

Tartu Jaan Poska Gümnaasium

YFU VAHETUSÕPILASTE KOGEMUSED SPONSORLUSEGA

Uurimistöo

Autor: Ave Täkker XIId

Juhendajad: õp Inga Vendelin
ja Terje Kruup

Tartu 2015

SISUKORD

RESUME	4
SISSEJUHATUS	5
1. YFU KUI ORGANISATSIOON	6
1.1 Lühidalt YFU ajaloost	6
1.2 YFU programmidest	7
1.3 Programmide maksumus.....	7
1.4 Vahetusaasta kogemuse kasulikkus	8
2. SPONSORLUSEST	9
2.1 Sponsorite otsimise põhjused.....	9
2.2 Sponsoriks olemise põhjused.....	9
3. VAHETUSÕPILASTE SPONSORLUSE ANALÜÜS	11
3.1 Toetajate otsimise viisid	12
3.2 Toetajate otsimise meetodid	12
3.3 Toetajate leidmisele kulunud aeg	13
3.4 Toetust andnud sponsorite arv	14
3.5 Toetajatelt saadud summad.....	15
3.6 Mitterahaline toetus	15
3.7 Sponsorite tänamine.....	16
3.8 Sponsorite tänamise aeg.....	17
3.9 Sponsorite otsimine.....	17

3.10 Saadud kogemuse kasutamine	18
KOKKUVÕTE	19
KASUTATUD MATERJAL	20
LISAD	21
YFU vahetusõpilaste kogemus toetajate otsimisega	21

RESUME

This research topic was about YFU (Youth for understanding) exchange students experience with sponsorship.

This research goal was to figure out how exchange students find sponsors, what options are most effective and which ones inefficient.

Author did an anonymous quiz in Youth for understanding organizational communication among students.

In the research analysis students said that they tried to find sponsors through e-mail and by post. Students families and friends helped contributed the most. Exchange students began to look for sponsors about 2-4 months before beginning of the exchange. Almost half exchange students found 1-5 sponsors. Students showed their appreciation by giving their sponsors a "thank you letter". Exchange students thanked their sponsors after they got money. Almost every student did not get anything more than money but some of them got a job and inspiration.

This research consists of 19 pages. 9 literary sources have been referred to.

SISSEJUHATUS

Eesti noored soovivad minna välismaale õppima ja seda võimaldavad erinevad vahetusõpilaseks olemist korraldavad organisatsioonid: Youth for understanding, tõlkes: noorus mõistmiseks (edaspidi YFU), United World Colleges (UWC) Eesti Ühing, Evenor, Evmar, Comeniuse õpilaste õpiränne ja Bellnor. Vahetusaastal viibimine on kulukas ja võib juhtuda, et vanematel ei ole piisavalt rahalisi võimalusi ning õpilased peavad väljaspool pereringi toetust otsima. (Vahendavad organisatsioonid ja stipendiumid, 2014)

Õpilaste vahetusaastaks vajalik summa võib ulatuda kuni 8690. euron. Seetõttu otsivad õpilased sponsoreid, kes nende vahetusaastat toetaksid. (Toetused ja stipendiumid, 2015)

Käesolevas uurimistöös analüüsitakse sponsorite otsinguid YFU kaudu vahetusõpilaseks olnud noorte kogemuste näitel.

Töö eesmärk on välja selgitada, milliseid viise kasutavad vahetusõpilased sponsorite leidmiseks, millised võimalused on kõige efektiivsemad ja millised ebaefektiivsemad. Selleks viiakse vahetusaastal käinud õpilaste seas läbi anonüümne küsitlus.

Töö esimeses osas on antud ülevaade YFU organisatsioonist. Töö teises osas on käsitletud sponsorluse olemust ja põhjust, miks ollakse nõus sponsoriks olema. Kolmandas peatükis analüüsitakse vahetusõpilaste käest saadud vastuseid.

Peamised kasutatud allikad on sponsorlusega seotud raamatud ja veebilehed, näiteks: Pippa Collett ja William Fenot, „The sponsorship handbook“ ja Kim Skildum-Reid ja Anne-Marie Grey, „The sponsorship seeker’s toolkit“.

Uurimistöo valmimine sai võimalikuks tänu juhendajatele Inga Vendelinile ja Terje Kruupile, uurimistöo aluste kursuse läbi viinud Merike Heinale ja Mari Roostikule, samuti küsimustikule vastanud vahetusõpilastele.

1. YFU KUI ORGANISATSIOON

YFU on rahvusvaheline õpilasvahetus programm. Igal aastal osaleb YFU programmides umbes 4000 õpilast, praeguseks on juba üle 250000 õpilase osalenud vahetusõpilasteprogrammides. YFU Eesti organisatsiooniga saab reisida umbes neljakümnesse riiki. Eestisse tuli YFU programmiga 2014/2015 õppima 57 vahetusõpilast. Eestist läks seoses YFU programmiga 2014/2015 õppima üle kaheksakümne õpilase. (Organisatsioon, 2015)

YFU Eesti organisatsioon on mittetulundusühing. YFU Eestis on kuus palgalist kontoritöötajat, kes tegelevad Eestist väljuvate ja Eestisse tulevate vahetusõpilastega ning õpilaste programmidega. YFU Eestis on üle viiesaja vabatahtliku, kes on enamasti endised vahetusõpilased. Vabatahtlikud koolitavad vastuvõtvaid peresid, on tugiisikud, korraldavad vahetusõpilastele infopäevi, sponsorlus koolitusi ja muid vahetusaastaga seonduvaid üritusi. (Organisatsioon, 2015)

YFU Eesti eesmärgiks on aidata kaasa YFU Euroopa organisatsioonide tegevusele. YFU Euroopa esindab oma organisatsioonide huve ja väärtusi, korraldades koolitusi ja seminare YFU vabatahtlikele ja töötajatele. YFU organisatsioonid on loodud üle viiekümne erineva riigi. YFU vahetusprogrammiga saavad osaleda viieteistkümne kuni üheksateistkümne aastased noored. (Organisatsioon, 2015)

1.1. Lühidalt YFU ajaloost

YFU on asustatud dr Rachel Anderseni poolt 1951. aastal Ameerika Ühendriikides. Rachel soovis taastada Sakasamaa ja USA suhteid pärast sõda. USA tahtis aidata Saksamaad üles ehitada ja valitsus pöördus kirikute poole, et Saksamaal elavad noored tuleksid Ameerika Ühendriikidesse. Õpilased õpiksid kohalikes koolides, elaksid kohalike peredega ja õpiksid tundma USA ühiskonda ning selle väärtusi. (Organisatsioon, 2015)

YFU Eesti sai alguse Anne-Pii Saarest, kes oli vahetusõpilane Rootsist Ameerika Ühendriikidesse. Anne-Pii Saar asustas YFU Taani abiga 8. jaanuaril 1993 YFU Eesti. Vahetusõpilasteks on mindud stipendiumite kaudu, iga aastaga on stipendiumite arv kasvanud ja vahetusõpilaste arv kasvanud veelgi rohkem. Esimene vahetusõpilane tuli Eestisse 1995. aastal. Eestist on läinud vahetusõpilaseks üle 1200 õpilase ja Eestisse on tulnud umbes 350 õpilast. (YFU Eestis, 2015)

1.2. YFU programmidest

YFU vahetusõpilaste programmide hulka kuuluvad aastased programmid, semestriprogrammid ja suveprogrammid. Vahetusaasta avardab vahetusõpilaste silmaringi, õpilased julgevad rohkem võõrastega suhelda ja vahetusaasta jooksul valdavalt omandatakse vahetusriigi emakeel. Vahetusaastalt naasnud õpilased on muutunud sihikindlamaks ja ettevõtlikumaks. (Organisatsioon, 2015)

Õpilaste seas on populaarseim vahetusaasta veetmise piirkond Euroopa ning kõige rohkem on vahetusõpilasi käinud Saksamaal, Ameerikas ja Taanis. YFU organisatsioon kogub üha enam populaarsust ja muutub meeldivaks vahetusprogrammiks. Viimasel ajal liitub aina rohkem riike YFU organisatsiooniga. (YFU EESTI Rahvusvaheline Õpilastevahetus, 2014/2015)

Suheldes YFU töötajatega saadi teada, et vahetusaastale minnes saab iga õpilane endale tugiisiku, kelle poole saab pöörduda, kui mingi mure tekib, kas perega või millegi muuga. Tugiisik aitab vahetusõpilasel vahetada pere, kui selleks on vajadus. YFU organisatsiooniga vahetusaastale minnes, tehakse õpilasele kindlustus, kui õpilasega peaks midagi juhtuma, siis kindlustus katab vajalikud kulud. Vahetusõpilasele jääb alati õigus riigist lahkuda, kui selleks on vajadus. Juhul, kui vahetusõpilasel on probleeme kooliga, on võimalik minna teise kooli. Vahetusõpilane aga saadetakse kodumaale tagasi, kui õpilane tarvitab keelatud aineid või rikub muid kokkulepituid reegleid. Vahetusõpilased käivad (riigis, kus nad viibivad) koolis ning õpivad samamoodi nagu kohalikud õpilased. Vahetusõpilastel hindu ei arvestata, aga õpilane peab aktiivselt tundides osalema ja tunnis kaasa tegema nii palju, kui õpilane oskab.

1.3. Programmide maksumus

YFU aastased programmid maksavad 4990-9400 eurot. Osalustasu jaguneb Euroopas 50 protsenti vastuvõtvale maale, 27 protsenti YFU Eestile, 18 protsenti sõidule ja kindlustusele ning ülejäänud seminaridele ja stipendiumifondi. Euroopas jagunevad vahetusaasta kulud järgnevalt: 38 protsenti vastuvõtvale maale, 22 protsenti YFU Eestile, 38 protsenti sõidule ja kindlustusele ning 2 protsenti läheb stipendiumifondi. Vahetusaasta osalustasu sisaldab kindlustust, õpilasele kohta gümnaasiumis, lennupileteid ja YFU poolt korraldatud üritusi. (Organisatsioon, 2015)

1.4. Vahetusaasta kogemuse kasulikkus

Vahetusaastal viibinud õpilastega vesteldes on esile tulnud, et vahetusaastal õpib noor paremini mõistma nii iseennast, kui teisi inimesi, sest kõrval on eakaaslased teisest keskkonnast teistsuguste mõtete ja väärtushinnangutega. Vahetusaasta avardab maailmapilti. Turismireis ei anna ammendavat pilti maa kultuurist ega seal elavatest inimestest. Seetõttu on vahetusaastal viibimine ainulaadne kogemus. YFU vahetusprogramm aitab õpilastel mõista üksteist kultuuride erinevusega ja austada üksteist. Elades välismaal, saab üsna kiiresti selgeks, mis on seelses kultuuris sarnane meie kultuuripildi ja arusaamadega, mis mitte.

2. SPONSORLUSEST

Sponsorlus on äri ja heategevuse partnerlus, milles saavad kõik osapooled kasu (tarbija, ettevõtte ja heategevuslik organisatsioon). Heategevuslik organisatsioon saab oma tegevust tutvustada ja saab rahalist tulu, ettevõtte parandab mainet, tarbijad hakkavad rohkem ettevõtet usaldama. Müügitulemused võivad paraneda ning tarbija saab heategevuslikku organisatsiooni toetada. (Pringle, 2003)

2.1. Sponsorite otsimise põhjused

Sponsorlust otsivad üksikisikud, organisatsioonid ja firmad, et saada toetust näiteks raha või firma toodete näol. Sponsorid soovivad vastutasuks saada enamasti reklaami, kuid on ka neid firmasid, kes omavahel läbirääkimisi peavad, mis oleks firmale või üksikisikule kõige kasulikum. Firmad ja üksikisikud tahavad saada tulu sellest, kui sponsoreerivad vahetusõpilasi, kuid on ka erandeid, üldiselt tahavad firmad ja eraisikud midagi vastutasuks saada. (Grey, 2008)

Sponsoreid otsitakse sellepärast, et eraisikul või organisatsioonil on edukaks ürituse korraldamiseks või mõneks muuks sündmuseks, millegi puudus. Enamasti saadavad inimesed kirju paljudele firmadele, kellest vaid vähesed toetavad. Sponsorid on väga olulised, sest nendest võib oleneda, kas üritus toimub või mitte, lisaks meelitavad leitud sponsorid omakorda teisi sponsoreid toetama.

Sponsoreid otsivad enamasti kõige rohkem noored, kuna õpilased tahavad kogeda midagi sellist, mida pole nad varem kogenud ja saavutada soovitud eesmärk. Näiteks, inimene otsib kohvikust ürituse jaoks sponsorlust ning hiljem läheb sellesse kohvikusse tööle, kuna tal on juba seal tutvused olemas ja on lihtsam tööd saada. Samuti võib sponsorlus aidata kaasa mõnel muul viisil ning uurimisküsitluse tulemustest saab sellest täpsemalt teada. (Grey, 2008)

2.2. Sponsoriks olemise põhjused

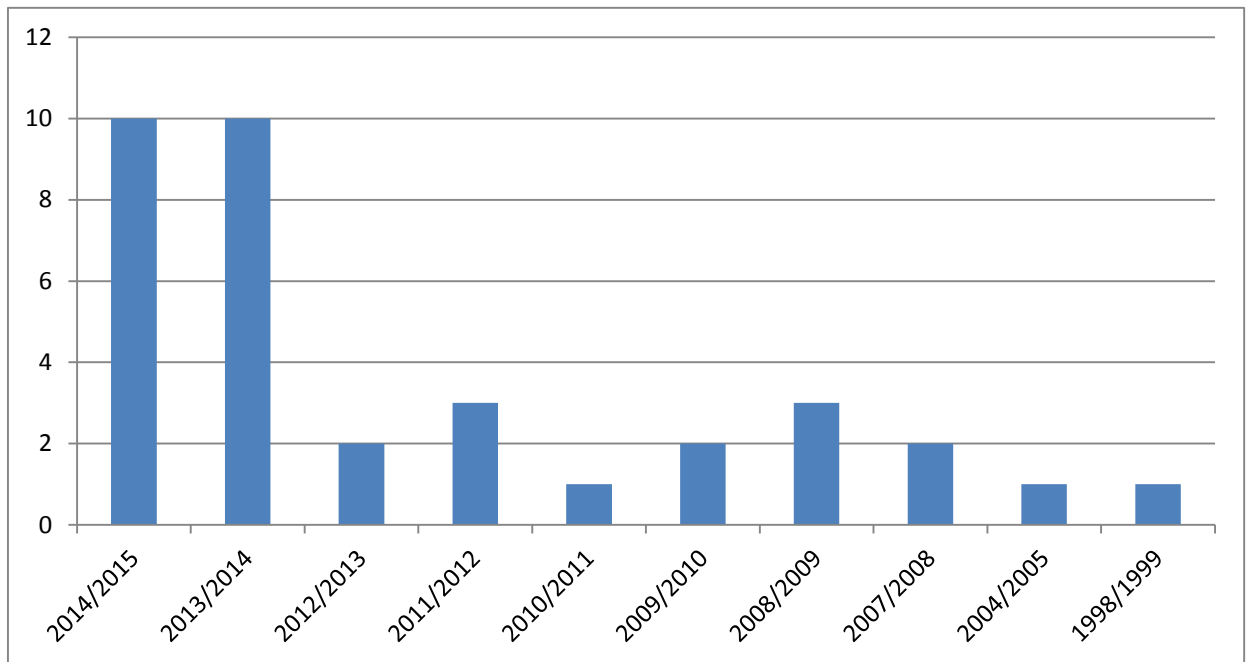
Sponsoriks ollakse nõus olema sellepärast, et inimesed tahavad aidata teisi inimesi või muuta maailma paremaks. Eraisikute toetamise põhjused võivad olla: isiklik kasu, kohustus, maksusoodustused, isiklik kogemus või kokkupuude, pinge ja surve, kui keegi lähedane on seotud. Ettevõtted toetavad sellepärast, et: luua maineväärtust, head nime, juhtkond on teemast huvitatud, valitsuse poolne surve, luua kontakte ja seeläbi suurendada kasumit. (Lonks, 2014)

YFU vahetusõpilastele ollakse sponsoriks sellepärast, et lähedased otsivad sponsoreid või on näinud, kui raske on leida sponsoreid ja seejärel hakanud noori rohkem toetama. Sponsorid tahavad toetada tublisid ja ettevõtlikke noori. Sponsorid toetavad just YFU organisatsiooni vahetusõpilasi sellepärast, et programm avardab maailmapilti ja silmaringi ning noored pingutavad, et nad saaksid minna aastaks välismaale õppima. (Lonks, 2014)

Sponsorid valivad, keda toetada kirja/dokumentatsiooni, kokkusaamise, tunnetuse/kõhutunde, piirkonna ja tutvuste põhjal. Edasised valikud tehakse motivatsiooni, personaalsete omaduste, pühendumise, eneseväljendusoskuse, suhtlemisoskuse, elukoha ja perekonna põhjal, millist vahetusõpilast sponsoreerida. Ettevõtted eelistavad toetada vahetusõpilast, kes ei lähe vaid sellepärast, et puhata/suvitada ja vanematest eemale saada, vaid huvitub valitud maast ja seal õppimisest. (Lonks, 2014)

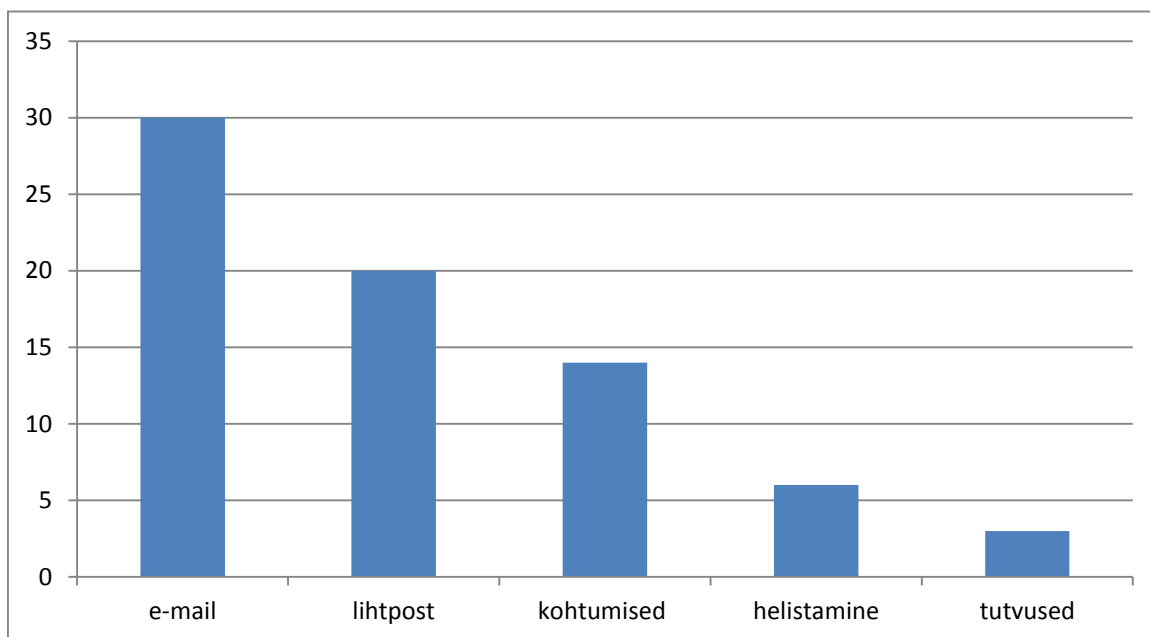
3. VAHETUSÕPILASTE KOGEMUSTE ANALÜÜS

Käesoleva uurimistöö käigus viidi YFU vahetusõpilaste seas läbi anonüümne küsitlus Google Docs keskkonnas, mille eesmärk oli teada saada, kuidas sponsoreid otsitakse, millised olid ebaefektiivsed ja efektiivsed sponsorite otsingud. (Lisa 1.) Küsimustikule vastas kokku 35 vahetusõpilast, kellest 10 õpilast osales 2014/2015 aastal ja 10 õpilast 2013/2014 aastal ja ülejäänud 15 õpilast osalesid varasematel aastatel. (Joonis 1.)



Joonis 1. Küsitlusele vastanute vahetusaasta

3.1. Toetajate otsimise viisid



Joonis 2. Toetajate otsimise viisid

Vastanutele ette antud toetajate otsimise valikust kerkisid esile eelkõige interneti ja arvutiga seotud võimalused, nagu näiteks soovide levitamine e-mailiga ja lihtposti teel. (Joonis 2.) Internetiga seonduvad võimalused tunduvad loogilised sellepärast, et tänapäeval on interneti kättesaadavus väga suur, arvutis on kõike palju lihtsam teha, leida kontakte ja saab kiiremini informatsiooni edastada.

Kaks vahetusõpilast lisisid, et levitasid infot kodukohas ning sealsed lähedased toetasid neid.

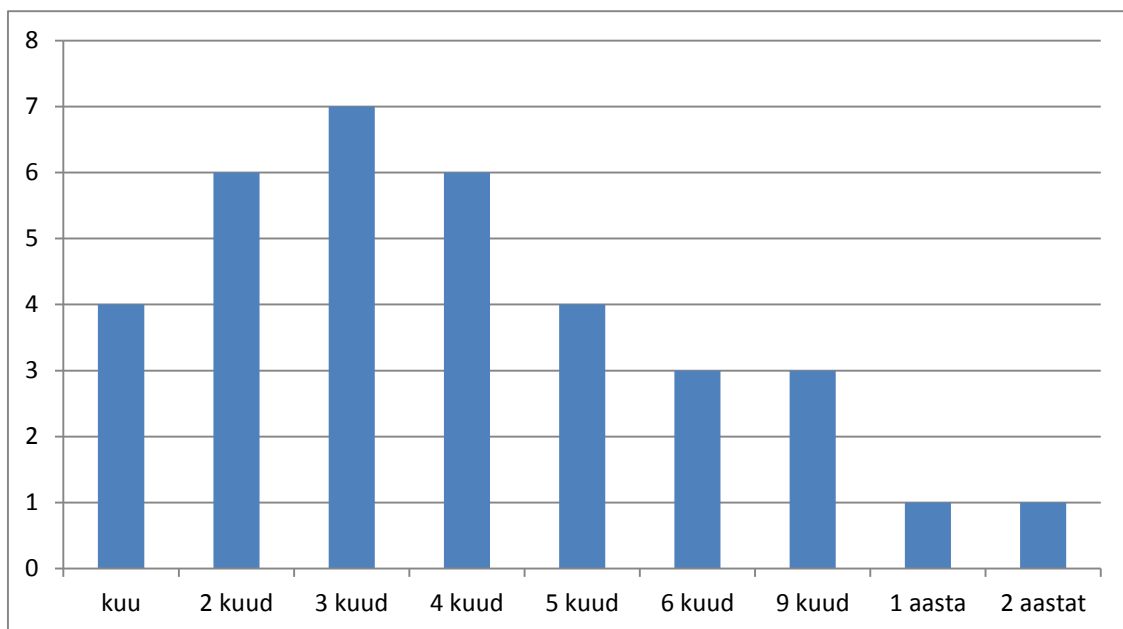
3.2. Toetajate otsimise meetodid

Vahetusõpilased saatsid e-maile või kirju, mis koosnesid tiitellehest, CV-st, eluloost/motivatsioonikirjast ja soovituskirjast ning umbes 2-10 päeva pärast kirjutamist, helistasid noored firmadele. Firmade valiku aluseks võeti näiteks internetist "TOP 100 Eesti firmat". Need firmad valiti, sest infot ja kontakte oli kõige lihtsam leida. Õpilased lootsid, et selles nimekirjas olevad firmad toetavad neid, sest on majanduslikult heal järjel ja edukad.

Vahetusõpilaste vastustest tulid esile veel järgmised võimalused:

- „Disainisin oma nii öelda proffoolio Jaapani- päraselt, et panin üles äärde õitsevate kirsioite ikooni.“
- „Õmblesin koos oma emaga pehmeid kaisukaid, mida müüsimine ning tänu sellele ettevõtmisele otsustasid paljud ettevõtted mind toetada. Kaisukad andsin kõik isiklikult üle ning paljudel kordadel otsustasid toetajad mind selle eest veidi suuremate summadega premeerida.“
- „Panin kooli jõululaadal oma kogumiskasti üles ja sain sealt päris normaalse summa.“

3.3. Toetajate leidmisele kulunud aeg

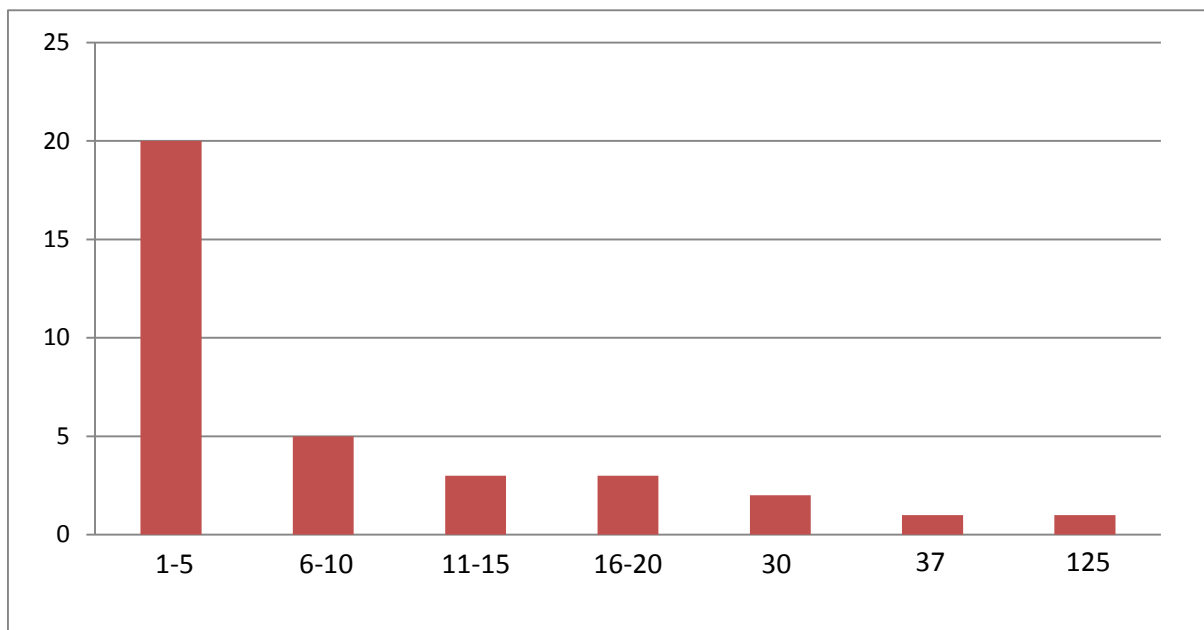


Joonis 3. Toetajate leidmisele kulunud aeg

Küsimustikule vastanud vahetusõpilastest 18 hakkasid sponsoreid otsima 2-4 kuu jooksul. 2-4 kuud enne vahetusaastat on viimane aeg hakata sponsoreid otsima, et jõuaks veel toetust saada. Vähem populaarseks osutusid üks ja kaks aastat, mõlemat varianti valiti ühe korra. Küsitluses selgus, et vahetusõpilased, kes hakkasid varem sponsoreid otsima, said rohkem sponsoreid, sest neil oli aega rohkem ja firmad said toetamist ette planeerida. Sponsoreid näib olevat kõige mõttekam otsima hakata pärast seda, kui leping on sõlmitud, sest siis on kõige suurem tõenäosus sponsoreid ka leida. (Joonis 3.)

Lisaks mainisid küsitletud noored ajakulu tekitava põhjusena, et võimalikud sponsorid ei vasta kirjadele kohe, vaid peab helistama mitu korda ja lõpuks tuleb firma esindajatega kokku saada, kui tahetakse vahetusõpilaselt täiendavat lisainformatsiooni saada.

3.4. Toetust andnud sponsorite arv

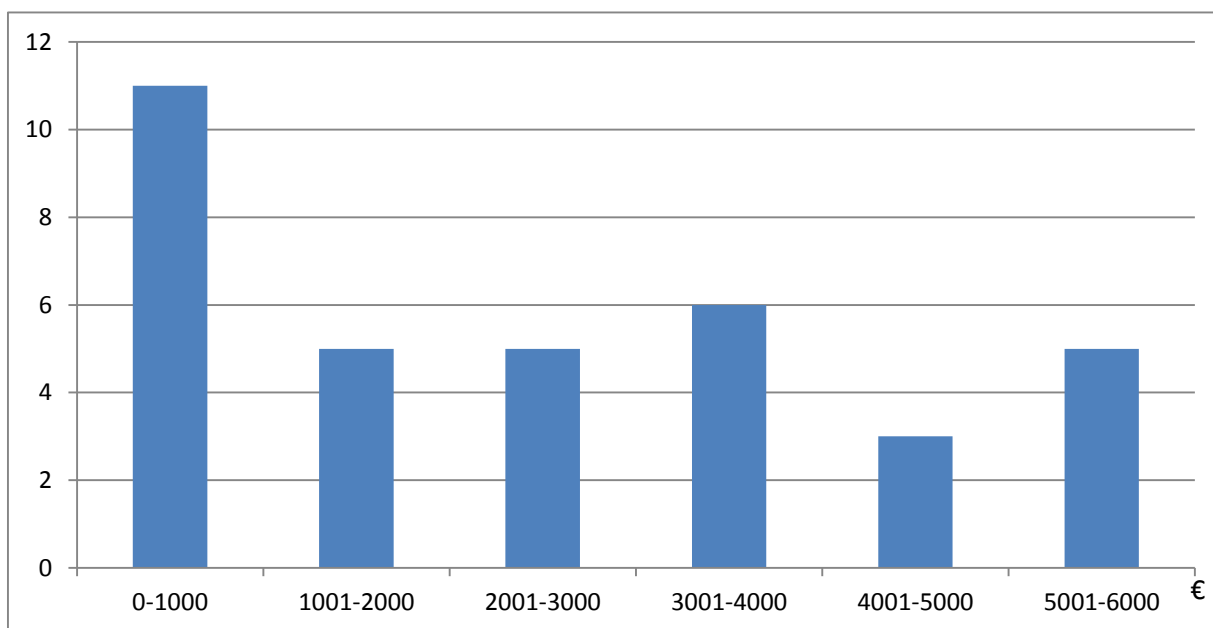


Joonis 4. Sponsorite arv

Kakskümmend vahetusõpilast kirjutas, et neid toetas 1-5 ettevõtet/eraisikut. (Joonis 4.). Sponsoreid, kes toetaks on väga vähe ja vahetusõpilased kirjutavad samadele firmadele, 3.2 peatükis mainiti, et vahetusõpilased kirjutavad "TOP sajas" olevale firmale. Kuna õpilased kirjutavad samadele firmadele, ei paku sponsorluskirjad firmadele enam huvi ja ei taheta toetada. Samas leidub firmasid, kellele pole kirjutatud, aga oleksid nõus toetama õpilasi. Vastustest selgus, et on vähe õpilasi, keda toetasid üle kuue firma. Üks vahetusõpilane, kes läks 2014/2015 aastal Belgiasse leidis endale umbes 125 eraisikut/ettevõtet, kes teda toetasid sellepärast, et ta õmbles ise kaisukaid ja firmad olid nõus teda toetama.

Vastustest selgus, et vahetusõpilasi toetavad pigem vähesed firmad ja toetuste summa on erinev ning sõltub firmade võimalustest ja huvist.

3.5. Toetajatelt saadud summad



Joonis 5. Sponsoritelt saadud summad

Noortelt küsiti, kui palju nad said toetajatelt raha. Vastata oli võimalik valides erinevate summade vahemikke, kõige populaarsemaks summaks, millega ettevõtted ja eraisikud toetasid vahetusõpilasi, osutus 0-1000 eurot. Vahetusõpilasi toetati pigem väikeste summadega, kuid leidis 5 õpilast, kes said vahetusaasta kogu summa sponsorite käest. Kõige vähem toetasid sponsorid vahetusõpilasi summadega vahemikus 4001-5000 eurot. (Joonis 5.)

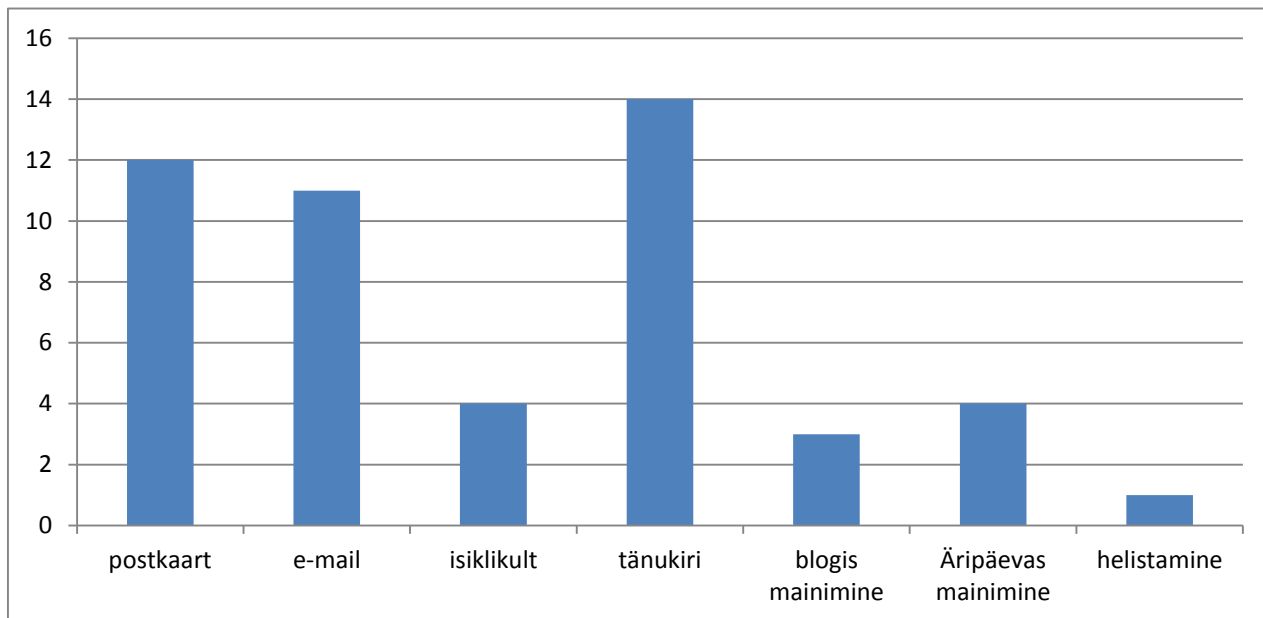
Vahetusõpilased, kes said firmadelt rohkem raha, alustasid sponsorite otsimisega enamasti vähemalt 6 kuud enne vahetusaasta algust ja tegelesid sponsorite otsimisega aktiivsemalt.

3.6. Mitterahaline toetus

Küsimusele „Kas said toetajatelt lisaks rahale veel midagi?“ vastas jaatavalt 6 (17%) ja eitavalt 29 (83%) noort (Joonis 6.). Jaatavalt vastanud 3 õpilast said juurde motivatsiooni ja julgustavaid sõnu, mis aitas neil sponsoreid edasi otsida. Üks vahetusõpilane vastas, et ta sai YFU eristipendiumi. Kahele vahetusõpilasele pakuti tööd, kellest üks keeldus, aga teine oli nõus ja teises firmas sai teine vahetusõpilane tasuta enda flaiereid ja pabereid printida. Firmad

ei paku enamasti peale raha midagi, sest midagi muud reeglina ei küsita. Firmad, kellel pole rahalisi võimalusi võivad anda õpilastele oma tooteid või ei toeta üldse vahetusõpilast.

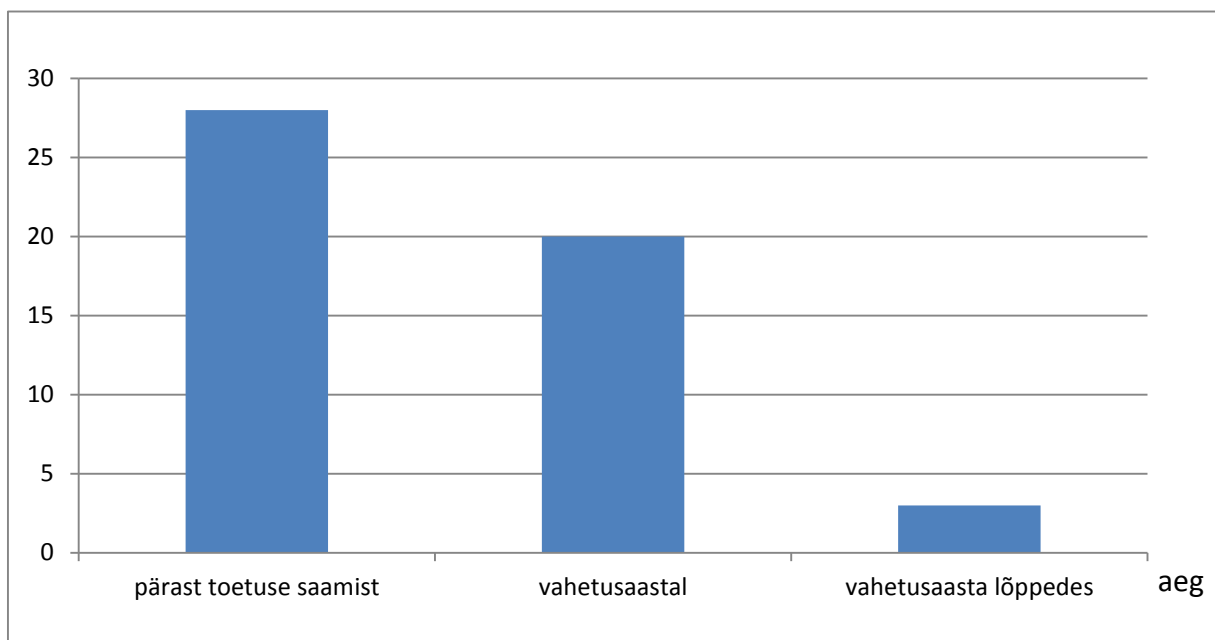
3.7. Sponsorite tänamine



Joonis 7. Sponsorite tänamise viisid

Kõige levinum sponsorite tänamise viisiks vastanute hulgas osutus YFU või enda kirjutatud tänukirjad. Lisaks mainisid 4 vahetusõpilast neid toetanud firmasid Äripäevas. YFU kajastab iga aasta ajalehes „Äripäev“ vahetusõpilasi toetanud firmasid. Vahetusõpilased küsivad sponsoritelt, kes on neid toetanud, kas nad tahavad, et nende firmasid/eraisikuid kajastatakse „Äripäevas“. Juhul, kui sponsor on nõus, siis kajastatakse teda „Äripäevas“ ja kui ei ole nõus, siis ei avaldata firma/eraisiku nime. (Joonis 7.). Sponsoreid sai tänada kõige lihtsamini YFU kaudu, aga mõnele õpilasele meeldis isiklikult toetajatele „aitäh“ öelda. Vahetusõpilased tegid ise või ostsid vahetusaastal olles postkaardid ja saatsid sponsoritele. Üks vahetusõpilane lisas, et ta ostis suurematele toetajatele lisaks tänukirjale kommikarbi.

3.8. Sponsorite tänamise aeg



Joonis 8. Sponsorite tänamise aeg

Vastajatelt sooviti teada, mis hetkel nad tänasid sponsoreid. Kõige rohkem tänasid vahetusõpilased sponsoreid pärast toetuse saamist (Joonisel 8.). Vahetusõpilased andsid kirjades teada, kuidas neil läheb ja millega nad tegelevad. Vahetusõpilased said peale toetuse saamist teada, kui palju nad peavad veel sponsoritelt raha koguma. Pärast toetuse saamist on õpilased õnnelikud, vahetusõpilased tahavad tänada sponsoreid ja edastada neile enda head emotsiooni.

3.9. Sponsorite otsimise kogemusest

Vahetusõpilased mainisid, et kõige lihtsam võimalus on otsida toetus lähedaste käest, sest lähedaste, näiteks ema või isa firma, toetab enamasti ainult oma töötajate lapsi ja tuttavaid. „Õppisin, et ma ei soovi seda enam kunagi uuesti läbi teha, et meilide saatmine on 99% juhtudest ajaraiskamine ja et suur osa toetustest tuleb siiski onupojapoliitika alusel.“ Firmad ei taha võõraid toetada, sest nad ei tunne noori isiklikult ja ei usalda neid.

Vahetusõpilased lisasid, et meilide teel saab väga palju negatiivseid vastuseid ja seetõttu võib motivatsioon väheneda. Vahetusõpilased kirjutasid, et sponsorite leidmine võtab väga palju aega ja sponsoreid on väga raske leida, tuleb olla järjepidev, enesekindel ning tuleb osata ennast „müüa“. Seega vahetusõpilased peavad kiirelt õppima, kuidas enda esitlust, kirja muuta või sellist muljet jätta, et firmad toetaksid õpilast.

3.10. Saadud kogemuse kasutamine

Küsitletud noored leiavad, et said sponsorite otsimise kogemusest julgust ning enesekindlust juurde, oskavad ennast nüüd näiteks paremini väljendada, üritusi korraldada, enda initsiatiivi näidata ja on väärtusliku elukogemuse võrra rikkamad. Mõned vastanuist pole saadud oskusi seni teadlikult kasutanud, kuid usuvad, et kogemus on neid positiivselt mõjutanud.

Näiteid noorte vastustest:

- „Olen kasutanud neid kogemusi töökoha otsimisel ja muudel kandideerimistel, kus tuleb "ennast müüa".“
- „Hetkel teen YFU-s toetajate otsimiskoolitusi ning olen oma oskustega otsinud sponsoreid erinevate kooliürituste jaoks.“
- „Muutusin ettevõtlikumaks ja julgemaks. Kui noor saab sellega hakkama, saab ta ka järgmiste suurte tegudega hakkama. Potentsiaal on hakata ise ettevõtjaks vms. Olen nüüd ise hilisemas elus toetajate leidmisega ka suuresti edasi tegelenud, leidnud toetajaid ka muudeks sündmusteks, tänu minu varajasele kogemusele olen antud valdkonnas üsna pädev.“

KOKKUVÕTE

Käesoleva uurimistöö käigus sooviti välja selgitada, kuidas otsivad Youth For Understanding organisatsiooni vahetusõpilased endale välisriigis õppimise plaani teostamiseks sponsoreid. Samuti analüüsiti, millised on efektiivsemad ja ebaefektiivsemad sponsorite otsimise viisid.

Töö käigus viidi Youth For Understanding organisatsiooni vahetusõpilaste seas Google Docsi keskkonnas läbi anonüümne küsitlus.

Küsimustiku analüüsi alguses on välja toodud vahetusõpilaste vahetusaasta, mis töö käigus ei omandanud tähendust, kuna vahetusaastal viibimise aeg ei mõjutanud sponsorite leidmise võimalusi. Vastanud vahetusõpilased otsisid sponsoreid eelkõige e-maili teel ja vähesed tuttavate kaudu. Küsimustikule vastanud noorte arvates on sponsoreid kõige mõttekam otsida lähedaste seast, sest kirjutades võõrastele inimestele saab palju negatiivseid vastuseid ja kaob motivatsioon sponsoreid edasi otsida.

Vahetusõpilased otsisid internetist edukamaid Eesti firmasid ja saatsid neile kirju ja meile, kuid enamasti ei andnud see positiivset tulemust. Vahetusõpilased, kes mõtlesid raha saamiseks välja mingi originaalsema viisi, said rohkem sponsoreid. Näiteks kirjutas üks noor: „Õmblesin koos oma emaga pehmeid kaisukaid, mida müüsimine ning tänu sellele ettevõtmisele otsustasid paljud ettevõtted mind toetada. Kaisukad andsin kõik isiklikult üle ning paljudel kordadel otsustasid toetajad mind seepeale veidi suuremate summadega premeerida.“

Vahetusõpilased hakkasid sponsoreid otsima enamasti 2-4 kuu jooksul enne vahetusaasta algust. Õpilased, kes hakkasid juba varem sponsorite otsimisega tegelema leidsid rohkem toetajaid, sest neil oli rohkem aega oma strateegiate välja mõtlemiseks.

Kuus küsimustikule vastanud vahetusõpilast vastasid, et nad said peale raha veel näiteks motivatsiooni ja toetavaid sõnu, eristipendiumi, parbereid printida või tööd.

Sponsoreid tänati vahetusõpilaste poolt kõige rohkem kohe pärast toetuse saamist ja vahetusaasta jooksul. Vahetusõpilased kasutasid tänamiseks kõige rohkem tänukirju ja postkaarte, kuid üks vahetusõpilane saatis suurematele toetajatele lisaks kommikarbid.

Kasutatud materjal

- Vahendavad organisatsioonid ja stipendiumid.* (2014). Kasutamise kuupäev: 28. märts 2015. a., allikas Rajaleidja - SA Innove: http://www.rajaleidja.ee/vahendavad-organisatsioonid-ja-stipendiumid/&parent_id=25419
- Organisatsioon.* (2015). Kasutamise kuupäev: 28. märts 2015. a., allikas YFU Eesti Rahvusvaheline õpilasvahetus: <http://www.yfu.ee/yfu-eesti/>
- Toetused ja stipendiumid.* (2015). Kasutamise kuupäev: 28. märts 2015. a., allikas YFU Eesti Rahvusvaheline õpilasvahetus: <http://www.yfu.ee/toetused-ja-stipendiumid/>
- YFU Eestis.* (2015). Kasutamise kuupäev: 28. märts 2015. a., allikas YFU Eesti Rahvusvaheline õpilasvahetus: <http://www.yfu.ee/yfu-eestis/>
- Elina Peedonson, T. Ü. (5. April 2006. a.). *Rajaleidja*. Kasutamise kuupäev: 20. November 2014. a., allikas Sponsorite leidmine nõuab suurt pingutust: <http://www.rajaleidja.ee/98690/>
- Grey, K. S.-R.-M. (2008). *The sponsorship seeker's toolkit*. Australia: McGraw-Hill Book Company.
- Lonks, R. (30. December 2014. a.). *Eesti Keskkoolinoori toetavate eraettevõtete esindajate ajendid MTÜ YFU Eesti näitel*. Kasutamise kuupäev: 3. January 2015. a., allikas Eesti Keskkoolinoori toetavate eraettevõtete esindajate ajendid MTÜ YFU Eesti näitel: http://www.yfu.ee/public/Eesti_keskkoolinoori_toetavate_eraettevotete_esindajate_toitamise_ajendid_MTU_YFU_Eesti_naitel_Reeli_Lonks_2014.pdf
- Pringle, H. &. (2003). *Hingega bränd: Kuidas sotsiaalseosega turundus kujundab brände*. Tallinn: Pegasus.
- YFU EESTI Rahvusvaheline Õpilasvahetus. (3. September 2014/2015. a.). *Õpilaste ajakiri Avasta Maailma*. Kasutamise kuupäev: 17. November 2014. a., allikas <http://www.yfu.ee/yfu-ajakiri-avasta-maailma-5/>

LISA 1

Küsimustik

Olen Tartu Jaan Poska Gümnaasiumi õpilane Ave Täkker ning teen uurimistööd YFU vahetusõpilaste kogemusest toetajate otsimisega. Küsimustik on anonüümne ning vastuseid kasutatakse üldistatud kujul.

Sinu vahetusaasta maa? *

Sinu vahetusaasta aeg? *

Mis võimalusi kasutasid toetajate otsimisel? *

- e-mail
- kirjad
- kohtumised
- videod
- Muu:

Mis meetodeid kasutasid toetajate otsimisel, kirjelda: *

Näiteks: Helistasid ette ja leppisid kokku kohtumise, postitasid enda video sotsiaalmeedi kanalitesse vms.

Kui palju on Sul toetajate leidmiseks aega kulunud? *

Mitu eraisikut/ettevõtet Sind toetas? *

Kui palju õnnestus Sul toetajate abiga raha kokku saada? *

- kuni 100 eurot
- 101-500 eurot
- 501-1000 eurot
- 1001-1500
- 1501-2000
- 2001-2500
- 2501-3000
- Muu:

Kas said toetajatelt lisaks rahale veel midagi? *

- Jah
- Ei

Kui jah, siis mida täpsemalt?

A vertical slider control with a central track and two handles, one at the top and one at the bottom, used for selecting a range or value.

Kuidas Sa toetajaid tänasid? *

A vertical slider control with a central track and two handles, one at the top and one at the bottom, used for selecting a range or value.

Mis hetkel Sa toetajaid tänasid? *

A vertical slider control with a central track and two handles, one at the top and one at the bottom, used for selecting a range or value.

Mida õppisid toetajate otsimise kogemusest? *

A vertical scale with a central bar and arrows at the top and bottom, used for rating.

Kuidas saaks kasutada või oled kasutanud toetajate otsimisest saadud kogemust? *

A vertical scale with a central bar and arrows at the top and bottom, used for rating.