh këto gjëra, programet investuese të sektorit korporativ kanë tendencë të ndajnë një element të përbashkët. Këto programe kanë për qëllim t'i përmirësojnë marrëdhëniet mes korporatave dhe bashkësive. Kjo mund të realizohet nëpërmjet ndarjes së donacioneve, nëpërmjet promovimit të shërbimeve vullnetare nga ana e të punësuarve, nëpërmjet dhuratave të të punësuarve për organizatat joprofitabile në rroba apo të huazimit të një kohe punuese të të punësuarve si kontribut për organizatën. Megjithatë, rrallë ndodh që një kompani të implementon program investues në lokalitete ku nuk punojnë apo ku nuk kanë fabrika apo zyre.

SIGURIMI I FONDEVE ZAKONISHT FILLON NË NIVEL MË TË LARTË

Pasi ta ulni listën e financuesve të mundshëm për projektin tuaj në 3 deri 4 sigurues të fondeve të cilët mund të jenë të interesuar për projektin tuaj, atëherë jeni të gatshëm për hapin tjetër. Sigurimi i fondeve me sukses zakonisht fillon në nivel më të lartë të organizatës tuaj, në nivel të sekretarit

gjeneral dhe udhëheqësve apo kryetarit dhe anëtarëve të këshillit ekzekutiv. Zakonisht, fondacionet dhe korporatat nuk përkrahin vetëm fjalë apo projekte të shkruara. Ato sigurojnë mjete për njerëzit të cilët mundet në mënyrë efektive t'i zbatojnë projektet.

Zakonisht në listën tuaj të siguruesve të mundshëm të fondeve do të gjeni emra të anëtarëve të këshilleve drejtuese të fondacioneve dhe korporatave, emrat e drejtorëve gjeneral dhe personave të cilët janë përgjegjës për programet në fushat specifike me interes. Para se të dërgoni çfarëdo shkrese tek ata, fillimisht konsultohuni me drejtorinë dhe udhëheqësinë e shoqatës tuaj nacionale që të shihni se a mos vallë njohin disa nga këto persona. Ndoshta janë takuar me ata në konferenca apo mbledhje ndërkombëtare.

Rekomandohet që personi përgjegjës për mobilizimin e fondeve në organizatën tuaj të mos dërgojë kërkesë me shkrim tek personi të cilin nuk e njeh personalisht. Në vend të kësaj, më efektive është që një prej anëtarëve tuaj të këshillit ekzekutiv apo përfaqësues të drejtorisë të dërgojnë letër personalisht tek personi i asaj organizate të cilin e njohin. Pas kontaktit inicial në nivel të lartë, nëse siguruesi i fondeve është i interesuar për projektin tuaj, kontaktet e mëtutjeshme mund të vazhdojnë në nivel të nëpunësve.

Ndonjëherë kontaktet e këtilla personale në nivel më të lartë ndoshta nuk do të jenë të mundshme. Në këtë rast, duhet të shkruani një letër me tekst të shkurtë, e cila zakonisht nuk duhet të jetë më e gjatë se dy apo tri faqe.

Kjo letër duhet:

- Ta përshkruajë qëllimin e projektit të propozuar;
- T'i theksojë qëllimet matëse të cilat planifikoni t'i realizoni;
- Të paraqitet në pika të shkurta buxheti projektues dhe burimet tjera e financimit;
- Të paraqiten aftësitë organizative për realizim të suksesshëm të projektit.

Fondacione dhe korporata të caktuara mundet menjëherë të pranojnë edhe projekte të dërguara në tërësi. Konsultoni profilin e agjencive të cilat sigurojnë donacione.

FONDE: MARRËDHËNIE AFATGJATE

Sigurimi i suksesshëm i fondeve varet nga marrëdhëniet e ndërtuara afatgjate mes partnerëve. Tre prej katër donatorëve të mundshëm nga lista juaj e pastruar për donator të mundshëm për projektin ndoshta kanë përvojë shumëvjeçare në sferën tuaj të punës. Apo ndoshta janë të interesuar për rritjen e përvojave në fushën tuaj punës apo në vendin apo rajonin tuaj. Asnjëri prej donatorëve nuk ka interesim t'ju ndajë mjete që të merr vetëm gjysmë faqe të raportit një vit më vonë.

Kur do t'i prini siguruesit të mundshëm të mjeteve financiare, organizata juaj duhet të jetë e gatshme që ta ndërmerr obligimin për bashkëpunim afatgjatë

me këtë organizatë. Këtu nënkuptohet komunikimi në formë të dërgimit efektiv dhe në kohë të raporteve ashtu siç obligon siguruesi i donacioneve. Këtu gjithashtu nënkuptohet se siguruesi i mjeteve financiare duhet vazhdimisht të jetë i informuar për çfarëdo ndryshime të rëndësishme që do të thotë dorëzim i projektit të dërguar.

Me kalimin e kohës, komunikimi i tillë mund të rritet në marrëdhënie reciproke të dobishme profesionale me siguruesin e fondeve dhe me organizata tjera më të vogla të cilat punojnë në implementimin e projektit tuaj me qëllim që të realizohen qëllimet specifike të cilat janë me interes reciprok për të gjithë ata të cilët janë të kyçur në projekt.

SHTOJCA T

SHEMBULL I RASTIT

Kryqi i Kuq Amerikan

Kërkesë në fondacion privat për mjete financiare për përkrahjen përgatitjes gjatë situatave urgjente

SHEMBULL I LETRËS SË DËRGUAR NË FONDACION PRIVAT

Për: Z. Llari Kresli
Drejtor ekzekutiv
Fondacioni për gjendje të mirë publike
2600 Virginia Avenue, NW, Room 505
Washington DC 20037 – 1977
USA

Lënda: Kërkesë për përkrahje financiare

Data: 30 Gusht, 2003

I nderuari Z. Kresli

Në emër të Organizatës qytetare të Kryqit të Kuq Uashington – Kryqi i Kuq Amerikan dhe në emër të bordit të drejtorëve, me respekt të madh dërgojmë kërkesë tek ju për përkrahje financiare në lartësi prej 200,000 dollarë amerikan për periudhë prej dy viteve fiskale si përkrahje për shërbimin e aktiviteteve për përgatitje dhe veprim gjatë situatave urgjente në bashkësinë tonë.

Më shumë se njëqind vite, për çdo ditë Kryqi i Kuq Amerikan bën orvatje të rëndësishme për përmirësimin e jetës së njerëzve. Ulja e vuajtjes së njerëzve paraqet esencën e misionit të Kryqit të Kuq. Kryqi i Kuq çdoherë është i pari në vendin e fatkeqësive dhe siguron ndihmë esenciale dhe kujdes për të pësuarit nga katastrofat në bashkësinë tonë pa dallim të moshës, rracës apo gjendjen e tyre ekonomike.

Vitin e kaluar, Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington u përgjigj në 250 katastrofa dhe fatkeqësi në bashkësinë tonë. Shumica e tyre ishin banesa apo shtëpi të djegura me çka vullnetarët e trajnuar të KK dhe të punësuarit iu dhanë ndihmë të pësuarve dhe viktimave të fatkeqësive në sigurimin e strehimit, ushqimit dhe veshmbathjes për këta persona. Më tej, Kryqi i Kuq vazhdoi të punojë me këto familje, nëpërmjet sigurimit të banimit të vazhdueshëm me çka u ndalua rritja e numrit të të pastrehurve në bashkësinë tonë.

Kryqi i Kuq i kënaq nevojat lokale por gjithashtu është gjithmonë i gatshëm të përgjigjet në katastrofa të mëdha siç ishin vërshimet në Bregun perëndimor. Dhjetë vullnetarë dhe të punësuar tanë ishin të dërguar në emër të Organizatës qytetare të KK Uashington në kuadër të ekipeve të cilat siguruan ndihmë për të pësuarit nga vërshimet gjatë periudhës prej tre javë.

Gjithmonë kur ka katastrofë me formë të njejtë ndonjëra prej organizatave komunale të KK Amerikan vepron në planin e sigurimit të ndihmës dhe personave profesional për bashkësinë me qëllim që më shpejt të rregullohet nga katastrofa e ndodhur.

Për shkak të këtij programi dhe të ngjashëm në këtë, Kryqi i Kuq paraqet sigurues të rëndësishëm dhe të respektuar të shërbimeve për mijëra njerëz në bashkësinë tonë. Nevoja për programet e KK del si rezultat i rritjes dramatike të sfidave financiare të popullatës. Një kohë të gjatë organizata jonë merrte përkrahje të rëndësishme financiare nga korporrata Junajted Uej.

Këtë vit Junajted Uej do të financojë më pak se 15% nga shërbimet tona, krahasuar me 70% përkrahje kur e merrnim para vetëm disa viteve. Këtë vit Organizata qytetare e KK Uashington do të marrë 398.000 dollarë më pak nga Junajted Uej se sa ka marrë vitin e kaluar.

Kjo përkrahje e ulur vjen si rezultat i të hyrave të ulura të Junajted Uej prej mbi 1.8 milion dollarë në periudhën e fundit prej 3 viteve.

Ulja e përkrahjes del edhe si rezultat i numrit të rritur të kërkesave nga Junajted Uej nga agjencitë tjera joqeveritare të cilat punojnë në bashkësinë tonë.
Përskaj kësaj, puna e Organizatës qytetare e KK Uashington gjithashtu është goditur nga gjendja ekonomike në vend. Vështirësitë ekonomike në bashkësinë tonë rezultojnë me mijëra kërkesa për ndihmë drejtuar Kryqit të Kuq dhe e dini se kontributi jonë themelor është t'iu ndihmohet njerëzve që t'i tejkalojnë, të përgatisin dhe të ballafaqohen me situata urgjente.

Njerëzit nga ne presin të jemi aty kur do t'iu nevojitemi prandaj orvatemi të sigurojmë mjete financiare që t'i kenë në disponim kur do të kenë nevojë për ato.

Në 3 vitet e kaluara, organizata qytetare e KK Uashington ndërmorri më shumë aktivitete që të përmirësohet dhe përparohet gjendja financiare e organizatës tonë. Dukshëm i ulëm shpenzimet tona nëpërmjet uljes së numrit të të punësuarve për 50 persona edhe pse njëkohësisht i kemi mbajtur, ndërsa në situata të caktuara edhe i kemi rritur shërbimet tona dedikuar për përkrahjen e bashkësisë tonë.

Përskaj kësaj, Organizata qytetare e KK Uashington mbylli 3 qendra servisi dhe filloi procesin për planifikim strategjik, duke zbatuar analizë esenciale të punës tonë me qëllim që të jemi më mirë të drejtuar dhe të fokusuar në misionin e KK në bashkësinë të cilën e shërbejmë.

Në bazë të përvojës 88 vjeçare në planin e sigurimit të shërbimeve kualitative të KK për njerëzit të cilët jetojnë në bashkësinë tonë me respekt të madh, në emër të Organizatës qytetare të KK Uashington Ju dërgojmë kërkesë për përkrahje financiare për aktivitetet tona për veprim në rast të situatave urgjente.

Përderisa mendoni se ka nevojë t'Ju dërgojmë materiale apo informacione plotësuese, Ju lusim të na kontaktoni në nurmin e telefonit (202) 72836460.

Ju faleminderit për kuptimin tuaj për kërkesën tonë.

Me repsket,

C.E. Endrjus
Kryetar

Linda C. Metis
Sekretar

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington

PROPOZIM PROJEKTI DERI TEK FONDACIONI PËR GJENDJE TË MIRË PUBLIKE

FAQJA KRYESORE

1. **Organizata:** Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington
2. **Adresa:** 2025 E Street, NW, Washington, DC 20006 – 5099
3. **Numri i telefonit:** (202) 728 – 66494/6460 **Faks:** (202) 728 – 6649
4. **e-mail:** contact@redcrossnca.org
5. **Ueb faqe:** http://www.redcrossnca.org/
6. **Personi për kontakt dhe funksioni:**
   Linda C. Metis, sekretar
   Beti Kallahan, Drejtor, Njësia për përkrahje publike
7. **Qëllimi i organizatës:**

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington – Kryqi i Kuq Amerikan është organizatë joprofitabile humanitare e cila vepron në rajonin e Kollumbisë, në rajonin Fearfaks dhe qytetin Fearfaks dhe Folls Çërç Virxhinia, dhe është dedikuar për sigurimin e përkrahjes së njerëzve në planin e ndalimit, përgatitjes dhe përgjigjes gjatë situatave urgjente dhe sigurimin e ndihmës humanitare për të pësuarit nga katastrofat.

8. **Buxheti vjetor:** $6.599.000 (viti fiskal 2002 – 2003).
9. **Viti fiskal:** Qershor 1 – Korrik 30.
10. **Lirim nga tatimi:**

Në vazhdim të propozim projektit ka kopje të verifikuara me të cilat vërtetohet statusi për lirim nga tatimi të Kryqit të Kuq Amerikan dhe të gjitha organizatat e tij komunale dhe qytetare. Shiko Shtojca A.

11. **Shuma e donacionit të kërkuar:** $200.000 për periudhën prej dy viteve fiskale.
12. **Korniza kohore e donacionit:** Qershor 2003 – Korrik 2005.
13. **Të hyra nga burime tjera:**

Mjetet të cilat i siguron Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington pothuajse se të gjitha janë të dedikuara për qëllime të përgjithshme operative. Përkrahja e Junajted Uej edhe pse është e ulur, akoma paraqet burim të rëndësishëm të financimit të organizatës. Vëllimi i përkrahjes së tyre lëviz prej $2.931 milion (70% nga buxheti i përgjithshëm në vitin 2998 – 99) deri $1,3 milion (19,7% nga buxheti i përgjithshëm në vitin 2002 – 03). Përkrahja r Junajted Uej për vitin 2004 është lajmëruar se do të jetë më e ulur për $398,295 krahasuar me vitin vijues fiskal – që do të thotë ulje prej 30.4%. Donacionet tjera të siguruara përskaj të Junajted Uej është $1.2 milion deri për vitin 2001 – 2002 dhe $1.3 milion për vitin 2002 – 2003. plani për vitin 2002 – 2004 është mbi $1.5 milion.

PROPOZIM PROJEKTI DERI TEK FONDACIONI PËR GJENDJE TË MIRË PUBLIKE
30 Gusht, 2003
PJESA INTERPRETUESE

Përshkrimi i organizatës

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington – Kryqi i Kuq Amerikan është pjesë konstitutive e KK Amerikan dhe është organizatë joprofitabile humanitare udhëhequr nga vullnetarët. Misioni i tij është që të sigurohet ndihmë për personat e pësuar nga katastrofat dhe t'iu ndihmojë njerëzve të ndalojnë, të përgatiten dhe në mënyrë adekuate të reagojnë në rast të situatave urgjente. Kjo bëhet nëpërmjet aktiviteteve të cilat janë në pajtueshmëri me ligjin për Kryqin e Kuq dhe parimet themelore të Lëvizjes Ndërkombëtare të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe: humanitet, paanshmëri, neutralitet, pavarësi, shërbim vullnetar, bashkim dhe universalitet.

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington – Kryqi i Kuq Amerikan është formuar në vitin 2995 që t'iu shërbejë njerëzve në rajonin e Kolumbisë ndërsa prej vitit 1989 gjithashtu i shërben edhe rajonit të Fearfaks dhe qytetit Fearfaks dhe Folls Çërç Virxhinia. Ne mbulojmë rreth 1.4 milion të popullatës dhe paraqesim organizatë e cila mund të ndihmojë në nevojat e qytetarëve 24 orë në ditë, shtatë ditë në javë, çdo ditë të vitit, në planin e sigurimit të ndihmës urgjente për të pësuarit nga katastrofat dhe për anëtarët e forcave të armatosura dhe familjet e tyre.

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington siguron spektër të gjërë të shërbimeve për të pësuarit nga katastrofat, për rininë, personelin ushtarak dhe familjet e tyre, veteranët dhe për të gjithë bashkësinë. Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington i zbaton aktivitetet që vijojnë: informim dhe edukim për preventivë nga HIV / SIDA; kurse për ndihmë të parë; not, trajnim të shpëtuesve në ujë, siguri në ujë, kujdes për të sëmurët në kushte shtëpiake dhe sigurim të kujdesit për fëmijë; matjen e shtypjes së gjakut dhe trajnim; vullnetarët tanë të trajnuar sigurojnë ndihmë të parë në tubime publike; trajnime për zhvillimin e aftësive lidere dhe aktivitete për strehim dhe

këshillim për të pësuarit nga katastrofat; informim dhe programe për përgatitje dhe ndalim të katastrofave; komunikim gjatë situatave urgjente, përkrahje këshilluese dhe ndihmë të përgjithshme për personelin aktiv ushtarak, familjet e tyre dhe veteranët; përkrahje këshilluese për probleme personale dhe familjare për popullatën civile dhe përkrahjen e tyre në realizimin e të drejtave para organizatave tjera dhe agjencive qeveritare; përkrahje për të pastrehurit dhe sigurim të batanijeve dhe mbathjeve dhe pakove për foshnje për spitale; strehimore dhe shtëpi për kujdesin e personave; përkrahje për persona të cilët nuk flasin gjuhën angleze; shërbimi për kërkim dhe zbatim të lidhjeve familjare, kyçur edhe viktimat e Luftës së Dytë Botërore; shërbime dhe programe për personelin e ambasadave kyçur informacione për përgatitje gjatë katastrofave; diseminim të të Drejtës Ndërkombëtare Humanitare.

Organizatën qytetare të Kryqit të Kuq Uashington e udhëheq bordi i drejtorëve që miraton buxhetin vjetor, sjell rregullore dhe menaxhon me mjetet e dhuruara financiare. Shërbimet për publikun i sigurojnë më shumë se 8200 vullnetarë të edukuar dhe të përkushtuar dhe 121 persona të punësuar dhe të gjithë ata e reflektojnë llojllojshmërinë e bashkësive të cilave iu shërbejmë. Këtu janë kyçur mbi 4000 vullnetarë të rinj të cilët janë fortë të lidhur me bashkësitë e tyre dhe ata gjithashtu posedojnë aftësi lidere, praktikojnë jetesë të shëndoshë dhe kujdesen për njerëzit tjerë nëpërmjet punës vullnetare në Organizatën qytetare të Kryqit të Kuq Uashington.

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington

Në bordin e drejtorëve të organizatës tonë një e treta e anëtarëve janë afro – amerikanë dhe në të anëtarësojnë edhe pjesëtarë të bashkësive tjera etnike. Mbi 34% të anëtarëve të bordit të drejtorëve janë femra. Shiko Shtojca B: Lista e bordit të drejtorëve. Në pjesën e shërbimit profesional, 51% e të punësuarve janë nga grupet e ndryshme pakicë etnike. Shiko Shtojca C: Përkatësia etnike e udhëheqësisë dhe shërbimi i paguar.

Prapavija

Nga shërbimet e shumta të cilat i siguron organizata jonë, më e rëndësishmja dhe më rëndë e paraparë është shërbimi për ndihmë gjatë situatave urgjente. Gjatë vitit fiskal 2001 – 2002, Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington siguroi ndihmë për kënaqjen e nevojave për 2381 persona të cilët ishin të goditur nga rreth 250 katastrofa nga natyra e ndryshme. Pjesa më e madhe e tyre ishin viktima të zjarreve të cilat pjesërisht apo në tërësi i shkatërruan shtëpitë apo banesat e tyre, shpeshherë në orët e vona të mbrëmjes. Personave tjerë iu ishin shkatërruar shtëpitë nga vërshimet. Vullnetarët e Kryqit të Kuq menjëherë dilnin në vendin e ngjarjes të sigurojnë ndihmë për personat e pësuar si dhe përkrahje psikologjike e cila është më se e nevojshme në tragjedi të tilla. Ndihma të cilën e sigurojmë përbëhet nga ushqimi, veshmbathja, medikamentet, syzat, ndihmat për dhëmbë dhe pajisje për shtëpi. Përskaj asaj, vullnetarët e KK sigurojnë përkrahje këshilluese, informacione dhe udhëzim në institucionet profesionale dhe lobim për sigurimin e përkrahjes plotësuese për të pësuarit nga katastrofat nga organizata tjera publike dhe private. Viti i kaluar ishte i zakonshëm në bazë të

katastrofave në rajonin e Uashingtonit – ato goditën shumë njerëz por shpeshherë për këto ngjarje nuk kishte mundësi të lexohet në gazeta. Përjashtim ishte Zjarri në Meridian më 24 tetor të vitit 2001 që rezultoi me 59 persona të shpërngulur. Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington ndau $26.000 për këta persona të cilët pësuan vetëm nga ky zjarr. Në vitin vijues fiskal që është kah fundi gjithashtu kishte një zjarr të madh që ndodhi më 8 tetor të vitit 2002. shkatërroi 20 shtëpi në kompleksin Vernon në Fearfaksin jugor që rezultoi me 44 persona të cilët mbetën pa vendbanimet e tyre. Vullnetarët e Organizatës qytetare të Kryqit të Kuq Uashington, përgjegjës për veprim gjatë katastrofave arritën në vendin e fatkeqësisë në afat prej 30 minuta. Një pjesë e të pësuarve u vendosën tek miqtë dhe familjet e tyre.

Kryqi i Kuq siguroi ushqim, qëndrim të përkohshëm dhe pako higjienike për 24 persona. Gjithashtu bëmë tentime së bashku me drejtorinë e kompleksit të apartamenteve që të pësuarve t'u gjejmë vendqëndrim të përhershëm. Për ata të pësuar të cilëve u nevojitej shtëpi e re, KK iu siguroi mjete për kështin e parë mujor për qira dhe iu dha vauçerë për blerje të veshmbathjes, pajisjeve për kuzhinë, ushqim për një javë, shtretër dhe gjëra tjera të nevojshme të cilat i furnizonin në shitoret lokale. Shpenzimet e përgjithshme për këta persona ishin mbi $22.000.

Përskaj sigurimit të ndihmës për personat e pësuar nga zjarret, gjatë muajit mars 2003 ndodhën të rreshura bore, ku vullnetarët dhe të punësuarit e Organizatës qytetare të Kryqit të Kuq Uashington, punuan tërë fundjavën me sigurimin e automjeteve për kënaqjen e nevojave urgjente mjekësore për popullatën e Fearfaks.
Edhe pse jemi të lumtur që Uashingtoni nuk është shpesh i goditur nga katastrofa më të mëdha natyrore siç janë uraganet, tornado apo tërmete, prapë se prapë ky rajon është i shfaqur në vërshime, aksidente trafiku, të rreshura bore dhe vërshime nga shiu me vetëtima. Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington duhet patjetër të jetë e gatshme të sigurojë ndihmë urgjente për cilën do lloj katastrofe në rajonin tonë para se të arrijë ndihmë nga degat tjera të KK Amerikan.

Përgatitja është rezultat e trajnimit të vazhdueshëm dhe kyçje e vullnetarëve dhe shërbimit të paguar të cilët ndihmojnë gjatë katastrofave në SHBA siç ishin vërshimet në shtetet e perëndimit të mesëm. Uragani Endru në Florida dhe Luizijana këtë vit edhe Uragani Hugo në Karolinë dhe Porto Riko në vitin 1999. përgatitja nënkupton mirëmbajtjen e parkut vozitës për përgatitje gjatë katastrofave, mallra dhe pajisje, pjesëmarrje në operacionet shpëtimore dhe koordinim të tentimeve me organizatat federale, shtetërore, rajonale, të vendit, agjencitë lokale qeveritare.

Shpenzimet e Organizatës qytetare të Kryqit të Kuq Uashington në planin e përgatitjes dhe veprimit gjatë katastrofave në vitin fiskal 2001 – 2002 janë $937.787. Përskaj asaj Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington siguroi edhe komunikime urgjente për anëtarët e shërbimeve vullnetare dhe familjet e tyre dhe ndihmë financiare për personelin ushtarak, veteranët dhe civilët për ndihmë gjatë udhëtimit, dhe situata tjera urgjente.

Anëtarët aktiv të forcave të armatosura dhe familjet e tyre janë në stres të rëndë financiar dhe psikologjik, me personel në Somali, Bosnje dhe vende tjera. Sipas të dhënave të Forcave të armatosura të SHBA, mbi 200.000 njerëz në rajonin e Uashingtonit janë pjesë e forcave të armatosura në SHBA personel aktiv ushtarak dhe persona ushtarak të pensionuar. Pa dallim se a e kryejnë shrbimin ushtarak në vend apo jashtë vendit gjatë kohës për nevojë ata apo anëtarët e familjeve të tyre drejtohen për ndihmë në KK. Në periudhën prej vitit 2001 – 2002 Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington dërgoi më shumë se 2300 porosi për bashkimin e familjeve me ushtarët gjatë situatave urgjente dhe siguroi këshillë për mbi 400 familje të veteranëve dhe personelit aktiv ushtarak. Me shërbime siç janë komunikimet në situata urgjente, këshillë dhe ndihmë financiare u ndihmuan mbi 11.000 persona. Porositë tonë dërgonin lajme të mira për lindjen e fëmijëve por edhe porosi për vdekjen apo sëmundjen e të afërmve të tyre familjar.

Ne gjendemi në çdo bashkësi dhe mundemi të sigurojmë më shumë informacione edhe nga ushtria. Forcat e armatosura gjithashtu e sigurojnë misionin tonë dhe rolin e organizatës humanitare neutrale.

Në një ndër rastet tipike, i biri i një nga familjet në bashkësinë tonë ishte në marinën e SHBA. Kur nënës së tij iu diagnostifikua një sëmundje e rëndë, i biri i saj gjindeshte në anën tjetër të botës – në anije në Ishullin Persik. Duke dëshiruar që ta sjellë në shtëpi në ditët e fundit të jetës së nënës së tij familja iu drejtua Kryqit të Kuq. Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington iu drejtua pushteteve ushtarake që djali i tyre të marrë leje të kthehet në shtëpi për shkaqe humanitare. Komunikimin 24 orësh të cilën Kryqi i Kuq e kishte nëpërmjet rrjetit të vet në tërë botën na mundësoi të dërgojmë porosi në anën tjetër të botës dhe të ndihmojmë në bashkimin e familjes në momentet më të rënda.

Përskaj përkrahjes këshilluese të cilën e siguron Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington për anëtarët e forcave të armatosura dhe familjet e tyre gjithashtu sigurim dhe përkrahje këshilluese për probleme personale dhe familjare për popullatën civile. Në vitin e kaluar Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington ndihmoi më shumë se 8.280 individë, ndërsa kërkesat në organizatën tonë për llojin e tillë të ndihmës janë sa më të mëdha. Çdoherë kur njerëzit e shohin Kryqin e Kuq, besojnë se do të gjejnë ndihmë këtu. Ata drejtohen kur iu ndërprehet nxemja qendrore apo rryma, kur i detyrojnë t'i lëshojnë shtëpitë për shkak se nuk kanë paguar qira, apo kur iu nevojitet ushqim për foshnje. Ne nuk sigurojmë shërbime të këtilla por përfaqësuesit tanë i drejtojnë në agjencitë adekuate të cilat mund t'iu ndihmojnë në kërkesat e tyre. Vitin e kaluar për kërkesa të këtilla ndihmuam më shumë se 11.500 njerëz.

Në rrethin ndërkombëtar siç është Uashington DC, ka numër të madh të kërkesave për ndihmë në locimin e farefisit të humbur nga e tërë bota. Vitin e kaluar, Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington ndihmoi më shumë se 1.600 persona nëpërmjet shërbimit ndërkombëtar për kërkim në bashkëpunim me shoqatat nacionale të Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe në tërë botën. Organizata jonë është njëra prej katër OKKK të cilat kanë pasur numër

më të madh të rasteve për kërkimin e personave në dhe nga Somalia në kuadër të KK Amerikan. KK është organizatë e vetme në SHBA e cila ofron shërbime të këtilla falë rrjetit tonë në vend dhe në kuadër të Lëvizjes ndërkombëtare të KK dhe GJHK. Gjatë uraganeve Endru dhe Iniki këtë vit, vullnetarët tanë procesuan mijëra thirrje telefonike nga individë të cilët ishin të interesuar për gjendjen e mirë për anëtarët e familjeve të tyre. Shërbimet urgjente të cilat i diguronim që nuk ishin të lidhura drejtpërsëdrejti me katastrofat kushtuan $400.755 në vitin 2001 – 2002.

Si gjithmonë, ndihma gjatë katastrofave dhe gjendjeve tjera urgjente sigurohet pa pagesë për personat e goditur nga katastrofa – dhuratë nga personat human në bashkësi që realizohet nëpërmjet KK. Shpenzimet e përgjithshme të KK në sigurimin e këtyre shërbimeve në vitin 2001 – 2002 ishin $1.338.542.

Deklaratë për nevojë

Recesioni kishte ndikim të madh negativ mbi jetën e njerëzve të cilët i shërbejmë, duke e gropuar aftësinë e tyre që të ballafaqohen me vështirësi financiare dhe emotive të nxitura nga katastrofat me çka u rrit kërkesa për sigurimin e më shumë shërbimeve nga KK. Zakonisht Kryqi i Kuq kujdeset për popullatën më të rrezikuar. Kryqi i Kuq është rrjeti primar i sigurimit ndaj të cilit drejtohen. Për fat të keq, Kryqi i Kuq, si dhe organizatat dhe fondacionet tjera të cilat sigurojnë shërbime sociale gjithashtu është i ballafaquar me ulje të mjeteve financiare të cilat janë gjithnjë e më të nevojshme për mbulimin e nevojave të njerëzve të cillët i shërbejmë.

Organizata qytetare e Kryqit të Kuq Uashington punon në planin e kompensimit të shkurtesave në buxhet me qëllim që të sigurohet qëndrueshmëria afatgjate në punën financiare të organizatës. Janë ndërmarr masa serioze për restruktimin e organizatës dhe uljen e numrit të të punësuarve. Është angazhuar sekretar i ri i organizatës, zonja Linda Mejts e cila i morri përgjegjësitë në korrik të vitit 2001. Në kërkesë të organizatës tonë u zbatua analizë detale e punës nga ana e Qendrës së Kryqit të Kuq Amerikan ndërsa rezultatet u inkorporuan në planin e ri strategjik. Anëtarët e bordit të drejtorëve dhe vullnetarë tjerë kyç u kyçën në të gjitha aspektet e analizës dhe planifikimit.

Rezultatet i përcaktuan angazhimet e reja për sigurimin e shërbimeve me kualitet dhe prioritete të larta, dhe ndërprerje të disa shërbimeve më pak prioritare në pajtueshmëri me uljen e numrit të të punësuarve, me çka u mbyll edhe Qendra pak e përdorur në Fearfaksin Juglindor me qëllim që më shumë të kontribuohet në aktivitetet në fushën e përgatitjes dhe veprimit gjatë katastrofave. Janë ndërmarrë edhe shkurtime tjera plotësuese të shpenzimeve. Njëkohësisht përfaqësuesit e bordit të drejtorëve e rritën përkrahjen e tyre financiare të Organizatës qytetare të Kryqit të Kuq Uashington dhe gjithashtu janë të kyçur në mënyrë aktive në aktivitetet e mobilizimit të fondeve. Gjithashtu është angazhuar edhe personel i ri i lartë i trajnuar i cili në bashkëpunim me vullnetarët do të punojë në fushën e mobilizimit të fondeve dhe sigurimin e përkrahjes publike nga individë, korporata dhe fondacione.

Mjetet të cilat i siguruam gjatë këtij viti nga mobilizimi i fondeve janë larg më të larta nga vitet e kaluara. Sapo morëm $291.000 nga dy grantet për implementimin më shumëvjeçar të aktiviteteve: njëri grant është dedikuar për programin për dhënie të planifikuar ndërsa granti tjetër për aktivitete zhvillimore në bordin e drejtorëve për sigurimin e dhuratave më të mëdhaja. Është vërtetuar se të gjitha këto orvatje do të rezultojnë me sigurim adekuat të fondeve të cilat nevojiten për kënaqjen e nevojave të njerëzve të cilët varen nga ne, por për atë gjithsesi nevojitet edhe pak kohë.

Në ndërkohë, kapacitetet tona që në mënyrë adekuate të përgjigjemi në sfidat e planit në sigurimin e ndihmës urgjente janë të rrezikuara. Shërbimet e Kryqit të Kuq për sigurimin e ndihmës urgjente janë me rëndësi esenciale për bashkësinë tonë edhe pse sigurojmë edhe shumë aktivitete tjera, siç ishte theksuar më parë, kërkojmë nga Fondacioni për Gjendjen e mirë Publike ta shqyrtojë kërkesën tonë, të na përkrahë me mjete për shërbimet tona për sigurimin e ndihmës urgjente për shkak se ato janë me rëndësi esenciale.

Punojmë pa ndalë të vazhdojmë me sigurimin e ndihmës afatshkurte e cila nevojitet për kënaqjen e nevojave elementare për të pësuarit nga katastrofat dhe gjendje tjera urgjente që t'iu sigurojmë përkrahje psikologjike dhe financiare. Nga ju kërkojmë donacion me lartësi prej $200.000 për periudhë prej dy viteve që do të na mundësojë vazhdimësi në punën e shërbimit tonë për sigurimin e ndihmës gjatë katastrofave dhe situatave urgjente dedikuar për njerëzit nga rajoni i Kolumbisë, rajoni Fearfaks dhe qyteti Fearfaks dhe Folls Çërç Virxhinia në periudhën 2003 – 2004 dhe 2004 – 2005. Përkrahja juaj për këto aktivitete esenciale do të jetë e rëndësishme ndërsa neve do të na mundësojë pak kohë të zhvillojmë burime të reja, adekuate dhe të vazhdueshme të financimit.

Realisht jemi falënderues përderisa në mënyrë pozitive përgjigjeni në kërkesën tonë.

LISTA E KONTRIBUTEVE NDAJ PROPOZIM PROJEKTIT

Shtojca A

Kopje e letrës për marrje tatimi

Shtojca B

Lista e anëtarëve të Bordit të Drejtorëve

Shtojca V

Përkatësia etnike e udhëheqësisë dhe të punësuarve

Shtojca G

Kopje e Buxhetit 2003 – 2004 dorëzuar në Junajted Uej

Shtojca D

Kopje nga revizioni i jashtëm i realizuar për vitin 2001 – 2002.

Shtojca Gj

Emra dhe informacionet për kontakt të donatorëve tjerë

Shtojca E

Emra, funksione, kualifikime dhe angazhime të personelit.

Kreu 12

FUSHATA KAPITALE

7. FUSHATA KAPITALE

8. A JU NEVOJITET FUSHATË KAPITALE?

9. PËRGATITJE PËR FUSHATA KAPITALE

Shkrimi i deklaratave për rastin;
Zbatimi i qëllimit të fushatës
Zhvillimi i tabelave të dhuratave
Plotësimi i listave të dhuruesve të mundshëm
Organizimi i fushatës: Komision i të punësuarve dhe vullnetarëve
Angazhimi i konsultuesve

10. KONTAKTI ME DONATORË MË TË MËDHENJ

Përgatitja e vullnetarëve
Marrja e dhuratave udhëheqëse apo tjera më të mëdha
Mbajtja e motivimit të vullnetarëve
Shpallja e fushatës

11. PËRFUNDIMI I FUSHATËS

Marrja e dhuratave të fundit
Vetëdija e bashkësisë
Njohja e donatorëve

Shtojca H: Propozime për fushata kapitale

Shtojca U: Shembuj të rasteve

QËLLIME

- EVALUIMI I MBAJTJES SË FUSHATËS KAPITALE.
- PËRGATITJA E RAPORTIT DHE PËRGATITJES SË TABELËS PËR DHURATA.
- PËRDORIMI I KONSULTANTEVE PËR FUSHATËN KAPIATLE NË MËNYRË PËRKATËSE DHE EFIKASE.
- PUNË ME KOMISIONIN VULLNETAR PËR QASJE KAH DONATORËT POTENCIAL TË MËDHENJ.
- ZBATIMI I FUSHATËS KAPITALE PËR SHOQATËN NACIONALE.

1. FUSHATA KAPITALE

Fushata kapitale mobilizon mjete financiare për nevojë të posaçme kapitale – siç është blerja e ndërtesës së re, renovimi i të vjetrës, themelimi i fondit për dhurata, blerja e pajisjes më të madhe, apo të gjitha këto përnjëherë. Nevoja kapitale paraqet shpenzim afatshkurtër të madh që në esenciale për funksionimin dhe përmirësimin e ardhshëm të shoqatës nacionale, por që nuk mund të financohet nga fondet normale operative.

Për këto fushata nevojiten përgatitje të gjata dhe shpeshherë mbajtja e tyre është lidhur me shënimin e 10, 25 apo përvjetorëve të tjera të mëdha të organizatës. Shpeshherë quhet si fushata speciale, fushata për përvjetor si dhe fushata kapitale.

Shumica e fushatave për grumbullimin e të hollave janë të kahëzuara kah grumbullimi i të hollave për projekte të cilat vijojnë dhe shumica e donatorëve kontribuojnë me pjesën ee të hyrave të tyre të rregullta. Në rast të fushatës kapitale gjithashtu donatorët munden të ndajnë mjete nga mjete e tyre kapitale.

2. A JU NEVOJITET FUSHATA KAPITALE?

Fushata kapitale mund të japë rezultat të rëndësishëm financiar, por për atë nevojiten vite për përgatitje dhe bashkëpunim me donatorët e mëdhenj. Shumë organizata fillojnë të mendojnë për fushata kapitale më së paku 5 vite para datës së caktuar për fillim.

- Para fillimit të fushatës kapitale gjithmonë më së miri është të zbatohet studimi për paraqitje që të vërtetohet se a është në të vërtetë ideja e kapshme. Kërkoni mendim nga:

    - Donatorët e mëdhenj dhe nga vullnetarët;
    - Biznesmenë udhëheqës;
    - Liderë qytetar;
    - Zyrtarë të lartë të organizatave sociale dhe shëndetësor.

Caktoni:

- Sa të holla mund të pritni që të grumbulloni;
- A i keni në diskonim vullnetarët me aftësi të vërteta për liderë;
- Çka duhet të bëni që fushata të ketë sukses;
- A ka mundësi që të merrni dhurata të mëdha të patjetërsueshme për suksesin e kompanisë?

Studimi i paraqitjes mund të tregojë se nuk jeni të gatshëm për fushatën kapitale sepse gjendja në shoqatën tuaj nacionale apo në bashkësinë tuaj nuk është e vërteta apo ajo që duhet të jetë. Studimi do të përgjigjet në pyetjen se

çka duhet të bëni që të përgatiteni për fushatën kapitale dhe sa kohë do t'ju duhet për përgatitje.

Nëse studimi i paraqitjes tregon që të vazhdoni më tej, ai gjithashtu duhet t'ju sigurojë tregues për informacionet të cilat duhet të përgatiten:

- Plan i përgjithshëm;
- Renditja;
- Propozimi i buxhetit;
- Rekomandime për qëllimin financiar;
- Informacion për liderë potencial vullnetar;
- Lista e donatorëve potencial dhe dhurata udhëheqëse;
- Instruksione për organizimin e ngjarjes efektive në bashkësi;
- Instruksione për atë se tek kush duhet të jepet apel për shpenzimet kapitale;
- Tregues për problemet për të cilat duhet të kushtoni vëmendje.

Që të mundet studimi i paraqitjes të jetë i planifikuar dhe i zbatuar në mënyrë adekuate, atë duhet ta përgatisë dikush që ka përvojë profesionale lidhur me fushatat kapitale. Ajo mund të bëhet nëpërmjet angazhimit të konsultuesve, firmave, vullnetarëve nga bashkësia apo ndonjë i cili ka punuar studime të paraqitjes për shoqata tjera nacionale.

3. PËRGATITJE PËR FUSHATA KAPITALE

Ekzistojnë hapa të shumta të cilat duhet ti përcillni për këtë qëllim:

- Shënimi i raporteve për rastin;
- Vërtetimi i qëllimit të fushatës;
- Zhvillimi i tabelës së dhuratave;
- Plotësimi i listave për dhurues të mundshëm;
- Organizimi i fushatës: komision për resurse kadrovike (të punësuar dhe vullnetarë);
- Angazhimi i konsultuesve.

Shënimi i raportit për rastin

Raporti për rastin e paraqet rastin tuaj dhe argumentin për fushatën tuaj. Është me rëndësi esenciale për suksesin e fushatës suaj kapitale. Kur e shkruani, lidheni përshkrimin e projektit tuaj me interesat e donatorëve tuaj potencial, siç është theksuar në studimin e paraqitjes.

Raporti për rast duhet të përmbajë:

- Përshkrim i shkurtër i punës së shoqatës nacionale;
- Përkujtim për kompetencat e shoqatës nacionale që ta zbatojë punën e saj;
- Dëshmi për pozitën e mirë të shoqatës nacionale në bashkësi;
- Raport për nevojën në të cilën sqarohet se pse situata e tanishme nuk është përshtatëse dhe pse nevojitet fushatë;

- Përshkrim i mënyrës për të cilin mendoni ta kënaqni atë nevojë;
- Sqarim i mënyrës në të cilën donatorët munden të dhurojnë.

Shiko Shtojca H: Sugjerime për raste të fushatës kapitale.

Zbatimi i qëllimit të fushatës

Duhet të jeni në gjendje që ti sqaroni arsyet të cilat qëndrojnë pas qëllimit të fushatës suaj dhe se si ajo është e lidhur me të hyrat tuaja rrjedhëse. Formë të arsyeshme për fushatën tuaj të parë kapitale do të ishte mes 50% dhe 200% nga të hyrat tuaja vjetore rrjedhëse. Për shembull, nëse të hyrat tuaja vjetore janë 500,000$, atëherë qëllim i arsyeshëm do të ishte prej 250,000 deri 1,000,000. Më vonë, pasi do të merrni më shumë informacione në këtë plan mund të vërtetoni qëllim më të lartë.

Çmimi i ndërtesës së re apo pajisjeve patjetër duhet të bazohet në bazë të shifrave të cilat i propozojnë arkitektët apo agjentët e shitjes. Nëse nevojitet kohë për projektin që të realizohet, kujdesuni që të merren parasysh të gjitha rritjet e mundshme të çmimeve dhe inflacioni. Kyçni vetëm ato nevoja financiare të cilat me të vërtetë janë të rëndësishme.

Shumë rezultate në grumbullimin kapital të të hollave vijnë si premtime të cilat do të realizohen gjatë periudhës prej tre deri pesë vjet. Disa njerëz do të ndërrojnë jetë, do të shpërngulen apo do të hasin në probleme financiare para se ti paguajnë premtimet e tyre. Në llogaritjet tuaja merrni parasysh se mund të humbni 10 – 15% nga të hyrat tuaja të premtuara si rezultat e këtyre rrethanave. Gjithashtu, shtoni edhe shpenzimet e papritura për revizionin e planit.

Derisa udhëhiqni sipas këtyre faktorëve në përcaktimin e nevojave tuaja financiare, nuk do të ekzistojë qëllim i cili nuk mund të realizohet. Fushata mbështetet tek vullnetarët për shkak të arritjes së suksesit të dëshiruar, ato mund ta humbin entuziazmin e tyre. Vullnetarët tuaj duhet të jenë të aftë që ta plotësojnë atë të cilën e kërkoni nga ata. Në raste të shumta do të nevojiten disa vite për planifikim dhe zbatim të fushatës që të arrihet qëllimi.

Përgatitje e tabelës për dhurata

Tabela për dhurata është mënyrë që të shënohen dhuratat të cilat priten dhe sa donatorë do të nevojiten për atë. Qëllimi është që me këtë tu jepet një pasqyrë njerëzve të cilët janë të kyçur në fushatë për atë se çka nevojitet për tu arritur qëllimi i dëshiruar.

Tabela e dhuratave bën dallim mes dhuratave me vlera të ndryshme dhe tregon nga sa prej çdo lloji nevojiten. Ajo gjithashtu jep edhe disa ide për numrin e dhuruesve të mundshëm të cilët me siguri do tu nevojiteshin që të merrni një donacion, dhe për numrin e donatorëve të mundshëm të cilat duhet ti shqyrtoni që të merrni një donator të tillë.

Të dhënat e shënuara në tabelën e dhuratave do të dallohen varësisht nga fushata. Për shembull në një tabelë të tillë për dhurata është treguar më poshtë. Ajo vlerëson se do të nevojiten dy donatorë të mundshëm që të prodhojnë një donator perspektiv dhe se nevojiten tre donatorë perspektiv që të krijohet një donator i vërtetë për shumën e dëshiruar. Ajo gjithashtu tregon se fushata kapitale mbështetet në numër relativisht të vogël të dhuratave të mëdha. Nëse zbatoni fushatë kapitale përgatitni tabelë të dhuratave siç është kjo që ta paraqitni natyrën e detyrës e cila ju paraprinë. Ajo do tu japë ide për numrin e donatorëve të mundshëm në nivele të ndryshme në të cilat duhet të paraprini për ta arritur qëllimin tuaj.

Tabela për dhurata për fushatën prej 1 milion dollarë

Numri i donatorëve të mundshëm	Numri i donatorëve perspektiv	Numri i dhuratave	Shuma mesatare e dhuratës	Gjithsej
18	66	3	100.000$	300.000$
36	12	6	50.000$	300.000$
60	20	10	10.000$	100.000$
120	40	20	5.000$	100.000$
80	60	30	2.500$	75.000$
300	100	50	1.000$	50.000$
600	200	100	500$	50.000$
			Ndër 500$	25.000$
				1.000.000$

Plotësimi i listës së donatorëve të mundshëm

Në fushatën kapitale ju fillimisht kërkoni donatorë të cilët janë të aftë dhe të interesuar që ti japin shuma të mëdha shoqatës nacionale. Për atë shkak, me rëndësi është që ti identifikoni donatorët potencial dhe me kujdes të përgatitni qasjen tuaj. Studimi juaj i paraqitjes do të identifikojë numër të madh të emrave.

Donatorët e mundshëm janë ata të cilët tanimë kanë dhuruar në shoqatën nacionale, ashtu që duhet të filloni me ata: donatorët e tanishëm dhe të mëparshëm të cilët janë të njohur për atë se kanë dhënë donacione të mëdha. Pastaj vazhdoni me burime tjera të mundshme: truste, fondacione, liderë në bashkësi, familje të pasura tradicionale, organe ekzekutive të kompanive të mëdha, agjenci qeveritare dhe grupe tjera të cilat janë të përshtatshme në situatën tuaj. Edhe gazetat lokale mund t'ju japin ide se sa donatorë të kontaktoni. Konsultimet me shërbimin dhe vullnetarët gjithashtu mund t'ju ndihmojnë gjatë përgatitjes të kësaj liste.

Përgatitni dosje për çdo donatorë të mundshëm. Për individë, ajo duhet ti përmbajë të dhënat që vijojnë:

- Emri, adresa dhe numri i telefonit;

- Kontakti me atë person;
- Lidhje me shoqatën nacionale;
- Funksion profesional;
- Status martesor dhe informacion për fëmijë;
- Identiteti i bashkëshortit/es, lidhshmëri me KK dhe GJHK dhe potenciali për ndihmë;
- Arsimimi dhe arritje;
- Lidhje me organizata profesionale dhe fetare, klube shoqëruese;
- Interesa të përbashkëta;
- Vlerësim i kapitalit të cilën personi e posedon;
- Historia e ndihmës humanitare.

Për fushatën tuaj mund të shprehin interes edhe korporata të caktuara, truste, fondacione, agjenci qeveritare dhe institucione tjera. Për ata dosja duhet të përmbajë:

- Llojin e biznesit apo aktivitet;
- Emra të personave përgjegjës për ndarjen e dhuratave apo donacioneve;
- Listën e bashkëpunëtorëve dhe drejtorëve;
- Kontakti me ata persona;
- Aktiva e korporatës;
- Historia e donacioneve humanitare dhe interese humanitare;
- Lidhje me KK (për shembull, dhurues të gjakut – të punësuar në kompani).

Pasi ti keni identifikuar donatorët potencial, klasifikoni në pajtueshmëri me atë se sa pritni të japin donacion. Njerëzit rrallë dhurojnë më shumë sesa kërkohet nga ata.

Para se të kërkoni dhurata nga dhuruesit potencial për fushatën kapitale, mbani lidhje me ata. Kjo do të thotë tërheqje kah shoqata nacionale dhe do të mundësojë të japin dhuratë kur ai do të jetë i kërkuar nga ata. Mbani mend se mund të kalojnë muaj derisa të krijohet mundësi për kërkim të arsyeshëm të dhuratës. Në realitet, respektimi i kontributit të donatorëve të mëdhenj duhet të zhvillohet me vite para fillimit të fushatës kapitale.

Respekt për donatorin mund të shprehet nëpërmjet:

- Ftesës në ngjarje me rëndësi të posaçme, siç është paneli i diskutimeve, prezantime të filmave, darka, aktivitete pranuese etj.
- Vizita personale të anëtarëve të këshillit apo të liderëve të vullnetarëve;
- Kërkesa që të marrin pjesë në komisionet këshillëdhënëse;
- Dorëzim i raportit për përparimin e fushatës.

Organizim i fushatës: Komision për resurse kadrovike (të punësuar dhe vullnetarë)

Fushata kapitale është orvatje afatshkurte për grumbullimin e mjeteve dhe nuk paraqet program të vazhdueshëm. Prandaj, edhe pse personat e radhëve

të të punësuarve mund të shërbejnë si drejtorë të fushatës kompetent për koordinim, fushatën më së miri e zbatojnë vullnetarët. Në situatat e shumta është treguar se është e dobishme që të formohen komisione për fushatën të cilën e udhëheq kryetar i cili nuk është anëtar i shërbimit të paguar.

Vullnetarët në komisionin tuaj për fushatën duhet të jenë të zgjedhur me kujdes. do të ishte ideale që ato të jenë persona të cilët janë mjaft të pasur, kanë pozitë në bashkësi dhe të jenë të gatshëm ti japin dhuratat fillestare për fushatën kapitale.

Përgjegjësitë fillestare në planifikim mund të drejtohen kah personat e ndryshëm sipas:

- Rajonit gjeografik;
- Madhësisë së dhuratës e cila kërkohet;
- Kategorive të donatorëve; (individë, fondacione, korporata etj.);
- Funksionit (vëzhgim i dhuruesve, trajnim të vullnetarëve).

Komisioni për fushatë do të caktojë arkëtar të fushatës. Arkëtari do të jetë shef i komisionit financiar i përbërë nga tre apo katër persona. Komisioni financiar i fushatës është përgjegjës për:

- Analizat e shpenzimeve të buxhetit kapital dhe planifikimin e dhuratave;
- Përgatitjen e buxhetit të fushatës;
- Zbatimin e qëllimit të fushatës;
- Themelimin e sistemit për pranim dhe grumbullim të premtimeve;
- Mbikëqyrje të shpenzimeve të fushatës.

Fushata e planifikuar me kujdes paraqet investim për shoqatën nacionale. Mbajeni mend këtë kur të planifikoni buxhet për fushatën. Buxheti duhet të kyçë shifra reale për:

- Kohën të cilën duhet ta ndajnë të punësuarit;
- Konsultime (nëse është e nevojshme);
- Punë në zyre, përkrahje administrative;
- Prodhim për publicitet të fushatës;
- Udhëtime;
- Hapësira dhe material.

Angazhim i konsultuesve

Në disa shtete mund të jenë në diskonim konsultues për grumbullimin mjeteve, të cilët për ndonjë kompensim të caktuar ju këshillojnë se si ta udhëhiqni fushatën tuaj kapitale. Rregull e përgjithshme është që të kërkohet këshillë nga ndokush i cili ka pasur përvojë me fushatë të ngjashme. Në të shumtën e rasteve forma më e mirë e ndihmës profesionale është ndihma e të punësuarve apo vullnetarëve të cilët kanë organizuar fushata në shoqatë tjetër nacionale.

Nevojat mund të dallohen nga vendi në vend, por mund të kërkoni ndihmë për kryerjen e ndonjërës apo të gjitha detyrat e cekura më poshtë:

- Zbatimi i studimeve të paraqitjes;
- Shënim të raporteve për rast;
- Përgatitje të planit për fushatë. Orar të punës dhe buxhetit.
- Zbatim i qëllimeve reale financiare;
- Rekrutim dhe supervizion i vullnetarëve;
- Zbatim i sistemit të zyrave dhe punës me të punësuarit për përkrahje;
- Shkruarjen e letrave dhe propozimeve;
- Përgatitje të planit për raporte me publikun dhe renditje e punës;
- Vëzhgim i donatorëve potencial;
- Zbatim i sistemit për premtime kolektive.

Këshillat profesionale janë të dobishme posaçërisht gjatë përgatitjes së fushatës por ato kanë edhe përkufizimet e tyre. Ato nuk munden të kompensojnë mungesën e aftësive të liderëve apo mungesën e numrit të mjaftueshëm të donatorëve. Një profesionist prej një shoqate tjetër nacionale nuk mund të jetë efikas sikur këshilli juaj personal apo sikur vullnetarët tuaj gjatë kërkimit të donacioneve nga bashkësia juaj lokale.

4. KONTAKTIM ME DONATORË MË TË MËDHENJ

Puna me donatorë të mëdhenj është zemra e fushatës.

- Përgatitja e vullnetarëve;
- Marrja e dhuratave udhëheqëse dhe dhuratave tjera të mëdha;
- Mbajtje e motivimit tek vullnetarët tuaj;
- Shpallje e fushatës.

Përgatitja e vullnetarëve

Suksesi përfundimtar i fushatës kapitale është tek vullnetarët të cilët mbajnë kontakte me donatorë potencial prej të cilëve kërkoni donacione. Secili vullnetar duhet të jetë i drejtuar kah një numër i vogël i donatorëve potencial, jo më shumë se nga pesë për vullnetar. Gjithashtu, me rëndësi është që secili vullnetar të jetë edhe donator.

Vullnetarët duhet të jenë të gatshëm për një apo më shumë vizita të secilit donator potencial gjatë fushatës. Qëllimi është që të paraqitet nevoja kapitale e shoqatës nacionale, të sqarohet “Pse un kontribuoj që fushata ti kënaqë nevojat e saja”, dhe të kërkojë nga donatori potencial që të kontribuojë në mënyrë të ngjashme. Duhet të bëhet orvatje që të përputhen vullnetarët me donatorë përkatës, të cilët u përgjigjen sipas shoqatësë së tyre – pozita ekonomike, të hyrat, intereset dhe prejardhja. Në atë mënyrë apeli – “Unë dhashë kaq. Pse nuk mendon edhe ti që ta bësh të njëjtën?” do të ketë më shumë ndikim.

Vullnetarëve u nevojitet orientim para se ta fillojnë punën e tyre. Kjo mund tu sigurohet me:

- Sqarim të qartë të rolit të tyre;
- Njohje me raportin për rast;
- Sqarim i procesit të identifikimit të donatorëve potencial, zgjedhje të vullnetarëve dhe orvatje që ata të përputhen mes veti;
- Trajnim për kërkim të dhuratave;
- Sigurim i materialit të shtypur për fushatën dhe për shoqatën nacionale;
- Informim për atë se kujt munden ti drejtohen nëse u nevojitet ndihmë;
- Tregim individual për atë se cila është nevoja dhe se si të hollat e grumbulluara në fushatën kapitale do ta bëjnë punën më efikase të shoqatës nacionale.

Nëse grumbulloni të holla për ndërtesë, kujdesuni që vullnetarët tuaj ta vizitojnë të vjetrën, të mësojnë se cilat janë mangësitë dhe përkufizimet, ti shikojnë planet e arkitekteve për hapësirat e reja dhe të kuptojnë se si ndryshimi i situatës do të jetë i dobishëm për bashkësinë – e jo vetëm të siguroni hapësira më të mira për më pak njerëz.

Materialet e shtypura të cilat u nevojiten vullnetarëve janë:

- Raport për qëllimin e fushatës;
- Broshurë atraktive për vetë fushatën;
- Tabela e dhuratave;
- Informacion për atë çka dhe si dhurohet (kesh, pasuri e patundshme, premtime për disa vite);
- Informacion për mundësitë e dhuratave, si për shembull, lidhshmëri e dhuratës me hapësirën e veçantë në ndërtesën e re;
- Modele apo kopje të vizatimeve të arkitektëve, plane të kateve apo materiale tjera të cilat qëllimin e fushatës do ta bëjnë më real;
- Garanci apo letër për qëllimin të cilat i n nënshkruan donatori.

Përgatitni plan të fushatës ku do të theksohen të gjitha aktivitetet e parapara si dhe koha e zbatimit të tyre. Kujdesuni që vullnetarët tuaj të marrin kopje nga plani për fushatën dhe të kuptojnë se kur duhet të zbatohet detyra e tyre.

Marrja e dhuratave udhëheqëse dhe dhuratave tjera të mëdha

Dhuratat udhëheqëse paraqesin trend për dhurim tek më shumë donatorë. Ato janë dhuratat e para dhe më të mëdhaja të fushatës. Dhuratën e parë do të duhej ta japë kryetari i fushatës e pastaj anëtarët tjerë të këshillit të fushatës. Mundohuni që shuma e dhuratës së parë të jetë prej 10% nga shuma e cila është qëllimi i fundit të fushatës. Do të jetë guxim për të gjithë të cilët janë të kyçur. Mbani mend se vetëm disa dhurata do të mund të realizojnë një pjesë të madhe nga qëllimi i fushatës suaj. Dhuratat tuaja udhëheqëse normalisht do të jenë kontributet më të mëdhaja dhe do ta kenë shumën përafërsisht prej 50% nga shuma e përgjithshme e cila është qëllimi përfundimtar i fushatës kapitale.
Kur do ta keni dhuratën udhëheqëse, me rëndësi është që të kërkoni dhurata nga individë tjerë të rëndësishëm në bashkësinë tuaj, nga fondacione për të

cilët dihet je kujdesen për bashkësinë, dhe nga kompani të cilëve pamja dhe popullariteti u është e rëndësishme në bashkësi. Rrethi i dytë i fushatës duhet ti sjellë 30% të cilat vijojnë nga qëllimi i fushatës suaj.

Donatorët e dhuratave udhëheqëse dhe dhuratave tjera shpeshherë më shumë kanë dëshirë që kontributi i tyre të jetë lidhur me punë apo aktivitete të posaçme. Kjo quhet **dhuratë qëllimore** sepse është dedikuar për qëllime të posaçme. Nëse për shembull grumbulloni të holla për ndërtesë të re, sugjeroni donatorit që ti paguajë shpenzimet për një dhomë. Atëherë dhoma mund ta marrë emrin e donatorit apo të ndonjë personi tjetër i cili do ta propozojë. Mirënjohje për llojin e këtillë të dhuratës mund të jetë plakatë në mur apo në derën e dhomës.

Në përgjithësi, dhuratat qëllimore i rrisin donacionet. Donatori i cili është gatshëm që të japë 5.000$ mund të vendosë që të japë edhe 7.500$ nëse me ato të holla mund të financohet dhomë e posaçme të cilën donatori e jep në shenjë të përkujtimit të ndonjë farefisi apo miku i cili ka ndërruar jetë. Dhoma apo mobilja e cila është paguar me këto mjete, emërohen me emrin e personit i cili ka ndërruar jetë. Përdorni të gjitha mundësitë lidhur me dhuratat qëllimore dhe mos i "*shitni*" shumë lirë.

Mbajtja e motivimit tek vullnetarët

Kur do të shpallet fillimi i fushatës suaj, kujdesuni që ta mbani përkrahjen. Nevojitet që të mbani mbledhje – më së paku një herë në muaj – me liderët e fushatës dhe vullnetarët të cilët kërkojnë donacione. Me siguri, pjesëmarrësit do të jenë të motivuar para të tjerëve. Në mbledhjet e këshillit të fushatës duhet të vlerësohet përparimi dhe të zgjidhen problemet. Në mbledhjet e vullnetarëve nuk duhet të zgjidhen probleme, por të këmbehen rezultate dhe ide që të ndihmohen dhe të motivohen mes veti.

Për mbajtjen e impulsit të fushatës në ndihmë mund të vijë përgatitja e buletineve të thjeshta me lajme për fushatën. Kjo është mënyrë e mirë e mbajtjes së lidhjes me vullnetarët dhe donatorët. Nëpërmjet buletineve mund të njiheni me dhuratat e posaçme të mëdha, donacionet e fushatave dhe hapat të cilat i keni ndërmarrë që të arrihen qëllimet e fushatës.

Shpallja e fushatës

Kujdesuni që të keni siguruar 40 – 50% nga qëllimi juaj financiar para shpalljes së fushatës. Mundësia që të fitohen mjete është shumë më e madhe kur njerëzit dinë se ndokush tjetër tanimë ka dhënë, mos dilni në publik shumë herët me fushatën tuaj. Nëpërmjet diskutimit me donatorin udhëheqës do të mundeni të bëni vlerësime dhe përshtatke të tjera para se të filloni me fushatën.

Kur bëni shpallje publike të fushatës, kujdesuni që të keni diçka pozitive për të treguar – për shembull se keni arritur deri në gjysmën e rrugës së qëllimit të dëshiruar. Përdorni kontaktet me mediumet që të fitoni publicitet të shpalljes suaj. Nëse mbani konferencë për shtyp kujdesuni që personat të cilët do të bisedojnë të jenë saktësisht të informuar dhe të kenë plane dhe modele pranë

dorës me të cilat munden qartë të sqarojnë se çka është planifikuar. Konferencat për shtyp mbani në lokale të rëndësishme. Kyçni dhe theksoni anëtarët e komisionit dhe të gjithë njerëzit tjerë të njohur të cilët e përkrahin fushatën tuaj; kjo do të ndihmojë që informacionet tuaja për fushatën të gjenden në gazeta.

5. PËRFUNDIMI I FUSHATËS

Hapat e fundit të fushatës gjithashtu janë shumë të rëndësishme. Këtu marrin pjesë:

- Marrja e dhuratave të fundit;
- Ngritja e vetëdijes së bashkësisë;
- Dhënia apo ndarja e mirënjohjeve për donatorët.

Marrja e dhuratave të fundit

Në momentin e shpalljes publike të fushatës suaj do të dëshironi që të siguroni dhurata më të vogla – më të vogla se sa dhuratat e mëdha por larg nga dhuratat e shumta. Vëzhgimi në bazë të sigurimit të donatorëve të mëdhenj potencial dhe të sigurimit të dhuratave vazhdon. Disa nga këto dhurata, edhe pse më të vogla se sa dhuratat kryesore, prapë se prapë duhet të jenë dhurata më të mëdhaja. Mund të befasoheni nga dhurata të papritura dhe të mëdhaja nga burim plotësisht i papritur.

Në këtë fazë duhet të dërgoni apel tek **anëtarë dhe donatorët tjerë tuaj** për sigurimin e dhuratave për fushatën kapitale përskaj përkrahjes së tyre të rregullt për shoqatën nacionale. Kjo është me rëndësi të veçantë që të bëhet. Nëse donatorët e rregullt thjeshtë e drejtojnë përkrahjen e tyre të cilën e sigurojnë në kuadër të apelit gjeneral për aktivitetet e lidhura me fushatën kapitale, atëherë buxheti i juaj do të ballafaqohet me vështirësi serioze. Megjithatë nëse apeli është i përgatitur mirë, do të duhej që të realizoni të hyra të rëndësishme për fushatën kapitale nga ky burim.

Edhe pse qëllimi juaj primar është që ti bindni njerëzit e pasur për të siguruar përkrahje për shoqatën nacionale në formë të dhuratave kapitale, vëzhgoni edhe qasje tjera të ndryshme për grupe të llojllojshme qëllimore. Faza finale e fushatës kapitale është **thirrje gjenerale e publikut** për të siguruar dhurata me madhësi të ndryshme në pajtueshmëri me mundësitë e tyre. Orvatjet për sigurimin e donatorëve të mëdhenj duhet të vazhdojnë, por tash është momenti që të organizoni aksione për mobilizimin e mjeteve në firma dhe shkolla me qëllim që të përfshini sa më shumë njerëz. Gjithashtu mund të përdoret edhe posta e drejtpërdrejtë tek grupet qëllimore. Kujdesuni që t'iu sqaroni donatorëve tuaj momental se mobilizimi publik i mjeteve për fushatën tuaj kapitale nuk duhet ta zvogëlojë përkrahjen e tyre për programet e rregullta të shoqatës nacionale.

Ngritja e vetëdijes së publikut në bashkësi

Kujdesuni që të informoni sa më shumë anëtarë të bashkësisë për nevojën tuaj dhe për qëllimet e fushatës kapitale për kënaqjen e kësaj nevoje. Përdoreni fushatën kapitale si mënyrë për ngritjen e interesit të bashkësisë

për punën e Kryqit të Kuq dhe për bindjen e liderëve në bashkësi që ta kuptojnë rëndësinë se për çka nevojitet të mbulohet nevoja juaj për të cilën e organizoni fushatën.

Kujdesuni që ta ruani orarin e aktiviteteve tuaja me mjetet për informim publik. Në këtë mënyrë do të siguroni se publiku është njoftuar me nevojën tuaj dhe me qëllimet e fushatës tuaj që t'iu drejtoheni dhe t'iu kërkoni donacione.

Dërgoni anëtarë nga personeli dhe vullnetarët si folës në mbledhje në të cilat do të flasin për fushatën. Dërgoni lajmërime tek mjetet për informim publik dhe mundohuni që të caktoni intervistë në radio për përfaqësues së shoqatës suaj nacionale apo anëtar i këshillit. Kujdesuni që fushata të përmendet në çdo ngjarje të rëndësishme të mbajtur nga ana e shoqatës nacionale.

Dhënia e mirënjohjeve për donatorë

Që nga dhurata e parë, për të gjitha donacionet duhet menjëherë të jepet mirënjohje dhe të jepet vërtetim. Të gjithë donatorët e mëdhenj duhet të marrin letër falënderuese, së bashku me disa lajme për fushatën apo për shoqatën nacionale. Vullnetarët të cilët kanë kërkuar dhurata duhet të jenë të këshilluar të dërgojnë letra falënderuese tek ata të cilët janë përgjigjur pozitivisht në kërkesat e tyre.

Njerëzit kanë qëndrime të ndryshme rreth asaj se në çfarë mënyrë do të mund të tregojë mirënjohje për dhurimin e tyre. Para se të bëni diçka të gabueshme shqyrtoni mendimet e secilit donator në lidhje me këtë. Pasi do të tregohet fushata juaj e suksesshme dhe pasi ta blini ndërtesën e re apo ta rinovoni të vjetrën apo pasi ta instaloni pajisjen e re, mbani një ditë të hapur dhe thirrni të gjithë donatorët të cilët janë të merituar për suksesin kujdesuni që plakatat të jenë të vendosura në mure të përshtatshme.

Mos harroni t'iu falënderoheni vullnetarëve tuaj. Ata ju kanë mundësuar fushatë të suksesshme – së pari me donacionet personale e pastaj me tërheqjen e donatorëve tjerë. Gjithashtu, mund të mbani aheng të posaçëm për shënimin e suksesit dhe që t'iu falënderoheni për punën e palodhshme.

Mirënjohje speciale: Një pjesë e madhe e kësaj kaptine bazohet në **Doracakun për zhvillim financiar** të Kryqit të Kuq Amerikan: **Mobilizim i lehtë të mjeteve financiare, Kreu 15: Fushata Kapitale.**

REZIME

- FUSHATË KAPITALE MIRË E PLANIFIKUAR SIGURON MJETE PËR NEVOJA TË MËDHA KAPITALE.
- NEVOJITEN MË SHUMË VITE PËR PLANIFIKIM DHE PËRGATITJE TË FUSHATËS KAPITALE.
- STUDIMI PËR PARAQITJE SIGURON INFORMACIONE ME RËNDËSI VITALE PËR FUSHATËN.
- KUJDESI PËR DONATORËT ËSHTË KOMPONENTA MË E RËNDËSISHME E FUSHATËS KAPITALE.
- FUSHATA KAPITALE ËSHTË GJYSMA E QËLLIMIT TË REALIZUAR BILE EDHE PARA SE TË JETË E SHPALLUR.

SHTOJCA TH

PROPOZIM TË RASTEVE PËR FUSHATËN KAPITALE

Siguruar nga Kryqi i Kuq Amerikan

Kur e shkruani rastin tuaj, çdoherë merrni parasysh se njerëzit dëshirojnë të japin që të mund të sigurojnë mundësi e jo për mbulimin e nevojave. Gjatë fushatës vazhdimisht potenconi se donatori ka mundësi të bëjë dallim në bashkësinë e tij nëpërmjet sigurimit të dhuratës për organizatën tuaj, dhe se me atë mundëson furnizimin e punës kapitale, me çka donatori mundëson që organizata juaj të bëhet më e fortë dhe të mundet më mirë t'i mbulojë shërbimet e nevojshme në bashkësi.

Deklarata juaj duhet ta informojë donatorin për:

1. Historinë dhe traditën e organizatës tuaj
a. Organizata është e formuar më (data) për kënaqjen e nevojave _____.
b. Prej atëherë organizata i zgjeroi shërbimet e veta dhe tani merret edhe me aktivitetet që vijojnë:_____.
c. Organizata e para reagoi gjatë _____.
d. Organizata ka përvojë _____ vjeçare në sigurimin e shërbimeve për bashkësinë.

2. Misioni dhe shërbimet e organizatës
a. Kjo duhet të jetë deklaratë e shkurtë dhe e qartë e cila do t'i mundësojë donatorit të marrë pasqyrë të qartë për shërbimet e organizatës tuaj dhe në cilën mënyrë shërbimet janë të dobishme për bashkësinë.

3. Dëshmi për kompetencat e organizatës
a. Këtu do të siguroni informacion më të gjërë për shërbimet tuaja dhe për numrin e individëve të cilat i shërben organizata juaj për çdo vit. Sa klientë shërbehen, sa vullnetarë ka organizata dhe sa njerëz ndihmohen për çdo vit nga ana e organizatës tuaj.

4. Dokumentacion për kredibilitetin e organizatës dhe përkrahja e cila sigurohet në bashkësi.
a. Mënyra më e mirë që kjo të tregohet është nëpërmjet përdorimit të citateve nga liderë të theksuar në bashkësi.

5. Deklaratë për nevojën projektuese për të cilin sigurohen mjete nëpërmjet fushatës kapitale.
a. Këtu do ta arsyetoni nevojën për mjetet financiare. Nëse qëllimi juaj është që të merrni ndërtesë të re sqaroni pse ndërtesa juaj e vjetër nuk i kënaq më nevojat e organizatës tuaj. Nëse ndërtesa juaj momentale obligon ndarjen e mjeteve të larta për mbulimin e shpenzimeve për mirëmbajtje, tregoni këtë nëpërmjet numrave të cilat i tregojnë shpenzimet për disa vitet e fundit.

6. Zgjedhje për kënaqjen e nevojës

a. Përshkruani ndërtesën e re dhe në cilën mënyrë do t'i shërbejë më mirë nevojat tuaja. Paraqitni planet për secilin kat dhe sqaroni se në cilën mënyrë kjo hapësirë do të mundësojë përdorim më efektiv dhe më efikas të hapësirës. Donatori do të duhet të kuptojë se si dhurata e tij do i ndihmojë organizatës tuaj.

7. Sqarimi i qëllimit të fushatës
a. paraqitni shpenzimet e sakta të projektit i cili do të implementohet dhe sa donacion do të nevojitet për arritjen e qëllimit të dëshiruar.

8. Mënyrat për sigurimin e kontributit të donatorëve potencial
a. A janë të kapshme kontributet? Për sa kohë? Diskutoni mund;sit; p;r dhurata t; planifikuara?

Përmendeni dhënien e mirënjohjeve për donatorin dhe mundësinë për formimin e klubit përderisa është adekuate. Përderisa e shkruani rastin tuaj, parashtroni pyetjet që vijojnë:

- A është konciz?
- A është i orientuar kah donatori potencial?
- A paraqet mundësi, përkundër mbulimit të nevojës?
- A ka renditje logjike?
- A është e lehtë për lexim?
- A janë shkronjat mjaft të mëdhaja që të mund të lexojnë persona më të moshuar?
- A është letra mjaft atraktive pa u dukur se është mjaft e shtrenjtë?
- A janë fotografitë efektive?
- A prodhon shkaqe emotive dhe racionale që të sigurohet dhuratë?
- A i tregon donatorit potencial se si dhurata e tij/ e saj do ta bëjë dallimin e dëshiruar.
- A evokon momente historike dhe a ka rëndësi afatgjate për kauzën dhe punën tuaj?
- A janë qartë të theksuara beneficionet të cilat do t'i kenë donatorët.

Kreu 13

VULLNETARË: Parakushte të patjetërsueshme

1. Hyrje
2. Mundësi për vullnetarë
3. Rekrutimi i vullnetarëve

    Vërtetim i kushteve për vullnetarë
    Zbatim i procesit për rekrutim dhe përcaktimi i vullnetarëve
    Rekrutimi i vullnetarëve
    Seleksionimi i vullnetarëve
    Shpërndarja e vullnetarëve

4.Përkrahja e vullnetarëve
5.Trajnimi i vullnetarëve
6.Komunikime me vullnetarë
7.Dhënia e mirënjohjes për punën e vullnetarëve
8.Përgjegjësitë e vullnetarëvE

QËLLIMET

MËSONI TË.....

- IMPLEMENTONI PROGRAM EFIKAS PËR MENAXHIM VULLNETAR NË SHOQATËN TUAJ NACIONALE.

- IDENTIFIKONI FORMAT E REJA PËR SIGURIMIN E PËRKRAHJES VULLNETARE NË SHOQATËN TUAJ NACIONALE.

- TË GJENI VULLNETARË TË CILËT I NEVOJITEN SHOQATËS TUAJ NACIONALE.

- KOORDINONI, TRAJNONI, PËRKRAHNI DHE KOMUNIKONI ME VULLNETARËT ME QËLLIM QË TË SIGURONI PUNËN E TYRE EFIKASE.

- JEPNI MIRËNJOHJE DHE SHPËRBLENI VULLNETARËT PËR KONTRIBUTIN E TYRE ME QËLLIM QË VULLNETARËT EDHE MË TEJ TË MBETEN TË PËRKUSHTUAR DREJT PUNËS VULLNETARE NË SHOQATËN NACIONALE

1. HYRJE

Vullnetarët paraqesin "sine qua non" të Lëvizjes. Ata paraqesin parakusht themelor për funksionimin e Kryqit të Kuq dhe Gjysmëhënës së kuqe dhe se pa ata nuk ka mundësi që të punohet.

Vullnetarët janë individë, dhe i respektojnë normat në punën e Lëvizjes tonë dhe me punën e tyre e japin kontributin personal pa pritur çfarëdo lloji të përfitimit apo shpërblimit me besim se puna e tyre do të jetë e dobishme për bashkësinë dhe njëkohësisht do t'iu mundësojë të realizojnë kënaqësi personale nga kontributi i siguruar. Lëvizja e KK dhe GJHK është me fat që tërheqë mijëra vullnetarë të cilët përkushtojnë kohë dhe punë të madhe enorme që mundëson Lëvizja të jetë aq me sukses siç edhe është.

Përderisa keni interesim për më shumë informacione lidhur me menaxhimin vullnetar Ju lusim ta shihni **Kodin Etik dhe bazat e Shërbimit vullnetar** si dhe **Ciklin për Menaxhim Vullnetar.** Kjo kaptinë nuk ka për qëllim të diskutojë për aspektet më të gjëra lidhur me menaxhimin vullnetar në shoqatën nacionale por ka për qëllim të paraqesë koncepte lidhur me rolin e vullnetarëve si liderë dhe punëtorë në fushën e zhvillimit të kapaciteteve të shoqatës nacionale.

Pse vullnetarët janë të rëndësishëm

Vullnetarët janë jashtëzakonisht të rëndësishëm për punën e secilës organizatë joprofitabile. Për shumicën e aktiviteteve në këtë doracak, lidhur me grumbullimin e mjeteve financiare dhe mjeteve tjera, vullnetarët janë faktor i rëndësishëm për zbatimin e tyre me sukses. Me të vërtetë, shumë prej aktiviteteve për grumbullimin e mjeteve thjeshtë nuk do të mundeshin të realizoheshin apo nuk do të paguhej pa kontributin e vullnetarëve.

Vullnetarët janë të rëndësishëm për shkak se ata:

- **Paraqesin, me idetë dhe iniciativat e tyre Lëvizjes i japin vlerë të jashtëzakonshme.**
- **Janë të motivuar të punojnë për realizimin e ndryshimit social dhe për shprehjen e solidaritetit me njerëzit.**
- **Kontribuojnë kohë dhe orvatje që të ndihmojnë të realizohen qëllimet e shoqatës nacionale.**
- **Kontribuojnë për uljen e shpenzimeve të shoqatës nacionale.**
- **Të zgjerojnë rrjet të kapshëm për grumbullimin e mjeteve nëpërmjet familjeve, miqve dhe bashkëpunëtorëve të tyre.**

Zbatimi i programeve vullnetare

Në shumë shoqata ekziston traditë që t'iu jepet ndihmë të tjerëve, siç janë për shembull familja, fqinjët dhe personat e goditur nga ndonjë sëmundje, varfëri apo fatkeqësi. Zhvillimi i programit të fortë për menaxhimin vullnetar në shoqatën nacionale paraqet përgatitje që t'iu ndihmohet të tjerëve.

Me rëndësi të jashtë zakonshme është që të sigurohet përkrahje e fortë për udhëheqësinë dhe drejtorinë e shoqatës nacionale në përparimin e sistemit vullnetar menaxhues në të gjitha nivelet e organizatës. Liderët e shoqatës nacionale duhet qartë të caktojnë se cilat detyra dhe aktivitete do t'iu ndahen vullnetarëve dhe cilat të punësuarve. Me këtë çështje posaçërisht duhet të merret person i cili është përgjegjës për resurse njerëzore.

Shoqatat nacionale gjithsesi mund ta përdorin reputacionin e mirë të Lëvizjes Ndërkombëtare të KK dhe GJHK që të tërheqin dhe ndërtojnë bazë të mirë vullnetare në organizatë. Por nuk mundeni të keni vullnetarë të angazhuar dhe të plotësuar rastësisht. Duhet të kontribuohet shumë kohë dhe mund që të ndërtohet ekip efikas vullnetar. Kur programi vullnetar do të jetë mjaft i fortë atëherë thjeshtë nevojitet vetëm koordinim i mirë.

Në vazhdim janë paraqitur hapat më të rëndësishme për zbatimin e programit efikas vullnetar menaxhues në organizatën tuaj. Gjithsesi duhet t'i bëni edhe adaptimet dhe plotësimet adekuate në pajtueshmëri me rrethanat specifike në vendin tuaj.

Këto janë pjesë e arsyeve se pse njerëzit dëshirojnë të jenë vullnetarë.

- Dëshirojnë të kujdesen për një punë të caktuar;
- Besojnë në organizatën;
- Dëshirojnë të kujdesen për bashkësinë;
- Dëshirojnë ta mbindërtojnë personalitetin e tyre;
- Dëshirojnë t'i zhvillojnë aftësitë e tyre;
- Dëshirojnë të bëjnë dallim pozitiv;
- Kërkojnë mundësi të hasen me mirënjohje të caktuar;
- Do të vullnetarizojnë përderisa atë e kërkoni nga ata.

Kur do ta filloni procesin e tërheqjes së vullnetarëve, para se gjithash shikoni se çfarë profili i vullnetarëve ju nevojitet në shoqatën tuaj nacionale. Atëherë bëni përshkrim të detyrave me qëllim qe edhe vullnetari por edhe shoqata nacionale ta kenë të qartë se cilat janë obligimet dhe detyrat reciproke. Kur të rekrutoni liderë, drejtohuni tek njerëzit kompetent dhe ndikues të bashkësisë tuaj. Do t'ju nevojiten vullnetarë me aftësi të posaçme, siç janë për shembull kontabilistë, që t'ju ndihmojnë në procesimin e lirimit nga tatimi për dhurata.

Pastaj mund të shihni se çka mund të bëjnë vullnetarët për shoqatën nacionale dhe si mund të përcaktohen sfida në pajtueshmëri me kërkesat e tyre.

2. MUNDËSI PËR VULLNETARËT

Për shkak se liderët dhe personat të cilët janë përgjegjës për mobilizimin e fondeve kanë tendencë të realizojnë shumë kontakte me publikun, ata shpesh herë do të jenë në kontakt me vullnetarët. Për këtë, me rëndësi të madhe është t'i kuptojnë mundësitë dhe aftësitë e vullnetarëve me qëllim t'i përcaktojnë njerëzit në pajtueshmëri me aftësitë dhe interesimet e tyre.

Në shoqatën nacionale ekzistojnë shumë lloje të aktiviteteve dhe role të cilat mund t'i zbatojnë dhe kryejnë vullnetarët. Shoqata nacionale patjetër duhet t'i përdorë vullnetarët në mënyrë sa më të mirë dhe njëra ndër mënyrat që të bëhet ajo është që në mënyrë maksimale të përdoret talenti dhe aftësitë e tyre.

Hapi i parë është që të indentifikohen nevojat dhe detyrat të cilat duhet të mbulohen me punën vullnetare. Për këtë, nevojitet të bëhet analizë gjithëpërfshirëse të nevojave. Nuk duhet të jetë shumë restriktiv gjatë përcaktimit të detyrave për vullnetarët. Mbani mend se secila detyrë mund të zbatohet në mënyrë adekuate përderisa për këtë qëllim gjendet vullnetar adekuat. Në vazhdim vijojnë shembuj për aktivitetet të cilat mund t'i zbatojnë vullnetarët:

- **Punë në komisionin për zhvillimin e kapaciteteve** që të sigurohet përkrahje në pjesën e planifikimit dhe zbatim të strategjive të përgjithshme për zhvillimin e resurseve si dhe aktivitete specifike për grumbullimin e mjeteve financiare. (Për më shumë informacione për **Komisione për zhvillimin e resurseve nacionale, lokale, rajonale dhe të specializuara** shiko **Kreu 3**).

- **Udhëheqje apo koordinim të ngjarjeve dhe aktiviteteve** siç janë aksionet për grumbullim në rrugë, organizim dhe distribuim të materialeve apo udhëheqje të komisionit për ngjarje specifike.

- **Drejtim dhe kontakte në emër të shoqatës nacionale** deri tek grupet lokale, shkollat apo bashkësitë fetare.

- **Veprim si person për kontakt apo prezantim të informacioneve** në korporata, fondacione apo agjenci tjera për sigurimin e donacioneve.

- **Shitje** të triskave për loto, veshmbathjes së përdorur, shenja apo suvenire tjera në rrugë apo në ngjarje tjera.

- **Ndihmë gjatë ngjarjeve speciale –** koordinim, punë fizike, organizim të aktiviteteve kulturore argëtuese, distribuim të ushqimit dhe aktiviteteve tjera.

- **Dizjanim** të postereve dhe fletushkave apo përgatitje e reklamave dhe shpallja e tyre.

- **Shërbime kontabiliteti** për shoqatën nacionale.

- **Sigurim të këshillave juridike** për lëndë lidhur me vendimet ligjore, licencat, shitjet etj.

- **Zbatim i hetimeve për zhvillim** të donacionit apo për testimin e mendimit të publikut.

- **Detyra administrative dhe sekretari** siç janë udhëheqja e data bazave të të dhënave për donatorë apo vullnetarë, për zbatimin e punëve të përgjithshme, dërgim të ftesave për tubime speciale etj.

Këto janë vetëm propozime. Pasi ta bëni listën iniciale, pastaj vazhdimisht do ta azhuroni. Pasi ta finalizoni listën me detyrat e vullnetarëve, hapi tjetër është që të filloni me rekrutimin e vullnetarëve.

3. REKRUTIMI I VULLNETARËVE

Rekrutimi i vullnetarëve është proces i vazhdueshëm

Çdoherë duhet të ketë shumë role të kapshme për vullnetarët në shoqatën nacionale dhe prandaj është me rëndësi që vazhdimisht të jeni të hapur dhe të gatshëm për njerëz dhe iniciativa të reja.

Ekzistojnë pesë hapa kryesore të cilat duhet të përcillen gjatë rekrutimit të vullnetarëve:

- Vërtetimi i kushteve për vullnetarë:
- Zbatimi i procesit për rekrutimin dhe përcaktimin e vullnetarëve;
- Rekrutimi i vullnetarëve;
- Selektimi i vullnetarëve;
- Shpërndarja e vullnetarëve.

Vërtetimi i kritereve për angazhimin vullnetar

Më së miri është që në fillim të vërtetohen kriteret për angazhimin vullnetar me qëllim që të zbatohen me saktësi në vend se të sillen vendime gjatë angazhimit të tyre. Ky proces gjithashtu ndihmon që të tejkalohen konflikte potenciale. Kujdesuni që në proces të kyçen anëtarët e këshillit ekzekutiv dhe udhëheqësit e shoqatës nacionale.

Pasi t'i vërtetoni kriteret për vullnetarët mos i harroni elementet që vijojnë:

- Deklaratë për rëndësinë e tyre në shoqatën nacionale, me çka do t'ju jepni në dijeni se roli i tyre është i vlefshëm dhe se ata kanë status njësoj të rëndësishëm sikur të punësuarit;

- Rregullore për kompensim të shpenzimeve;

- Përshkrim i obligimeve dhe përgjegjësive dhe cilat janë pritjet nga angazhimi i tyre (a pritet prej tyre të vizitojnë kurse të caktuara për trajnim? A duhet të kalojnë nëpër kontroll të caktuar shëndetësor? A do të ketë periudhë provuese të angazhimit?)

- Deklaratë e shoqatës nacionale për sigurimin e mundësive të njëjta për vullnetarët.

Kushtet e përgjithshme duhet të plotësohen me detyra të caktuara specifike për aktivitete të cilat obligojnë kushte të caktuara të posaçme.

Zbatimi i procesit për rekrutim dhe punës së vullnetarëve

Me rëndësi është që të sigurohet pajtueshmëri e gjërë nga liderët vullnetarë dhe nga të punësuarit për procesin e tërheqjes dhe selektimit të vullnetarëve. Një pjesë të madhe të menaxhimit, trajnimit, përkrahjes dhe dhënies së mirënjohjeve për punën vullnetare e kryejnë vullnetarë tjerë.

Vullnetarët kanë rëndësi të posaçme për programin për zhvillimin e resurseve ku mund të zbatohen më shumë aktivitete të ndryshme në vend se për atë të përdoret shërbimi i paguar.

Rekrutimi i vullnetarëve

Me qëllim që të zhvillohet bazë e gjërë e programeve vullnetare me detyra të llojllojshme, me rëndësi është që të reklamohet nevoja për vullnetarë në shoqatën nacionale. Apelet më të suksesshme për vullnetarë janë ato ku kërkohen njerëz për kryerjen e detyrave specifike në vend se thirrjeve të përgjithshme për kërkimin e vullnetarëve. Përderisa fushata për rekrutimin e vullnetarëve është e dedikuar për detyra të caktuara specifike, është e mundshme që të targetizohen ato grupe qëllimore të popullatës prej ku ekziston mundësi e madhe se do të gjenden njerëzit e duhur.

Ekzistojnë më shumë metoda për rekrutimin e vullnetarëve. Ja disa ide:

- **Personale, rekrutim qëllimor**

Vendosni se cilat aftësi ju nevojiten, e pastaj identifikoni vullnetarët e mundshëm nëpërmjet përdorimit të rrjetit tuaj të familjeve, miqve, kolegëve dhe kontakteve afariste. Rekrutoni kandidatët e propozuar personal dhe drejtpërdrejtë.

- **Poster fushata**

Përgatitni poster adekuat të dizajnuar për profilin e vullnetarit të cilin e kërkoni. Caktoni vende se ku do t'i ngjitni posteret. Disa prej lokacioneve të mundshme janë:

- Tabelat për shpallje në firma;
- Para kinemave apo ordinancave;
- Vende publike për shpallje të universiteteve, fabrikave, bibliotekave dhe institucioneve tjera publike.

- **Fushata me fletushka**

Fletushkat mund të vendosen në tabela për shpallje sikurse posteret, por ato gjithashtu mund të ndahen nëpër shtëpi, shitore, parkingje, mund të distribuohen në rrugë, të ndahen në shkolla që fëmijët t'i çojnë në shtëpi dhe mund të vendosen në biblioteka.

- **Rekrutim në tubime të Kryqit të Kuq**

Në tubime tregoni se çka punojnë vullnetarët për mobilizimin e fondeve në shoqatën tuaj nacionale. Një person le të përgjigjet në pyetjet dhe le t'i shënon të dhënat e personave të interesuar për vullnetarizim.

- **Hapësirë për eksponim**

Në lokacionin për ekspozim siguroni hapësirë si edhe për organizimin e tubimeve apo ngjarjeve. Hapësira mund të jetë në vitrinat e shitoreve, në biblioteka apo në lokacione tjera publike. Ekspozoni fletushkat dhe gjeni mënyrë se si të realizoni kontakt me personat e interesuar.

- **Veturë për rekrutimin e vullnetarëve**

Zbukuroni furgonin, autobusin apo veturën tuaj. Dërgoni në parking, para teatrove, spitaleve dhe universiteteve apo vozitni automjetin nëpër rrugët e qytetit.

- **Shtëpi e hapur**

Ftoni opinionin që ta vizitojnë Kryqin e Kuq gjatë ndonjë aktiviteti të caktuar. Ofroni informacione se si të paraqiten njerëzit për shërbimin vullnetar. Siguroni pije dhe vullnetarë të cilët do të bisedojnë për atë se çka bëjnë ata në KK dhe GJHK.

- **Vullnetarë ekzistues**

Kërkoni nga vullnetarët ekzistues të bëjnë diçka inovative që të tërheqin vullnetarë të rinj. Ata posaçërisht do të interesohen për detyrën e këtillë. Organizimi i fushatës për grumbullimin e mjeteve mund të paraqesë mundësi të shkëlqyeshme për tërheqjen e vullnetarëve të rinj. Për shembull, vullnetarët të cilët janë aktiv në planin e shpëtimin gjatë katastrofave janë mjaft mirë të organizuar dhe ata gjithashtu mund të përdoren në aktivitete për mobilizimin e fondeve. Pse nuk i pyetni që t'ju ndihmojnë?

Selektimi i vullnetarëve

Procesi i selektimit paraqet momentin kur shoqata nacionale e bën vlerësimin e përshtatjes së vullnetarëve potencial. Vullnetarët potencial gjithashtu mund të vendosin se a do të ishin të kënaqur përderisa punojnë si vullnetarë për

shoqatën nacionale. Gjithashtu procesi duhet t'ju ndihmojë që t'i vërtetoni rolet më adekuate për secilin vullnetar indiviual.

Procesi duhet të jetë sa më i thjeshtë dhe joformal. Ai nuk duhet të jetë i gjatë për shkak se kandidatët mund të humbin interes apo të hasen me përshtypje se shoqata nacionale nuk është efikase. Megjithatë, me rëndësi është të kyçet vullnetar apo nëpunës i posaçëm në procesin e selektimit.

Keni parasysh hapat që vijojnë në procesin e selektimit të vullnetarëve:

- Kërkoni nga vullnetarët potencial të plotësojnë formular për paraqitje;
- Takohuni me kandidatët dhe mbani intervista joformale;
- Shqyrtoni rekomandimet (përderisa keni kërkuar nga ata)
- Vendosni se a janë kandidatët adekuat apo jo dhe cilin rol duhet ta zbatojnë.

Për pozitat më rutinore, procesi i selektimit duhet të jetë relativisht i thjeshtë. Megjithatë, për pozitat e specializuara, duhet të jeni të sigurt se vullnetarët i posedojnë aftësitë e nevojshme.

- **Formularë për paraqitje**

Ide e mirë është që të kërkoni nga gjithë kandidatët të plotësojnë formularë për paraqitje si hap i parë në proces. Qëllimet e këtij formulari janë:

- Vullnetarëve t'iu jepet mundësi ta tregojnë interesin, aftësitë dhe kontributet e tyre;
- Të sigurojnë informacione të cilat i nevojiten shoqatës nacionale (emri dhe adresa, kontakti në rast të gjendjes urgjente, çështje të rëndësishme shëndetësore dhe në çfarë periudha është vullnetari i lirë).
- Të sigurohet leje nga kandidati që shoqata nacionale të bie në kontakt me persona apo institucione që të kontrollohen rekomandimet.

- **Mbledhje joformale apo intervistë**

Kjo është pjesë e rëndësishme e procesit të rekrutimit për të dyja palët. Mbledhja joformale apo intervista hap mundësi për parashtrimin e pyetjeve dhe marrjen e përgjigjeve edhe për sigurimin e impresioneve personale për kandidatët.

Përcaktoni vendin se ku do ta mbani intervistën. Me siguri do të jetë ndonjë zyre në Kryqin e Kuq, në shtëpinë tuaj apo në shtëpinë e vullnetarit. Duhet të jetë ndonjë vend i këndshëm ku nuk do t'ju ndërprejnë me bisedën. Caktoni termin i cili do të jetë i përshtatshëm për të dyja palët dhe informoni vullnetarin potencial se sa do të zgjasë takimi. Ide e mirë është të ketë edhe person të tretë i cili do të jetë i pranishëm në mbledhje – do të ishte ideale të jetë

vullnetar i cili mund të përgjigjet në pyetjet dhe i cili ka përvojë me punën vullnetare në shoqatën tuaj nacionale. Për vullnetarë për detyra më rutinore mund të zbatoni edhe intervista grupore.

Kur do ta zhvilloni intervistën keni parasysh gjërat që vijojnë:

- Krijoni atmosferë joformale. Përdorni karrike të rehatshme dhe siguroni ndonjë pije freskuese (çaj, kafe, lëng, ujë);
- Përdorni pyetje të hapura;
- Më shumë dëgjoni, më pak flitni;
- Tregoni interes për aftësitë, dituritë, përvojat, interesat, punën, pritjen, kontributin, kyçjen dhe qëndrimet lidhur me mobilizimin e fondeve të vullnetarit;
- Jen të qartë në bazë të asaj që e kërkoni nga vullnetari për ta bërë;
- Flitni për misionin e Lëvizjes së KK dhe GJHK si dhe për detyrat vijuese të cilat duhet të zbatohen.

Në fund të mbledhjes tregoni kandidatit se cili do të jetë hapi tjetër dhe për sa kohë do të informohet.

- **Rekomandime**

Kërkimi i rekomandimeve nga vullnetarët mund të jetë kontraverze por shumë organizata joprofitabile e bëjnë atë, posaçërisht përderisa vullnetari duhet të punojë me të holla apo të marrë detyra të cilat do të mbajnë përgjegjësi të madhe.

Përderisa kërkojnë rekomandime, duhet të jepni propozime se prej cilit të sigurojnë rekomandime të këtilla. Ata zakonisht janë arsimtarë, liderë të të rinjve, punëdhënës apo liderë fetar. Vullnetarët e rinj duhet të dorëzojnë edhe deklaratë për miratim nga ana e prindërve të tyre.

Shpërndarja e vullnetarëve

Pasi të vendosni të pranoni person të caktuar për vullnetarë, hapi tjetër është që të përcaktohet detyrë konkrete apo rol të cilin ai / ajo duhet ta zbatojë.

Zakonisht vullnetarët janë gjithmonë dhe gjithkund të nevojshëm dhe ekzistojnë spektër i gjërë i detyrave të cilat mund t'iu ndahen dhe prandaj nuk do të duhet të ketë problem të përcaktoni detyra për numrin e madh të kandidatëve. Megjithatë, ka raste kur vullnetarët duhet të refuzohen, qoftë ajo përderisa është në pyetje nderi apo integriteti i tyre apo ekziston dyshim se nuk do të mundet të përshtaten me ekipin. Kur kjo do të ndodhë me rëndësi është të të jeni taktik por të jeni të fortë në sjelljen e vendimit të vërtetë.

Kandidatin për detyrën vullnetare duhet menjëherë ta informoni për vendimin e sjellur.

Me rëndësi është që të ekzistojë person i caktuar tek i cili do të drejtohen vullnetarët dhe i cili do të menaxhojë me punën e tyre. Tek programet më të

mëdha vullnetare, koordinatori për vullnetarizëm do të kujdeset që vullnetarët të jenë të pritur dhe të informuar në mënyrë adekuate për shoqatën nacionale si dhe për detyrat e tyre specifike. Tek programet më të vogla, kjo përgjegjësi duhet t'i ndahet ndonjërit nga të punësuarit në njësinë për zhvillimin e resurseve apo në njësinë për resurse njerëzore apo vullnetarit i cili mirë e njeh punën e shoqatës nacionale dhe i cili është i gatshëm të ndërmerr përgjegjësi lidere.

Për fat të keq, një pjesë e madhe e vullnetarëve të paraqitur dorëzohen pas disa muajve. Patjetër duhet të bëhen orvatje që të sigurohet personat e rinj në organizatë të priten dhe të informohen në mënyrë adekuate. Prezantoni tek njerëzit tjerë. Mund të përgatitni pako informative për vullnetarët të cilën do t'ua jepini si pjesë e procesit për përcaktimin e detyrës punuese. Kjo pako mund të jetë pjesë përbërëse e gjërave që vijojnë:

- Letër për mirëseardhje nga sekretari gjeneral apo prej ndonjë personi tjetër adekuat;
- Fletushkë ku janë përshkruar qëllimet e Lëvizjes së KK dhe GJHK si dhe informacione për aktivitete të cilat i realizon shoqata nacionale;
- Përshkrim i strukturës organizative të shoqatës nacionale dhe informacione për njerëzit kyç në organizatë;
- Revista dhe buletine të cilat i pregadit shoqata juaj nacionale;
- Informacione nga seminare, konferenca apo ngjarje sociale ku mund të marrin pjesë vullnetarët;
- Kopje nga rregullorja e sjelljes etike të vullnetarëve në shoqatën nacionale.

Më e rëndësishme mbi të gjitha: kujdesuni që vullnetarët të ndjehen të mirëseardhur dhe të dobishëm!

4. PËRKRAHJA E VULLNETARËVE

Nëse dëshironi që kapacitetet e vullnetarëve të jenë maksimalisht të përdorura atëherë duhet të kujdeseni të jenë mirë të menaxhuar dhe të përkrahur. Me qëllim që këtë ta realizoni në mënyrë efikase duhet të caktoni koordinator vullnetar i cili në mënyrë gjenerale do të jetë përgjegjës për të gjithë vullnetarët. Koordinatori gjithashtu mundet të jetë vullnetar. Ky person duhet të kujdeset që të gjithë vullnetarët të informohen mirë për punën e shoqatës nacionale, dhe t'iu dorëzon informacione për detyrat specifike të cilat ata i realizojnë.

Përskaj kësaj duhet të caktohen edhe supervizorë për secilin vullnetar i cili do të jetë përgjegjës për sigurimin e udhëzimeve dhe përkrahjes për vullnetarin. Në raste të caktuara, koordinator vullnetar dhe supervizor mund të jetë person i njejtë.

Pas një kohe të caktuar, koordinatori për vullnetarë duhet të kontrollojë se a zhvillohen gjërat në kahje pozitive. Ndonjëherë kjo formalizohet me kërkesë tek vullnetari që të punojë në një periudhë për tu provuar. Mbani mend,

periudha provuese është periudhë provuese për të dyja palët. Kur do të kalojë ajo periudhë, vullnetari dhe koordinatori duhet të kenë mundësi të sqarojnë se si zhvillohen punët. Vullnetarët janë resurs i çmueshëm, prandaj është me rëndësi që ata të jenë të kënaqur dhe talenti i tyre të përdoret plotësisht.

Bazat e menaxhimit të mirë vullnetar në fakt janë të njëjta sikurse edhe tek menaxhimi me të punësuarit. Këtu nënkuptohen gjërat që vijojnë:

- Gjatë angazhimit të vullnetarit, ai duhet të ndjehet **si pjesë e ekipit.** Kjo do të thotë se vullnetarët duhet të jenë mirë të informuar për punën e shoqatës nacionale.

- Vullnetarët duhet të dinë qartë **se çka saktësisht duhet të bëhet** gjatë çdo detyre dhe të sigurohet puna e tyre që me rregull të evaluohet. Kur ka mundësi duhet të caktohen qëllimet afatgjate dhe të bëhet vlerësim detal i punës.

- Vullnetarëve duhet t'iu sigurohen **resurset e nevojshme** që t'iu mundësohet puna efikase. Këtu nënkuptohet sigurimi i përkrahjes kur do të ketë nevojë si dhe sigurim i mundësive për trajnimin e vullnetarëve.

- Duhet të sigurohet **komunikim i mirë** me qëllim që vullnetarët të jenë mirë të informuar për punën e Lëvizjes së KK dhe GJHK dhe për punën e shoqatës nacionale. Vullnetarët duhet të dinë se çka bëjnë të tjerët dhe duhet të dinë se si puna e tyre është pjesë e orvatjeve globale të organizatës.

- Nevojitet që vullnetarët të **konsultohen** gjithmonë kur do të jetë adekuate.

- **Shprehni falënderim dhe jepni mirënjohje** vullnetarëve që të dinë se kontributi i tyre vlerësohet dhe është i vlerësuar.

Disa nga shkaqet më të shpeshta se pse vullnetarët humbin interesin janë:

- Iu janë ndarë qëllime joreale të cilat është dashur të realizohen.
- Përgjegjësitë e tyre nuk kanë qenë qartë të specifikuara.
- Nuk iu është dhënë mirënjohje për orvatjet e tyre.
- Ata nuk janë ndjerë se kontributi i tyre ka rezultuar me ndryshim të caktuar.
- Nuk iu është dhënë mundësi të marrin pjesë në sjelljen e vendimeve.
- Puna vullnetare nuk ka qenë sfidë e vërtetë për ata.
- Nuk kanë marrë përgaditje dhe trajnim adekuat.
- Orvatjet e tyre nuk janë përkrahur.

5. TRAJNIM PËR VULLNETARË

Trajnimi do të mundësojë që vullnetarët të jenë mirë të informuar për punën e shoqatës nacionale. Gjithashtu duhet t'iu sigurohen dituritë dhe aftësitë adekuate për zbatimin e detyrave dhe për motivimin e tyre të luajnë rol të rëndësishëm në punën e shoqatës nacionale.

Trajnimi mund të sigurohet në vendin e punës apo në formë të sesioneve apo kurseve për trajnim ku do të marrin pjesë vullnetarët.
Ja disa shembuj të formave për trajnim:

- Kurs hyrës për vullnetarët e rinj për informimin e tyre për aktivitetet e Lëvizjes së KK dhe GJHK dhe për shoqatën nacionale.

- Tubim vjetor vullnetar për trajnim, motivim, evaluim dhe ndërtim të shpirtit ekipor.

- Trajnim i individëve për hasjen e aftësive të caktuara të cilat janë të nevojshme për kryerjen e detyrave të caktuara (p.sh. teknika të ndryshme për mobilizimin e fondeve, trajnim për kompjuterë, trajnim për fjalim publik, përgatitje të lajmërimeve për mjetet për informim publik, aftësi elementare për kontabilitet etj).

Trajnime dhe punëtoritë gjithashtu mund të inkorporohen në kuadër të mbajtjes së konferencave dhe seminareve me qëllim që të sigurohet proces i vazhdueshëm i trajnimit për vullnetarë. Mbani mend se, përskaj hasjes së aftësive dhe hasjes së diturive, përfitimi më i madh është mundësia që vullnetarët të takohen me njerëz tjerë dhe të këmbejnë ide dhe informacione që do të kontribuojë që të ketë më shumë të përkushtuar në sigurimin e përkrahjes për shoqatën nacionale.

6. KOMUNIKIM ME VULLNETARË

Komunikimi i mirë është një ndër elementet esenciale për ndërtimin e ekipit efektiv vullnetar. Megjithatë, shpeshherë kjo është rëndë që të arrihet për shkak se vullnetarët punojnë kohë pas kohe dhe ndonjëherë lëshojnë informacione kur nuk janë në KK dhe për shkak se vullnetarët nuk janë gjithmonë pjesë e strukturave zyrtare për komunikim siç janë për shembull prania e shërbimit profesional në mbledhje .

Menaxherët, të punësuarit dhe vullnetarët tjerë patjetër duhet të komunikojnë me vullnetarët. Vullnetarët duhet të jenë të informuar për Lëvizjen, për strukturën, dhe për projektet e shoqatës nacionale si dhe për aktivitetet dhe ngjarjet vijuese. Me rëndësi është që vullnetarët ta kuptojnë detyrën dhe rolin e tyre në kuadër të funksionimit të shoqatës nacionale.

Mënyra për zbatimin e komunikimeve të mira me vullnetarët:

- Kaloni një kohë ta caktuar me vullnetarët gjatë planifikimit të projekteve në të cilat janë të kyçur edhe ata. Kyçni në planifikimin dhe sjelljen e vendimeve dhe tregoni se mendimi i tyre vlerësohet.

  - Vazhdimisht informoni vullnetarët për përparimin dhe arritjet e realizuara të shoqatës nacionale dhe kujdesuni ta kuptojnë rolin e tyre me qëllim që të realizohen qëllimet e planifikuara. Ofroni vullnetarëve mundësi të vizitojnë një pjesë të projekteve dhe të shohin se si realizohen qëllimet.

  - Siguroni mundësi për vullnetarët që të takohen me të punësuarit dhe vullnetarët tjerë që të këmbejnë informacione dhe të hasin përkrahje reciproke. Caktoni termin për mbledhje të rregullta me qëllim që të bëni evaluim të përparimit të realizuar. Ftoni vullnetarët në mbledhjet e rregullta të shërbimit të paguar.

  - Organizoni konferencë vjetore për vullnetarët si dhe seminare gjatë vitit. Ftoni persona të cilët kanë përvojë në përpunimin e projekteve që t'iu drejtohen vullnetarëve.

  - Përgatitni buletine të rregullta për vullnetarët (kjo mund të jetë detyrë për ndonjë vullnetar të caktuar). Përgatitni tabelë të posaçme për shpallje për vullnetarët.

  - Organizoni tubime të kohëpaskohshme sociale për vullnetarët.

  - Ndani pak kohë për çdo javë të bisedoni me vullnetarët dhe kontrolloni rregullisht se a është marrëdhënia ndaj tyre e mirë dhe a vlerësohet si duhet kontributi apo mundi i tyre.

  - Jepni mundësi vullnetarëve t'i tregojnë mendimet e tyre për punën e shoqatës nacionale.

7. DHËNIA E MIRËNJOHJES PËR PUNËN E VULLNETARËVE

Vullnetarët janë resursi më i rëndësishëm i shoqatës nacionale. Si rezultat i kohës dhe mundit të tyre të kontribuar e realizojmë punën tonë me numër të vogël të të punësuarve. Për këtë punë të rëndësishme duhet tu jepet mirënjohje. Ekzistojnë më shumë mënyra që t'iu jepet mirënjohje vullnetarëve.

- Dërgoni letra për mirëseardhje tek të gjithë vullnetarët e rinj.

- Shpeshherë shprehni falënderim, në mënyrë formale apo joformale për kohën dhe orvatjet e vullnetarëve. Kjo mund të bëhet personalisht, nëpërmjet telefonit, me letër, me e-mail, në mënyrë private apo publike para njerëzve tjerë. Kjo punë esenciale, është lehtë për tu bërë dhe

gjithmonë funksionon. Vullnetarët meritojnë të dëgjojnë se puna e tyre vlerësohet.

- Shënoni momente të rëndësishme në shërbimin vullnetar, siç janë 1, 5 apo 10 vite të shërbimit vullnetar, kur ndërmarrin pozitë kyçe apo kur tërhiqen. Kjo mund të bëhet me ndarjen e mirënjohjeve apo shenjës jubilare, organizim të ahengjeve etj.

- Siguroni kujdes dhe përkrahje kur vullnetari është i sëmurë apo kur kalon nëpër periudhë të vështirë të jetës.

- Kujdesuni që vullnetarët të kënaqen në punë. Kontrolloni me rregull se a ndjehen të rehatshëm vullnetarët dhe se a është i vlerësuar mundi i tyre nga ana e OKKK dhe nga Qendra.

- Organizoni manifestime një herë në vit – të jepet mirënjohje për vullnetarët e shquar për kontributin e tyre. Përgatitni bexhe dhe shenja për vullnetarët.

- Shënoni ditëlindjet dhe përvjetoret tjera të rëndësishme të vullnetarëve.

Vullnetarët janë jashtëzakonisht të rëndësishëm për punën e shoqatës nacionale dhe ata meritojnë t'iu jepet mirënjohje në mënyrë adekuate për kontributin e tyre. Për shumicën e vullnetarëve, kontributi i tyre i vazhdueshëm varet nga ajo se si do të vlerësohet mundi i tyre.

Disa organizata joprofitabile e përdorin termin "rrogë psikologjike" që të përshkruajnë se si iu kthehet vullnetarëve (edhe pse shërbimit vullnetar i nevojitet shpërblim psikologjik përskaj rrogave të cilat i marrin).

8. PËRGJEGJËSITË E VULLNETARËVE

Të gjithë vullnetarët kanë përgjegjësi në shoqatën nacionale ku kanë zgjedhur të punojnë dhe të sigurojnë përkrahje. Në pajtueshmëri me kodin etik për shërbimin vullnetar, në vazhdim janë theksuar përgjegjësitë e vullnetarëve me qëllim që të jenë mirë të kuptuar vullnetarët dhe të punësuarit.

- **Si vullnetar i Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe, obligohesh:**

  - Të punosh në pajtueshmëri me parimet themelore të Lëvizjes Ndërkombëtare të KK dhe GJHK dhe ta promovosh diseminimin e tyre.

  - T'i respektosh rregullat për përdorimin e emblemës dhe të ndalosh keqpërdorimin e emblemës.

  - T'i respektosh standardet e punës.

- T'i plotësosh detyrat pa diskriminim në bazë të nacionalitetit, racës, gjinisë, përkatësisë politike apo fesë.
- Ta respektosh besueshmërinë e personave të cilëve iu ndihmon.
- Të promovosh kuptim reciprok.
- Të përgjigjesh në nevojat e të tjerëve në mënyrë humanitare dhe ngushëlluese.

Gjithashtu duhet t'i merrni parasysh gjërat që vijojnë:

- Mbani mend se kur punoni për KK dhe GJHK, ju e paraqitni të gjithë Lëvizjen dhe idealet e saj.
- Mësoni Kodin etik, Parime themelore dhe Shërbimin vullnetar në KK / GJHK si dhe Katlr Konventat e Gjenevës dhe Tre Protokolet Plotësuese.
- Çdoherë keni mirëkuptim për nevojat e të tjerëve.
- Përderisa disa gjëra për KK / GJHK nuk i keni të qarta, kërkoni këshillë nga shoqata nacionale para se të sillni çfarëdo vendimi.
- Ndihmoni të tjerëve që të ndihmohen.
- Jeni të gatshëm të ndërmerrni përgjegjësi dhe mundohuni të jeni gjithmonë të kapshëm.
- Kërkoni të punoni në detyra sipas mundësive tuaja dhe zbatoni me dinjitet detyrat tuaja.
- Siguroni informacione kthyese dhe bëni evaluim të detyrës të cilën e keni zbatuar.
- Mundohuni që ta përforconi shoqatën nacionale me çka do të jeni vazhdimisht të informuar për qëllimet e saj dhe rregulloret për punë.
- Zbatoni raporte pozitive punuese me vullnetarët tjerë dhe përmirësoni komunikimin.

- **Si vullnetar i Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe nuk guxon:**

  - Të japësh resurset e Kryqit të Kuq / Gjysmëhënës së kuqe pa leje paraprake;
  - Ta keqpërdorësh emblemën e KK / GJHL për qëllime personale;

- Ta përdorësh statusin tënd për qëllime private apo për realizimin e fitimit personal apo për person të tretë.

REZIME

- VULLNETARËT JANË RESURS JASHTZAKONISHT I RËNDËSISHËM PËR SHOQATAT NACIONALE.
- KREATIVITETI NË PËRCAKTIMIN E DETYRAVE PËR VULLNETARËT MUND TË REZULTOJË ME REZULTATE JASHTZAKONISHT TË MIRA.
- PROGRAMI PËR REKRUTIMIN E VULLNETARLVE PATJETËR DUHET TË KËNAQË PËRKRAHJE TË FORTË NGA KËSHILLI EKZEKUTIV DHE NGA TË PUNËSUARIT.
- VULLNETARLVE IU NEVOJITET PËRKRAHJE, TRAJNIM DHE INFORMACIONE QË TË MUNDEN MIRË TA KRYEJNË PUNËN E TYRE.
- DHËNIA E MIRËNJOHJES PËR VULLNETARËT ËSHTË FORMË PËR KOMPENSIM PËR ANGAZHIMIN E TYRE DHE MËNYRË QË TË MBAHEN NË ORGANIZATË.

www.redcross.org.mk