

**Пособие**  
**по организации добровольной помощи и услуг**  
**в некоммерческих организациях**  
**и государственных учреждениях**  
**социальной сферы**  
**силами молодежи**

Технологии  
Опыт  
Статьи  
Аналитические материалы

Санкт-Петербург  
2010

«Пособие по организации добровольной помощи и услуг в некоммерческих организациях и государственных учреждениях социальной сферы силами молодежи», 2010.

Под редакцией В.А. Лукьянова и С.Р. Михайловой.

СПб.: ООО «МультиПроджектСистемСервис» - 80 с.

Пособие издано в рамках реализации Санкт-Петербургской региональной благотворительной общественной организацией «Благотворительное общество «Невский Ангел» проекта «Вектор добровольчества – антикризис» на средства гранта, предоставленного Региональной общественной организацией «Институт проблем гражданского общества» на основании решения Конкурсной комиссии по итогам Открытого Конкурса проектов некоммерческих неправительственных организаций, имеющих социальное значение, в сфере образования, искусства, культуры, общественной дипломатии, поддержки малоимущих и социально незащищенных категорий граждан, объявленного на основании Распоряжения Президента РФ № 160-рп «Об обеспечении в 2009 году государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества».

Пособие рассчитано на руководителей государственных и негосударственных организаций социальной сферы, представителей органов государственной и муниципальной власти, представителей высшей школы и средств массовой информации, организаторов добровольной работы граждан, на все организации и лица, действующих в области развития добровольчества.

ISBN 978-5-903811-08-3

© СПб ОО «Благотворительное общество  
«Невский Ангел», 2010

© «МультиПроджектСистемСервис», 2010

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	4
<b>Раздел 1: Особенности и технологии вовлечения молодежи в практику добровольчества</b>	
«Молодые добровольцы – как их заинтересовать и удержать, как помочь им стать эффективными?», Михайлова С.Р. ....	5
Общие методы привлечения добровольцев для работы в государственных и негосударственных организациях социальной сферы .....	9
Аналитический отчет по результатам опроса организаций участников проекта «Вектор добровольчества – антикризис» и добровольцев .....	22
Отчет о проведении социологического исследования отношения молодежи к добровольчеству, Фесик Е. ....	31
«Игра в команде – секреты успеха», Гилева Т. ....	37
«Простые секреты, или как мы ходим в детские дома», Гилева Т. ....	41
«Как мы создавали «улей» и разводили «пчел», Иванова Я.Л. ....	42
«Добровольчество в России. Резервы становления и развития», Хананашвили Н.Л. ....	45
«Роль молодежных добровольческих ресурсов в современной благотворительности. Опыт Санкт-Петербурга», Михайлова С.Р. ....	48
<b>Раздел 2: Роль информации и социальной рекламы в процессе вовлечения молодежи в практику добровольчества</b>	
«О роли социальной рекламы в развитии добровольчества», Дворко С.Б. ....	53
«Медиаобразование в России: современный вектор для «третьего сектора»», Федоров А.В. ....	55
«Информационно-ресурсное обеспечение «третьего сектора»: проблемы и перспективы», Демидов А.А. ....	57
<b>Раздел 3: Подходы к определению социальной и экономической оценке эффективности добровольного труда</b>	
«Труд добровольцев в России: проблемы организации и оплаты», Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. ....	60
«Об экономической эффективности добровольческой деятельности», Тетерский С.В. ....	63
«Негосударственные некоммерческие организации и экономика», Кострикин А.В. ....	67
«О некоторых аспектах оценки экономического эффекта труда добровольца», Радушинская А.И. ....	72
«Общие рекомендации к процессу организации работ по определению эффективности добровольного труда. Компиляция», Редакционная группа брошюры .....	76

## ВВЕДЕНИЕ

Пособие по организации добровольной помощи и услуг в некоммерческих организациях и государственных учреждениях социальной сферы силами молодежи издано в рамках реализации Санкт-Петербургской региональной благотворительной общественной организацией «Благотворительное общество «Невский Ангел» проекта «Вектор добровольчества – антикризис» на средства гранта, предоставленного Региональной общественной организацией «Институт проблем гражданского общества» на основании решения Конкурсной комиссии по итогам Открытого Конкурса проектов некоммерческих неправительственных организаций, имеющих социальное значение, в сфере образования, искусства, культуры, общественной дипломатии, поддержки малоимущих и социально незащищенных категорий граждан, объявленного на основании Распоряжения Президента РФ № 160-рп «Об обеспечении в 2009 году государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества».

В пособии представлены материалы, описывающие технологии вовлечения молодежи в практику добровольческой деятельности, описание двух исследований (и их отчеты), предметами которых было выявление ожиданий молодых добровольцев от работы в организациях социальной сферы, изменения, которые произошли в жизни добровольцев в ходе этой работы, определение изменений, которые произошли в организациях, в которые пришли добровольцы, а также выявление степени информированности молодежи, степени ее вовлеченности и отношения молодежи к практике социального добровольчества. В пособии также представлено описание практического опыта организации работы молодых добровольцев на базе государственных организаций помощи детям и в общественном объединении (принципы, основы, правила, выводы).

Поскольку исследованиями и описаниями опыта доказываемая значительная роль информации в процессе вовлечения молодежи в практику добровольной работы, этой области посвящен ряд статей, ориентированных на представление роли социальной рекламы, роли медиаобразования, проблемам и перспективам информационно-ресурсного обеспечения некоммерческого сектора.

В пособии также уделяется внимание описанию подходов к процессу создания системы оценки социальной и экономической эффективности добровольной работы. Поскольку в российской практике нет прецедентов легитимного применения критериев и методик для проведения соответствующей оценки, а в некоторых регионах, например в Санкт-Петербурге, такая разработка находится в планах мероприятий по реализации Концепции развития социального добровольчества на период до 2011 года, нами представлена группа статей представителей высшей школы города и компиляция из разных источников, представляющая общие рекомендации к процессу организации работ по определению эффективности добровольного труда.

Пособие рассчитано на руководителей государственных и негосударственных организаций социальной сферы, представителей органов государственной и муниципальной власти, представителей высшей школы и средств массовой информации, организаторов добровольной работы граждан, на все организации и лица, действующих в области развития добровольчества.

# Раздел 1: Особенности и технологии вовлечения молодежи в практику добровольчества

**Михайлова Светлана Ростиславовна,**  
исп. директор СПб ОО Благотворительное общество «Невский Ангел».  
Специалист по работе с организациями,  
методист Санкт-Петербургского Городского Центра  
поддержки добровольческих инициатив  
[msr47@yandex.ru](mailto:msr47@yandex.ru) , [www.kdobru.ru](http://www.kdobru.ru)

## **МОЛОДЫЕ ДОБРОВОЛЬЦЫ – КАК ИХ ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ И УДЕРЖАТЬ, КАК ПОМОЧЬ ИМ СТАТЬ ЭФФЕКТИВНЫМИ?**

*Существующая международная и российская практика использования молодежных добровольческих ресурсов в социальной сфере подтверждает эффективность молодежного добровольчества в решении социальных проблем и задач. Вашей организации также вероятно нужны молодые добровольцы. Но как их привлечь, заинтересовать, удержать? Предлагаю поразмыслить над мотивацией молодых добровольцев...*

Добровольцем может стать любой, даже официально нетрудоспособный человек при наличии у него соответствующего мотива. Сегодня основными мотивами добровольческой деятельности и добровольного труда людей являются:

*Реализация личностного потенциала.* Реализация личностного потенциала, проявление своих способностей и возможностей, осуществление человеческого предназначения являются ведущими мотивами участия человека в социально значимой деятельности. Важная роль в поддержании данной мотивации принадлежит осознанию человеком собственного внутреннего потенциала, определению личной миссии, выбору жизненного пути.

*Общественное признание, чувство социальной значимости.* Для человека важно получить положительное подкрепление своей добровольческой деятельности со стороны значимого окружения, утвердиться в собственных глазах, ощутить свою причастность к общественно полезному делу. Основа такой мотивации – потребность человека в высокой самооценке и внешней оценке со стороны окружающих. Такая оценка играет важную роль в выборе человеком целей и задач собственной деятельности, направления личностного роста.

*Самовыражение и самоопределение.* Возможность проявить себя, заявить о своей жизненной позиции, найти свое место в системе общественных отношений. Потребность человека в осознании собственной индивидуальности, уникальности своего внутреннего мира и желание выполнять в обществе роль, согласно своей индивидуальности – основа мотивации самовыражения и самоопределения.

*Профессиональное ориентирование.* Добровольческая деятельность и добровольный труд позволяет человеку, особенно молодому, лучше сориентироваться в различных видах профессиональной деятельности, получить реальное представление о предполагаемой профессии или выбрать направление профессиональной подготовки.

*Приобретение полезных социальных и практических навыков.* Добровольческая деятельность и добровольный труд позволяет приобрести полезные навыки, напрямую не относящиеся к профессиональному выбору человека, но важные для жизни. К ним можно отнести приобретение навыков работы с компьютером, с различными видами техники,

строительных навыков, опыта межличностного взаимодействия, навыков оказания помощи тяжело больным. Потребность в деятельностном и социальном освоении окружающего мира, в использовании всех возможностей, предоставляемых человеку обществом – одна из насущных потребностей современного человека. Добровольчество должно способствовать развитию таких социальных навыков, как:

- коммуникативные способности;
- ответственное взаимодействие с различными социальными группами;
- исполнительская дисциплина;
- лидерство;
- защита и отстаивание прав и интересов человека и группы;
- реализация предоставленных полномочий;
- делегирование полномочий;
- творческий подход к делу;
- инициативность.

*Возможность общения, дружеского взаимодействия с единомышленниками.*

Добровольческая деятельность и добровольный труд позволяют приобрести единомышленников, найти значимый для себя круг общения и получить поддержку в дружеском взаимодействии. Одна из глубинных человеческих потребностей – стремление к общению и взаимодействию, потребность быть принятым и вовлеченным в личностно значимые социальные отношения. Добровольный выбор деятельности, ее социальная направленность позволяют людям найти единомышленников, установить с ними дружеские отношения. Добровольческая деятельность должна предоставлять людям возможность радостного совместного взаимодействия.

*Приобретение опыта ответственного лидерства и социального взаимодействия.*

Добровольческая деятельность дает человеку возможность проявить себя в различных моделях взаимодействия, приобрести навыки, необходимые в дальнейшей жизни, для ответственного лидерства и исполнительской деятельности. Потребность в приобретении опыта ответственного взаимодействия является осознанной социальной потребностью человека.

*Выполнение общественного и религиозного долга.* Социальная добровольческая деятельность и добровольный труд является естественной потребностью человека. Эта потребность вытекает из осознания гражданского, религиозного и этического долга, свидетельствует о высоком личностном развитии.

*Организация свободного времени.* Немаловажным мотивом участия в добровольческой деятельности является возможность организации собственного свободного времени - досуга. Вместе с тем, организация свободного времени не может быть ведущим мотивом для участия в добровольческой деятельности.

В основе мотивов, побуждающих людей к добровольной работе в социальной сфере, лежит значительный спектр индивидуальных и социальных потребностей, присущих каждому человеку:

- потребность в общении и стремление быть социально полезным другим людям, потребность применения профессионального и житейского опыта (молодые пенсионеры);
- потребность влиять и участвовать в социальных изменениях, желание реализовать себя, свои инициативы (люди с высшим образованием, специалисты в гуманитарных областях);
- потребность расти и развиваться (молодые люди, студенты);
- потребность в милосердии, доброте, подвижничестве и стремление решать проблемы других людей и свои собственные (люди среднего и старшего возраста).

В последние годы среди мотивов добровольцев стали преобладать более прагматичные мотивы, такие, как:

- проба себя на пути к профессии,

потребность в дополнительной информации, контактах, навыках, возможностях (молодежь, студенты гуманитарных и иных средних и высших учебных заведений);

- профессиональный интерес для карьерного роста (молодые специалисты);
- потребность получения специальных знаний и навыков, необходимых в семье, в составе которой есть граждане пожилого возраста, инвалиды, дети, больные заболеваниями, требующими специфического лечения, и пр.

Координатору добровольцев и руководителю любого уровня необходимо понимание потребностей добровольцев, чтобы обеспечить их удовлетворение через предлагаемую работу. Потребности, с которыми потенциальные добровольцы приходят в организации социальной сферы, можно сгруппировать и таким образом:

- Потребность в признании. Люди хотят, чтобы их работа или проявленные способности, высоко оценивались другими.
- Потребность в достижении. Людям нравится ощущать, что они выполнили что-то очень важное.
- Потребность в самоконтроле. Многим людям хочется ощущать себя независимыми, чувствовать, что они несут ответственность за свою жизнь и поступки.
- Потребность в разнообразии. Людям, как правило, надоедает делать одно и то же. Само по себе добровольчество помогает человеку внести разнообразие в жизнь.
- Потребность в росте. Люди стремятся к развитию, расширению и обогащению своего опыта, знаний или повышению своего жизненного статуса.
- Потребность в общении. Потребность человека принадлежать к какой-то группе, быть признанным, любимым, сотрудничать в связке с другим человеком или группой. Для этих людей важно работать в команде, получать групповые задания.
- Потребность в развлечении. Хотя это может показаться несерьезным, но потребность в приключениях и развлечениях у некоторых людей, особенно молодых, очень сильна.
- Потребность быть единственным. Эта потребность человека чувствовать себя особенным, значимым.

Большинство людей начинает испытывать заинтересованность в работе, если удовлетворена, хотя бы одна, или более, из трех основных социальных потребностей:

- Потребность в достижениях.
- Потребность в принадлежности.
- Потребность оказывать влияние.

У каждого добровольца существуют конкретные нужды и потребности. Формировать условия, удовлетворяющие их, - трудная задача, цель которой не изменить добровольца как личность, а подобрать для него подходящее занятие, которое даст ему возможность удовлетворить свои потребности одновременно с потребностями Учреждения. Важно обеспечить получение добровольцем "моральной компенсации" за то полезное, что он сделал. В этом суть проблемы удержания добровольцев. Но Учреждение не сможет добиться своих целей, если позволит добровольцам работать только ради своих интересов.

Использование молодежного добровольного труда в благотворительных и общественных организациях позволяет быстро расширить их ресурсные и сервисные возможности.

При этом участие молодежи в добровольном труде для клиентов организации будет прямо или косвенно влиять на процесс ее воспитания, в частности:

- способствовать получению информации о социальной жизни Санкт-Петербурга, проблемах и нуждах населения, развитию жизненного опыта и повышению ответственности молодежи за будущее Санкт-Петербурга;
- пробуждать чувства сострадания, милосердия, заботы, воспитывать толерантность;

- развивать гражданское самосознание и предоставлять возможность получения навыков самореализации и самоорганизации для решения социальных задач;
- стимулировать профессиональную ориентацию и профессиональное развитие, тем самым способствовать личностной устойчивости и социализации молодежи.

Необходимо помнить, что гуманистическая мотивация – не самая распространенная в молодежной среде. Поэтому, работая с молодыми добровольцами, необходимо разнообразить инструменты, обеспечивать адекватные условия и стимулы.

Молодежь теряет интерес к порученной добровольной работе в тех случаях когда:

- возникает противоречие между ожиданиями и предлагаемой деятельностью;
- выполняемая добровольная работа не влечет реальных изменений, не проявлены ее результаты;
- добровольная работа однообразна и неинтересна;
- нет необходимой поддержки и одобрения со стороны других;
- нет возможности для личного роста, удовлетворения учебно-профессиональных потребностей, получения новых знаний, навыков, полезных для жизни,
- отсутствуют возможности для проявления инициативы и творческих способностей;
- возникают напряженные отношения с другими добровольцами или персоналом организации.

Для молодых людей важен очевидный, осязаемый результат добровольческой деятельности и добровольного труда, они предпочитают получить его в короткий период и рассчитывают на достойную оценку. Особую важность для молодых добровольцев приобретает *имидж соответствующей добровольческой деятельности*. Он должен ясно свидетельствовать о его целях, задачах, отражать характер деятельности и нести яркую, эмоциональную, позитивную нагрузку. Имидж добровольческой деятельности включает следующие значимые составляющие:

- *миссия* деятельности – ожидаемый результат совместных усилий, направленность организации, ее ценностные ориентации, декларируемые принципы;
- *общественное мнение* – то впечатление, которое деятельность производит на членов местного сообщества, оценочные суждения, вызываемые данной деятельностью;
- *бренд* – внешние узнаваемые символы и атрибуты деятельности, отражающие ее стиль и характерные особенности;
- *внутренняя культура* – стиль межличностных отношений, эмоционально-психологический климат, принятые формы взаимоотношений среди участников деятельности;
- *организационная культура* – взаимоотношения, установившиеся между организаторами и участниками социальной деятельности, степень общей организованности, трудовая дисциплина, порядок и системность в деятельности.

Наиболее предпочтительными для молодежи являются такие формы добровольческой деятельности, как досуговая деятельность (организация свободного времени детей, подростков и молодежи), социально-психологическая и юридическая поддержка (молодежные психологические и юридические службы), спортивная, туристическая и военная подготовка (детские и молодежные лагеря), творческое развитие детей и людей с ограниченными возможностями (организация творческих мероприятий, конкурсов, праздников), информационное обеспечение и пропагандистские акции, социально-медицинская помощь (службы милосердия в больницах), экстренная помощь (пожилым и инвалидам), помощь в реставрационных работах и др.

## **ОБЩИЕ МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЦЕВ ДЛЯ РАБОТЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

Потребность быть полезным, заложена в каждом человеке. Для людей это естественно. Большинство людей испытывают потребность быть полезными каждый день. Нет человека, который хотя бы один раз безвозмездно не поделился с другим тем, чем он сам обладает: душевным теплом, знаниями, физической силой, материальными ресурсами. У каждого человека свой мотив и представления о своем предназначении. При этом всех нас объединяет то, что по личной потребности, личному выбору и воле, мы, в хорошем смысле слова, «обречены» творить добро.

И в государственных и в негосударственных организациях социальной сферы область работы с добровольцами имеет существенные особенности и отличия от области управления персоналом. Прежде всего, эти особенности касаются методов привлечения и мотивирования, методов управления и организации их труда. Часто руководители и организаторы добровольной работы говорят: "Привлечь добровольцев очень не просто! Если и находим людей, то, зачастую это оказываются не те люди, которые нужны нашей организации. А те, которые нужны, быстро уходят, и мы не можем их удержать!" Наиболее успешные организации выстраивают свою систему ценностей и культуры, привлекающую добровольцев в организацию и одновременно, создают поддерживающую организационную структуру работы с добровольцами. Будущее вашего дела во многом зависит от добровольцев, которых Вы привлекли и от обстановки, созданной Вами для их работы...

Организации, придерживающиеся той точки зрения, что работа с добровольцами – одна из важнейших областей, более устойчивы и эффективны в достижении своих целей. Это происходит потому, что добровольцы – источник универсальных ресурсов. Если в организацию приходят нужные люди, то с ними "приходят" и нужные ресурсы.

Квалифицированные организации, действующие в социальной сфере и привлекающие к своей деятельности добровольцев, как правило, ставят перед собой три основные задачи:

- привлечь нужных добровольцев,
- сделать работу добровольцев максимально полезной для клиентов организации и объектов ее работы,
- сделать работу добровольцев максимально комфортной и позитивной для них самих.

Сегодня в России уже довольно много организаций, привлекающих добровольцев для своей деятельности и для деятельности партнерских, или дружественных организаций. Есть немало добровольческих центров, предоставляющих услуги по привлечению добровольцев другим НКО. К сожалению, полноценно действующих добровольческих центров (имеются в виду те, которые предоставляют полный набор услуг по соединению интересов людей и потребностей организаций, оказывают системную гарантированную поддержку добровольчества и продвигают идеи добровольчества в общество) пока единицы...

### **ПЛАНИРОВАНИЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИХ РАБОТ.**

Планирование при работе с добровольцами – важнейший элемент работы, придающий устойчивость организации в области управления человеческими ресурсами. По сути, планирование добровольческих работ – это фундамент, на котором Вы построите все здание добровольческой работы людей в Вашей организации. Осуществляя планирование на этапе привлечения добровольцев, Вы значительно уменьшите неоправданные ожидания персонала

и добровольцев. Работа Вашей команды в части планирования организации работы с добровольцами будет обязательно вознаграждена качеством работы Ваших добровольцев и постоянством их состава.

Прежде всего, решите, для чего Вашей организации нужны добровольцы, и нужны ли они в принципе? Что они будут делать в Вашей организации? Вы рассчитываете, что работа добровольцев увеличит возможности Вашей организации, укрепит ее имидж, расширит спектр услуг клиентам? Кто из Вашей команды может посвятить свое время тем добровольцам, которые придут к Вам? Как Вы будете фиксировать их ответственность перед Вашей организацией? Наконец, сколько, будет стоить организация добровольной работы людей и работа с добровольцами? Чтобы разобраться в этом, ответьте на вопросы в таблице 1 и определите готовность Вашей организации к вовлечению в ее деятельность добровольцев. 10-ть вопросов, предлагаемые Вам в таблице являются, по сути, канвой плана, который Вам необходимо сформировать, если Ваша организация намерена начинать, или развивать работу с добровольцами.

Таблица 1

<b>10 ФОРМАЛЬНЫХ ВОПРОСОВ, НА КОТОРЫЕ ДОЛЖНА ОТВЕТИТЬ ОРГАНИЗАЦИЯ НА ЭТАПЕ ПЛАНИРОВАНИЯ РАБОТЫ С ДОБРОВОЛЬЦАМИ</b>		
<b>Вопросы</b>	<b>Готовность организации к работе с добровольцами – выше 60%</b>	<b>Готовность организации к работе с добровольцами – ниже 40%</b>
<b>1. Учитывает ли стратегия деятельности Вашей организации работу с добровольцами?</b>	<i>Да, это один из принципов развития организации.</i>	<i>Стратегия пока не определена.</i>
<b>2. Кто в Вашей организации так считает? Чье это решение?</b>	<i>Члены Правления, менеджеры программ, персонал, это общее видение команды.</i>	<i>Исполнительный директор.</i>
<b>3. В какие структуры Вы планируете привлекать добровольцев? Это программы или проекты, отделы или службы, уже существующие, или новые?</b>	<i>Для двух новых проектов, в социальную службу и для помощи в офисе.</i>	<i>Добровольцы нужны везде. Мы в стадии самоорганизации.</i>
<b>4. Каковы Ваши ожидания от работы добровольцев? В чем преимущества и недостатки?</b>	<i>Мы увидели явные преимущества. Проблемы, которые неизбежно возникнут, мы в состоянии решить.</i>	<i>Больше всего мы опасаемся, безответственности, новые люди могут разрушить то, что уже создано</i>
<b>5. Определены ли сферы ответственности и вакансии для добровольцев?</b>	<i>Да, сферы и список вакансий подготовлен координатором и утвержден директорами программ/проектов.</i>	<i>Пока нет, но возможно в этом вообще нет необходимости.</i>
<b>6. Определены ли требования к квалификации и личным качествам добровольцев, в зависимости от вакансий?</b>	<i>Определены соответственно ответственности.</i>	<i>Это лишняя бюрократия.</i>
<b>7. Чем добровольцы будут заниматься? Определены ли их обязанности и полномочия?</b>	<i>Обязанности и полномочия добровольцев определены. Но они могут гибко корректироваться.</i>	<i>Обязанности и полномочия будут определяться вместе с добровольцами.</i>
<b>8. Организованы ли рабочие места, обеспечена ли работа добровольцев тем, что им потребуется?</b>	<i>Для работы в офисе выделена и оборудована комната, есть канцелярские принадлежности, а для поездок – бесплатные</i>	<i>Добровольцы сами могут обустроить рабочие места и найти все, что им необходимо.</i>

	<i>проездные билеты. Есть все для работы с клиентами.</i>	<i>Это одна из их задач.</i>
<b>9. Кто будет осуществлять работу с добровольцами? Есть ли в организации координатор по работе с добровольцами? Какова его квалификация?</b>	<i>Да, координатор есть, он обучен для этой работы и имеет опыт организации добровольческих программ.</i>	<i>Руководители проектов справятся сами.</i>
<b>10. Сколько все это будет стоить? Определены ли источники ресурсов для организации добровольческой работы?</b>	<i>Составлена смета затрат на работу с добровольцами. Ресурсы для этого охотно дают спонсоры, часть ресурсов учтена в новых проектах.</i>	<i>Для работы добровольцев не требуется много ресурсов. Об источниках пока не думали.</i>

Ответив самим себе на этапе планирования, каковы Ваши планы и возможности для работы с добровольцами, каковы Ваши ожидания от добровольцев, имеете ли Вы источники ресурсов для работы с добровольцами, Вы будете в дальнейшем уверенно и успешно осуществлять работу с добровольцами.

Разработанный регламент политики работы с добровольцами и организационные методики и технологии, используемые в Вашей организации, помогут представить людям (и добровольцам, и сотрудникам) те реальные условия, в которых им предлагается работать. Очевидно, что для достижения общего видения в этой области, требуется ряд совместных действий.

Основными шагами и действиями являются следующие:

- Определить и обосновать необходимость работы добровольцев в организации.
- Рассмотреть предложения лидеров, персонала, добровольцев по этому поводу.
- Увидеть (+) и (-) прихода добровольцев.
- Выработать политику и регламент работы с добровольцами.
- Сформировать план работ по привлечению добровольцев.
- Определить ответственность за организацию добровольной работы и работу с добровольцами на этапах: привлечения, подготовки, сопровождения.
- Определить возможные потребности добровольцев в информации и обучении.
- Определить потребности в ресурсах.
- Принять необходимые решения.
- Реализовать план.

При планировании добровольческих работ лидерам организации необходимо увидеть и определить:

- области деятельности организации, которые необходимо развивать,
- программы, проекты, акции, мероприятия, которые напрямую решают поставленные организацией задачи, но не имеют достаточных человеческих ресурсов,
- общие виды работ, которые не требуют постоянной занятости, полноценной нагрузки, повседневной занятости, но обременительны для имеющегося персонала,
- услуги и виды работ для клиентов, которые необходимо расширять, и которые могут выполнять добровольцы при определенной подготовке и обучении.

Таблица 2

<b>ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ В РАБОТЕ ДОБРОВОЛЬЦЕВ И ВИДОВ ДОБРОВОЛЬНЫХ РАБОТ</b>
<b>Оценка потребностей организации: добровольцы для текущих услуг</b>

Перечислите все основные <u>существующие виды услуг/работ</u> Вашей организации с клиентами (объектами помощи и заботы)	Отметьте те из них, которые <u>полностью осуществляются сотрудниками</u> организации	Отметьте те из них, которые <u>могут выполняться добровольцами</u>	Необходимое количество добровольцев
<b>1. Основные клиенты</b>			
<b>2. Косвенные клиенты</b>			
<b>Оценка потребностей клиентов организации: <i>добровольцы для перспективных услуг</i></b>			
Перечислите все основные планируемые виды услуг/работ Вашей организации с клиентами (объектами помощи и заботы)	Отметьте те из них, которые <u>будут полностью осуществляться сотрудниками</u> организации	Отметьте те из них, которые <u>могут выполняться добровольцами</u>	Необходимое количество добровольцев
<b>1. Основные клиенты</b>			
<b>2. Косвенные клиенты</b>			

Результатом этой работы может стать так называемый "Перспективный перечень добровольческих работ", в который Вы занесете все виды работ, которые можете поручать добровольцам. Раздайте этот документ сотрудникам и добровольцам Вашей организации и предложите им принять участие в кампании по привлечению добровольцев.

Продуманная подготовка персонала поможет минимизировать конфликты и повысить эффективность работы добровольцев в организации. Эту функцию целесообразно закрепить за менеджером, организатором, или координатором по работе с добровольцами. Важно, чтобы руководитель и основные лидеры/менеджеры организации были его помощниками в этой подготовке. На этапе подготовки персонала к приходу добровольцев существует два важных компонента:

1. Выявить опасения персонала и увидеть (-) от работы добровольцев.
2. Определить и продемонстрировать персоналу преимущества (+) от работы добровольцев.

Обсуждая совместно опасения и преимущества, сотрудники неизбежно придут к общему мнению о перевесе преимуществ. Тогда и выявятся те необходимые действия, которые необходимо осуществить, чтобы максимально избежать недостатков, связанных с приходом добровольцев в организацию и усилить преимущества.

*Типичные опасения (-):*

- Они безответственны
- Они имеют скрытые мотивы
- Они отнимут много времени
- Они потребуют дополнительных материальных затрат
- Они увеличат количество конфликтов
- Они увидят изнутри наши слабые стороны
- Они захотят войти в состав штатного персонала
- Они могут изменить наши принципы и имидж

Они не поверят в нашу Миссию

*Явные преимущества (+):*

Они нас поддержат

Они расширят наши возможности

Они сделают то, что мы не успеваем или не можем

Они увеличат объем нашей помощи и наших услуг

Они принесут новые решения, идеи и информацию

Они привлекут дополнительные ресурсы

Они создадут здоровую конкуренцию

Они продвинули нашу Миссию в обществе и будут способствовать доверию к нашей работе

Установление позитивных деловых взаимоотношений персонала и добровольцев в организации – ответственность руководителя организации и координатора по работе с добровольцами. Осознайте и назовите самые сильные аргументы в пользу совместной работы персонала и добровольцев в интересах Миссии организации и ее целей. Предложите персоналу сопоставить эти аргументы с опасениями личного и делового характера, и Вы получите хорошие шансы для создания благоприятного климата. Тогда основной персонал и добровольцы могут стать коллегами и партнерами, привнося в организацию дух сотрудничества и творчества.

Фаза планирования позволяет руководству организации и штатным сотрудникам выяснить свои ожидания от работы добровольцев. Она дает возможность заранее устранить неясности и проблемы. Чтобы учесть при планировании различные интересы, в разработке кампании по набору добровольцев, как правило, участвуют представители различных подразделений организации: члены Правления, исполнительный директор, координатор, руководители программ, проектов, служб, сотрудники, активные добровольцы, клиенты. Осуществляя планирование, не увлекайтесь формалистикой. Старайтесь сохранять баланс технологического и человеческого подходов.

Помните! Добровольцы нужны там, где требуются неформальные отношения и человеческое тепло, где необходимо творчество и новые идеи, там, где существует преданность делу и вера в него. Добровольцы останутся там, где их не просто ждут, а там, где созданы условия для их работы и творчества, где продумана и подготовлена организационная система работы, где есть реальные ресурсы для организации их работы и работы с ними.

#### ФОРМИРОВАНИЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИХ ВАКАНСИЙ.

Чем точнее определены роли и подробнее сформулированы обязанности персонала и добровольцев, тем меньше неразберихи в повседневной работе и выше социальный эффект организации.

Важно увидеть общие цели и задачи персонала и добровольцев - это цели и задачи самой организации. Не менее важно определить сферы ответственности, роли и подчиненность сотрудников и добровольцев, разделить их обязанности.

Пример рабочей таблицы:

Цель	Задачи	Сфера ответственности	Роль	Обязанности	Подчинение
		СОТРУДНИКИ			

		ДОБРОВОЛЬЦЫ			

Итак, цели и задачи у сотрудников и добровольцев общие. Общими (одинаковыми) могут быть сферы ответственности (например, оказание поддержки пожилым людям или распространение информации) и роли (например, лидер или исполнитель), а обязанности - всегда разные! Никогда не дублируйте обязанности оплачиваемых сотрудников и добровольцев!

Заполнение подобной таблицы удобно и полезно для:

- планирования добровольческих вакансий и работ
- планирования потребностей в человеческих ресурсах в целом
- делегирования полномочий персоналу и добровольцам и определения рамок
- составления должностных инструкций
- обеспечения прозрачности и открытости организации
- повседневной работы и проведения мероприятий
- формирования отчетов.

Описание добровольческих вакансий поможет Вам уверенно проводить кампанию по набору добровольцев, направлять заявки в Добровольческий Центр, или Агентство, участвовать в ярмарке добровольческих вакансий, проводить выступления и презентации, работать со СМИ и т. д.).

Пример описания добровольческой вакансии:

1. Название вакансии:

2. Для кого/с кем будет работать доброволец (клиенты, целевые группы, объекты):

3. В чем заключается добровольная работа (основные обязанности):

4. Условия работы добровольца/добровольцев:

опишите место работы добровольца (в офисе, реабилитационном центре, в приюте, на дому у клиента, на улице и т.д.)

укажите временной график работы (сколько дней и часов в месяц, в неделю, в день)

укажите чем (как) обеспечивается работа добровольца (какие материалы, оргтехника, инструменты для работы, средства ухода, индивидуальные средства защиты и т.д. предоставляются добровольцу для работы, какие затраты добровольца компенсируются)

5. Количество добровольцев, которое требуется для указанной работы \_\_\_\_\_

Требования к добровольцу/добровольцам:

Пол и возраст добровольца/добровольцев \_\_\_\_\_

Образование \_\_\_\_\_

Профессиональный опыт \_\_\_\_\_

Жизненный опыт \_\_\_\_\_

Практические навыки \_\_\_\_\_

Свободное время \_\_\_\_\_

Предпочитаемые мотивы для добровольной работы \_\_\_\_\_

Место проживания \_\_\_\_\_

Иное \_\_\_\_\_

В повседневной работе у сотрудников часто возникает соблазн использовать или занять «праздно шатающегося» добровольца. Однако, добровольцы – не мальчики и девочки на побегушках. Прежде всего, сотрудникам необходимо придерживаться установленных правил и распределенных обязанностей. Тем не менее, в каждой организации случаются такие моменты, когда объявляется полный аврал. Например, при проведении акции.

### ПОИСК И НАБОР ДОБРОВОЛЬЦЕВ.

Где и как искать добровольцев? Дать заметку в местную газету? Или развернуть широкую рекламную кампанию в СМИ? Может быть, стоит обратиться к клиентам, партнерам, друзьям, родственникам? Может быть - в дружественные общественные организации?

Привлекая добровольцев, необходимо определить, на каком этапе привлечения наша организация находится.

Этапы привлечения добровольческих ресурсов в организации можно определить следующим образом:

I. НАБОР - Формирование добровольческих ресурсов

II. ВОСПОЛНЕНИЕ - Сохранение стабильности добровольческих ресурсов

III. РАЗВИТИЕ - Увеличение добровольческих ресурсов

Определяя этап привлечения (а они могут меняться в зависимости от новых программ и проектов, от изменения приоритетов и стратегий, от объема имеющихся ресурсов и пр.), организация сможет осуществлять не спонтанный, а продуманный поиск своих добровольцев, сможет объективно выбрать форму набора. Осуществляйте продуманный поиск добровольцев, имейте в виду, что пожилые люди охотно слушают местные радиопрограммы, а молодые люди отзываются на яркие примеры и возможности для карьерного роста...

Рассмотрим основные формы и методы привлечения/набора добровольцев в таблице 3, и увидим, в каких случаях они будут наиболее эффективны.

Таблица 3

<b>ФОРМЫ НАБОРА И МЕТОДЫ ПОИСКА ДОБРОВОЛЬЦЕВ</b>		
<b>Формы набора</b>	<b>Методы поиска</b>	<b>Эффективность</b>
<b>Широкое привлечение</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Распространение брошюр и плакатов</li> <li>▪ Объявления в СМИ</li> <li>▪ Информация через Интернет</li> <li>▪ Взаимодействие с НКО/НГО</li> <li>▪ Специальные акции</li> <li>▪ Объявления на мероприятиях НКО/НГО</li> <li>▪ Выступления в учебных заведениях, бизнес кампаниях</li> <li>▪ Участие в ярмарках вакансий</li> </ul>	<p><b>Для набора добровольцев любого возраста, пола, с различными интересами.</b></p> <p><b>Для выполнения любых добровольческих работ.</b></p> <p><b>Для набора добровольцев на разовые акции.</b></p> <p><b>Для привлечения добровольцев в Добровольческие Центры, Агентства, службы и т.д.</b></p>
<b>Целенаправленный набор</b>	<p>Все те же методы.</p> <p>Но важно указывать, для каких работ требуются добровольцы и, каковы критерии их отбора (например: только юноши 18-25-ти лет, со специальным образованием, владеющие компьютером; женщины после 55-ти лет,</p>	<p><b>Для набора добровольцев на подготовленные вакансии, с определенными обязанностями.</b></p> <p><b>Для набора добровольцев по конкурсу в целевые проекты и службы.</b></p>

	имеющие опыт ухода за лежачими больными)	<b>Для набора добровольцев в профильные учреждения и центры.</b>
<b>Набор по принципу «концентрических колец»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Информация в уже действующих добровольческих группах</li> <li>▪ Мероприятия для причастных и друзей организации</li> <li>▪ «Сарафанное радио»</li> </ul>	<p><b>Для набора добровольцев на особо ответственные вакансии.</b></p> <p><b>Для особых поручений, которые не афишируют.</b></p>
<b>Привлечение из ближайшего окружения</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Индивидуальные предложения</li> <li>▪ Обучение ценностям группы</li> <li>▪ Разработка и поддержка философии привлечения</li> <li>▪ Равнение на авторитеты</li> </ul>	<p><b>Для «замкнутых» групп: община, школа, специальное учреждение (Хоспис).</b></p> <p><b>Там, где важна идентификация и духовная, философская, моральная, идейная связанность.</b></p>

Как видно из таблицы, при различных задачах набора, целесообразно использовать различные формы и методы. Не стоит давать широкую информацию в СМИ, если требуется три человека для работы на компьютере. Однако, если существуют особые требования к этим трем добровольцам и планируется конкурсный отбор, то это вполне возможно.

Привлекая людей к работе в Вашей организации, Вам необходимо не только ясно и понятно объяснять, для какой конкретной работы нужны добровольные помощники, но, прежде всего, объяснять цели этой работы. Кому поможет то, что, Вы намерены делать с помощью добровольцев? Участниками, каких общественных процессов становятся Ваши добровольцы? Что изменится в обществе в результате действий организации и, конкретно, благодаря работе добровольцев? Кроме этого, Вам необходимо продумать, чем привлечь добровольцев к деятельности Вашей организации? В чем состоит привлекательность Вашей организации по сравнению с множеством других? Если такой особой привлекательности пока нет, нужно ее создать. Возможно, в Вашей организации есть особые традиции, которые можно распространить на добровольцев. Может быть, для добровольцев Вы можете предложить какие-то интересные формы работы, например клубы по интересам, лаборатории идей и инноваций, где могут проявиться способности каждого. Сформулируйте, что может измениться в жизни добровольца в лучшую сторону, если он придет в Вашу организацию. Например, с какими интересными людьми он познакомится, какие новые знания получит? Может быть, в вашей организации предусмотрены какие-либо особые услуги, особая символика для добровольцев или специальная форма. Решите, целесообразно ли добровольцам иметь удостоверения Вашей организации.

Привлечь людей к Вашей деятельности могут самые разнообразные возможности, открывающиеся для них. Это соучастие в достижении высоких целей, возможности профессионального роста, уход от одиночества, приобретение новых знаний и навыков. Это возможность проявить заботу, сострадание, милосердие, быть нужным и полезным, найти новых друзей и многое другое. Важно определить эти возможности и говорить о них с добровольцами. Нас окружают люди, имеющие множество полезных ресурсов. Их нужно только позвать, попросить о помощи и показать, что они получают, если отзовутся.

Не стоит забывать, что для осуществления поиска и привлечения добровольцев обязательно потребуются ресурсы. Возможно, потребуется оплатить рекламу, или издать дополнительные буклеты о деятельности организации и т.д. Необходимо определить, какие это ресурсы, и каковы их источники.

Кампания по набору добровольцев - это ответственное событие на этапе старта любой добровольческой программы, проекта, акции.

Основные шаги:

- Планирование добровольческих работ и вакансий
- Изложение призыва (ключевое послание)
- Поиск и набор добровольцев
- Отбор добровольцев
- Обеспечение гарантий работы добровольцев весь период проекта.

Ясность целей, задач, методов работы и планов организации способствует ясному изложению стандартов и критериев ее деятельности, в т.ч. в информационной и рекламной и информационной продукции для привлечения добровольцев. Осуществив работу по определению и формулированию всех этих аспектов, после первой же полноценной кампании по набору добровольцев, Вы увидите, какой ясной и прозрачной стала деятельность Вашей организации и для сотрудников, и для добровольцев, и для клиентов, и для партнеров, и для спонсоров.

Изложение призыва (ключевое послание).

Вовлекая людей в добровольную работу, необходимо декларировать ее смысл, ценности, цели, особенности и возможности. Помните! Люди заняты своими делами, проблемами, интересами! Что и как Вы должны сказать им, чтобы они предпочли Ваши интересы своим? Ясность в формулировании целей, задач, методов работы и планов способствует ясному изложению правил и критериев в рекламной и информационной продукции для привлечения добровольцев.

Четко и кратко изложите:

- В чем смысл добровольной работы в Вашей организации в целом и участия добровольцев в конкретном проекте?
- Каковы цели добровольной работы в Вашей организации, цели добровольческого проекта?
- В чем привлекательность Вашего проекта для добровольцев?
- Что будут делать добровольцы?
- Кому поможет то, что будут делать добровольцы?
- Что изменится в результате этих действий жизни людей, в обществе, в Вашей организации?
- Что может измениться в жизни добровольцев, если они будут работать в Вашей организации, примут участие в проекте?
- Что Ваша организация может предложить добровольцам, какие возможности?

Ваше ключевое послание (обращение) может быть размещено в газетах и журналах, на сайтах и в рекламной продукции бизнес компаний, представлено в радиопередаче, или телевизионной программе, на плакатах и постерах, в письмах которые Вы разошлете в разные организации, или разложите в почтовые ящики местных жителей. На практике встречаются и оригинальные способы привлечения добровольцев. В Сан-Франциско в рамках кампании по привлечению добровольцев к посадке деревьев была изготовлена серия футболок с надписью «Волонтерство — это сексуально»; на остановках общественного транспорта размещены поддерживающие постеры. Разработкой креатива и изготовлением постеров занималось агентство Goodby , Silverstein & Partners .

Успешная кампания по набору добровольцев не гарантирует того, что добровольцы будут работать в Вашей организации весь период реализации программы, или проекта. Как Вы обеспечите гарантии работы добровольцев длительное время? Вам необходимо овладеть нефинансовыми методами мотивирования людей и использовать их в повседневной работе.

Вам необходимо создать благоприятные условия и атмосферу для каждого добровольца.

Вам необходимо овладеть знаниями в области менеджмента добровольческих программ и социального менеджмента.

Вам необходимо совершенствоваться и растить в себе лидера.

## ВЫЯВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЙ И ОТБОР ДОБРОВОЛЬЦЕВ.

Почему добровольцы работают в некоммерческих организациях? Почему они пришли именно в Вашу организацию? Каковы их мотивы участия в этой деятельности? Почему они готовы работать бесплатно? Во-первых, независимо от возраста, пола и профессии, социального статуса и личных качеств, люди хотят быть полезными, а значит, могут стать добровольцами. Во-вторых, каждый человек имеет личные потребности и социальные мотивы, удовлетворения которых он ищет где угодно, пока не находит. Задача лидеров на этапе отбора найти полезного добровольца для необходимой работы. У потенциального добровольца задача - найти полезную и интересную для него область деятельности. Важно адекватно соединить эти интересы в момент отбора. Добровольчество – это уникальная возможность для человека совместить удовлетворение своих личных потребностей с потребностями общества. Поэтому общественные и некоммерческие организации – самая благоприятная среда для развития добровольчества. Высокие цели и минимум бюрократии, неформальное общение и наглядность результатов работы, многообразие возможностей для самореализации и поддержка единомышленников – все это притягивает активных людей.

Каждым человеком движут собственные мотивы в соответствии с его жизненными ценностями и опытом. При этом основным мотивом деятельности людей всегда служит желание удовлетворить собственные потребности. Что Вы знаете о потребностях и мотивах людей, которые приходят в Вашу организацию? А что Вы знаете о мотивах, работающих у Вас добровольцев?

Рассмотрим соотношение индивидуальных и групповых мотивов добровольцев с типовыми основными потребностями в таблице 4.

Таблица 4

<b>СООТВЕТСТВИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ И ГРУППОВЫХ МОТИВОВ ДОБРОВОЛЬЦЕВ 5-ТИ ОСНОВНЫМ ПОТРЕБНОСТЯМ ЧЕЛОВЕКА</b>		
<b>► Основные потребности</b>	<b>► Индивидуальные мотивы добровольцев</b>	<b>► Групповые мотивы добровольцев</b>
<b>ВЫЖИВАНИЕ</b> (ИМЕТЬ)	<input checked="" type="checkbox"/> Поиск материальной поддержки <input checked="" type="checkbox"/> Поиск услуг и информации <input checked="" type="checkbox"/> Необходимость разрешения личных проблем	<input checked="" type="checkbox"/> Надежда выжить в группе <input checked="" type="checkbox"/> Общие проблемы <input checked="" type="checkbox"/> Взаимное усиление и взаимная поддержка
<b>БЕЗОПАСНОСТЬ</b> (БЫТЬ)	<input checked="" type="checkbox"/> Поиск безопасности <input checked="" type="checkbox"/> Чувство долга <input checked="" type="checkbox"/> Чувство вины <input checked="" type="checkbox"/> Потребность самовыражения <input checked="" type="checkbox"/> Необходимость приобрести формальный статус	<input checked="" type="checkbox"/> Взаимопомощь <input checked="" type="checkbox"/> Безопасность общения <input checked="" type="checkbox"/> Сохранение общности <input checked="" type="checkbox"/> Формальный статус группы, известность
<b>ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ</b> (ЛЮБИТЬ)	<input checked="" type="checkbox"/> Поиск уважения и признания <input checked="" type="checkbox"/> Поиск единомышленников друзей, общности <input checked="" type="checkbox"/> Потребность в доверительных отношениях <input checked="" type="checkbox"/> Желание проявить заботу, принести пользу, заслужить уважение <input checked="" type="checkbox"/> Проявление деятельного милосердия, сострадания	<input checked="" type="checkbox"/> Гордость за общее дело <input checked="" type="checkbox"/> Солидарность <input checked="" type="checkbox"/> Общие цели <input checked="" type="checkbox"/> Групповая ответственность <input checked="" type="checkbox"/> Содержательный досуг <input checked="" type="checkbox"/> Комфортность общения, атмосфера доверия <input checked="" type="checkbox"/> Выражение духовных принципов через общинность
<b>РАБОТА</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Причастность к важному, значимому <input checked="" type="checkbox"/> Реализация жизненного и	<input checked="" type="checkbox"/> Удовлетворение от совместного труда, творчества, достижений <input checked="" type="checkbox"/> Культурный и профессиональный

(ДЕЛАТЬ)	профессионального опыта <input checked="" type="checkbox"/> Утверждение собственной значимости <input checked="" type="checkbox"/> Необходимость ощутить наполненность и смысл жизни	рост группы <input checked="" type="checkbox"/> Стремление к победе над другими <input checked="" type="checkbox"/> <i>Потребность распространять групповые достижения</i>
СЛУЖЕНИЕ (РАСТИ)	<input checked="" type="checkbox"/> Необходимость самореализации <input checked="" type="checkbox"/> Профессиональное развитие <input checked="" type="checkbox"/> Проявление позиции через действие <input checked="" type="checkbox"/> Потребность влиять на социальные изменения <input checked="" type="checkbox"/> Потребность реализовать собственные идеи <input checked="" type="checkbox"/> Приобретение новых знаний и навыков	<input checked="" type="checkbox"/> Поддержка и развитие культуры группы <input checked="" type="checkbox"/> <i>Влияние группы на общественные изменения</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Причастность к инновациям, возможность эксперимента</i> <input checked="" type="checkbox"/> Укрепление в сетях

Как видно из таблицы, мотивы человека и группы, соотносящиеся с каждой из пяти потребностей, сходны. При этом групповые мотивы работают на усиление индивидуальных. Таким образом, осознавая основные потребности и понимая мотивы человека, мы можем открывать для него возможности достижения его интересов через участие в группе. В этом случае, идентичная для потенциального добровольца группа, является своеобразным универсальным ресурсом, увеличивающим его возможности.

Способами выявления мотиваций могут быть: анкетирование, тестирование, экспертиза специалистов (например, психологов, социальных работников и педагогов). Определяйте способы выявления мотиваций людей, приемлемые для Вашей организации. Выявляя мотивации, Вы сможете более уверенно осуществлять отбор и, впоследствии, выстраивать взаимоотношения с добровольцами и достигать большей результативности в работе.

Для разных сфер деятельности нужны люди с разными профессиональными и личностными качествами. Поскольку Вам необходимо осуществлять отбор добровольцев для каждого вида работ, стоит разрабатывать критерии отбора добровольцев в Вашей организации. Любой отбор добровольцев начинается с собеседования. Форма собеседования может быть индивидуальная и групповая. Для отбора добровольцев можно использовать и другие способы: наведение справок, просьба представить рекомендации, проба в работе и другие. Если доброволец проходит отбор, не откладывайте в долгий ящик следующий контакт с ним, назначайте следующую встречу как можно быстрее (ориентируйтесь на его возможности). Если Вы отказываете потенциальному добровольцу, то продумайте форму, в которой это лучше сделать. Если человек не соответствует требованиям, не бойтесь отказать, но лучше предложите ему другую работу, или ориентируйте на работу в другой организации. Предусматривайте необходимые затраты для проведения отбора и выявления мотиваций. Помните, что если Вы захотите пригласить специалиста высокого уровня, то его работа стоит дорого – или ищите финансы, или предложите специалисту стать добровольцем Вашей организации (но тогда предусмотрите затраты и на это).

#### ПРИМЕР РАБОЧЕЙ ТАБЛИЦЫ: ПЕРВОЕ СОБЕСЕДОВАНИЕ

КТО	ЧТО ДЕЛАЕТ
<u>Координатор</u>	Организация и проведение
Сотрудники и активные <u>добровольцы</u>	Участие в собеседовании
<u>Координатор/сотрудник</u>	Представление <u>организации</u> , сферы ее задач и

	методов работы
<u>Координатор/сотрудник</u>	Предоставление рекламных и информационных материалов
<u>Координатор</u> + участники	Выяснение мотивации
Кандидат	Представление мотивов, интересов, умений, компетенции
<u>Координатор</u>	Предложение условий
<u>Координатор</u> + участники	Оценка соответствия
Кандидат	Принятие решения
<u>Координатор</u>	Определение следующего шага/встречи

Любой человек может стать волонтером. Важно найти нужного добровольца для конкретной работы и нужную работу для конкретного человека. Поэтому необходимо сформировать точные или примерные критерии отбора добровольцев. Если человек не будет востребован в Вашей организации, предложите ему познакомиться с другой организацией, направьте его в Добровольческий Центр/Агентство.

#### ПРИМЕР РАБОЧЕЙ ТАБЛИЦЫ: КРИТЕРИИ ОТБОРА.

Возраст	Профессия	Компетенция и теоретическая подготовка
Пол	Профессиональный опыт	Практические навыки
Образование	Область интересов	Квалификация
Личные качества	Потребности	Здоровье
Жизненный опыт	Ценности	Мотивы

#### ПРЕДПОТЧТЕНИЯ ОТДАЮТСЯ ТЕМ ЛЮДЯМ, КОТОРЫЕ:

- Осознанно сделали выбор в пользу добровольческой активности
- Хотят помогать другим людям
- Жизнелюбивы и жизнерадостны
- Честны, ответственны, им можно доверять
- Имеют хорошее физическое состояние
- Дружелюбны и коммуникабельны
- Имеют опыт общения и работы с разными людьми

#### ПРЕПЯТСТВИЯМИ ДЛЯ ДОБРОВОЛЬНОЙ РАБОТЫ ЯВЛЯЮТСЯ:

- Нереальные ожидания
- Неадекватные представления о своих способностях и самооценка
- Необходимость решать собственные проблемы в первую очередь
- Всякого рода зависимости (наркотики, алкоголь и др.)
- Неуравновешенность, психические заболевания
- Шовинизм

#### ИНФОРМИРОВАНИЕ И ОРИЕНТИРОВАНИЕ ДОБРОВОЛЬЦЕВ.

Что необходимо узнать новому добровольцу о Вашей организации? Как помочь добровольцу разобраться в целях, задачах и методах, в программах и проектах Вашей организации, в ее правилах и стандартах работы, в том, кто за что отвечает? При этом и Вам и добровольцу необходимо выбрать наиболее подходящую для него сферу активности. Как недостаточность информации, так и информационный шквал могут оттолкнуть нового добровольца. Как определить, что необходимо в первую очередь, а что может подождать?

Разным группам добровольцев требуется различный объем и содержание информации. При этом должна существовать базовая информация, которая необходима всем группам добровольцев, например, Миссия организации. Целесообразно формировать специальные пакеты информации, ориентированной на различные группы добровольцев.

По мере предоставления добровольцам информации, ориентируйте их на тот или иной вид деятельности, на возможности проходить обучение, на новые перспективы работы, на возможность работы в других организациях и т.д. Предусмотрите дополнительное количество информационной и рекламной продукции Вашей организации для информирования добровольцев. Продумайте также методы доведения до добровольцев текущей информации организации. Собрания, круглые столы, дискуссии и мозговые штурмы, презентации новых программ и проектов – все эти методы эффективны для того, чтобы Ваши добровольцы были в курсе дел. Не забывайте и наглядную информацию на стенах Вашего офиса. Она может быть не только делового характера, но и затрагивать жизнь команды. Стены тоже должны работать! Учитывайте возраст Ваших добровольцев, предоставляя им ту, или иную информацию. Для детей и пожилых людей необходимо разрабатывать специальные простые листовки и буклеты!

Как правило, попадая в новое рабочее окружение, человек чувствует себя не очень комфортно. Организация может свести к минимуму этот дискомфорт, применяя определенные методы ориентирования.

Методы ориентирования добровольцев:

- Представление сотрудникам
- Беседы с сотрудниками
- Беседы с добровольцами
- Ознакомление со специальной литературой и информационными материалами
- Вводный курс/ознакомительный тренинг
- Обучение и повышение квалификации
- Привлечение к участию в мероприятиях, в т.ч. неформальных
- Традиционный акт «принятия в добровольцы».

В заключении о координаторах и организаторах добровольной работы.

Чрезвычайно важно, чтобы люди, в чьи обязанности входит работа с добровольцами, получали соответствующую квалификацию. Координаторам необходимо учиться, обмениваться опытом, читать соответствующую литературу, изучать информацию в сети интернет. Сегодня успешными координаторами и организаторами добровольной работы становятся те, кто соединяет в себе наличие знаний в области добровольчества, навыков, прежде всего коммуникационных и позитивного отношения к людям. В центре деятельности таких специалистов всегда стоит ЧЕЛОВЕК!

Портрет идеального организатора добровольной работы:

- ◆ Понимает и разделяет Миссию, цели, ценности и культуру своей организации.
- ◆ Имеет собственные жизненные цели и ценности.
- ◆ Знает, понимает и верит в дело, которому служит.

- ◆ Общителен и коммуникабелен.
- ◆ Умеет владеть собой, имеет силу воли и терпение.
- ◆ Способен брать на себя инициативу и работать самостоятельно.
- ◆ Способен активизировать других и работать в коллективе.
- ◆ Обучаем, и может обучать других.
- ◆ Имеет административные способности.
- ◆ Ориентируется на качественное обслуживание и решение проблем подопечных/клиентов (если есть).
- ◆ Спокойно реагирует на возникающие проблемы и трудности.
- ◆ Умеет решать собственные проблемы.
- ◆ Имеет навыки разрешения конфликтов между людьми и группами.

## **АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ**

### **по результатам опроса**

### **организаций участников проекта «Вектор добровольчества – антикризис»**

### **и добровольцев**

**Опрос проводился в июле 2010 года в ходе реализации проекта «Вектор добровольчества - антикризис» двумя методами: анкетирование участников опроса, индивидуальные и групповые интервью в период проведения мероприятий. Опрос проводился персоналом проекта с привлечением студентов-добровольцев факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета.**

Основные задачи опроса:

- выявить, оправдались ли ожидания добровольцев от работы в организации социальной сферы, как изменилась жизнь самих добровольцев;
- определить изменения, которые произошли в организациях социальной сферы, в которые пришли добровольцы, и как изменилась жизнь клиентов этих организаций.

Опрашивались две группы:

- добровольцы организаций социальной сферы (НКО и ГУ) участников проекта, пришедшие в организации для добровольной работы в ходе проекта;
- НКО и ГУ социальной сферы – участники проекта (в лице координаторов добровольцев).

Собрано анкет:

- 112 анкет добровольцев, из которых: 80 добровольцев действуют в НКО, 32 добровольца в ГУ социальной сферы;
- 22 анкеты координаторов добровольцев, из которых: 17 – сотрудники и добровольцы НКО социальной сферы, 5 - сотрудники и добровольцы ГУ социальной сферы.

Для анализа, с целью удобства расчета % соотношения ответов и абсолютных цифр, было выбрано 100 анкет добровольцев и 20 анкет организаций (выбраковка анкет осуществлена на основе ясности и четкости ответов).

## I. Анализ результатов опроса добровольцев.

Возраст добровольцев: от 17 до 25 лет

### A. Общие сведения.

1. Причины, по которым Вы пришли в организацию для добровольной работы:

Ответы на этот вопрос можно сгруппировать в три основные группы:

- желание приобщить людей к здоровому образу жизни, йоге, спорту, отказу от курения, алкоголя, наркотиков и пр. (35%);

- желание помочь людям, прежде всего обездоленным детям, приносить радость и быть полезным (48%);

- узнать и освоить новый вид деятельности, попробовать себя в том, что ранее не делал (17%).

2. Область Вашей добровольческой деятельности:

- социальная помощь, включая особые виды реабилитации (напр. иппотерапия) - (54%);

- культура и спорт – 16%

- просвещение и образование – 30%

3. Целевая группа, благополучатели, объекты заботы:

- дети с ограниченными возможностями – 32%

- дети воспитанники детских домов – 28%

- подростки и молодежь – 23%

- молодые и взрослые инвалиды – 10%

- пожилые люди – 7%

4. Вид исполняемых добровольческих работ:

- проведение праздников и организация досуга (детей и инвалидов) – 35%

- развитие речевых, творческих и др. навыков, социальная реабилитация (воспитанников детских домов) – 31%

- проведение занятий в общественных школах, на курсах, распространение информации на улицах, проведение просветительских акций – 29%

- бытовая помощь (пожилым людям на дому и Ветеранам ВОВ) – 5%

А также: страхующие и сопровождающие (инвалидов), неквалифицированный труд и пр.

5. Время, которое Вы уделяете добровольной работе:

Выявлено, что в среднем: 1-3 дня от 2 до 4 часов в неделю, от 2 до 4 недель в месяц.

При этом добровольцы, оказывающие индивидуальные социальные услуги тратят почти в 2 раза больше времени на оказание помощи и услуг, чем добровольцы, которые работают на акциях и проводят разовые групповые мероприятия.

## Б. Вопросник для кратких ответов добровольца.

№ п/п	Вопросы	Ответы
1.	Оправдались ли Ваши ожидания и удовлетворяются ли Ваши потребности, связанные с добровольной работой?	Положительных ответов – 82% Отрицательных ответов – 15% Затруднились с ответом – 3% опрошенных

2.	Какие свои личные достижения, связанные с добровольной работой, Вы можете отметить?	Приобретение и использование новых знаний и навыков – 43% (преимущественно указываются коммуникативные навыки общения с людьми из разных слоев, социальных групп, педагогические). Самоуважение и ощущение полезности для других людей – 27% Личностный рост, саморазвитие – 20% Выбор профессии – 10%
3.	С какими трудностями и проблемами Вы столкнулись, работая добровольцем?	Связанные с самим добровольцем: Недостаток времени для добровольной работы – 15% Узость собственных знаний и мировоззрения – 5% Недостаток навыков и опыта – 7% Связанные с деятельностью организации: Недостаточные условия для работы добровольцев (не хватает помещений, внимания, поддержки) – 29% Плохое материальное обеспечение работы добровольцев – 23% Невнимание и недоверие сотрудников организации – 18% Инертность и пассивность клиентов/подопечных – 3%
4.	Какая поддержка для продолжения добровольной работы Вам требуется? Кто, с Вашей т.з. может/должен ее оказывать?	Материальное обеспечение – 65% Обучение – 29% Моральная поддержка – 6%  Координатор добровольцев – 70% Все сотрудники - 21% Руководитель организации – 9%
5.	Требуется ли Вам дополнительное обучение для выполнения добровольной работы, в какой области?	Положительно ответили 48% опрошенных, преимущественно работающие с детьми сиротами и детьми инвалидами.
6.	Есть ли у Вас идеи, планы, проекты, которые Вы хотите воплотить в Вашей добровольной работе?	Положительно ответили – 68% Готовы пока воплощать идеи других людей – 32%
7.	Какая поддержка Организации Вам для этого требуется?	Организационная – 42% Материальная – 25% Свобода творчества и эксперимента – 7% Не смогли ответить – 26%
8.	Удовлетворены ли Вы условиями добровольной работы?	Положительный ответ дали 43% Отрицательный – 14% Уклончивый ответ – 43%
9.	Какие дополнительные условия, с Вашей т.з., необходимо обеспечивать добровольцам?	Помещения для работы добровольцев – 29% Расходные материалы для работы – 20% Больше доверять – 11% Замечать и поддерживать – 8% Затруднились с ответом – 32%
10.	Что, с Вашей т.з., является самым главным в деятельности организаций социальной сферы, чтобы привлекать добровольцев?	Социальная реклама и информация – 29% Привлекательность – 18% Поддержка – 15% Почетность – 7% Искреннее отношение к делу, честность – 5%

		<p>Более подробное описание проектов – 12%</p> <p>Затруднились с ответом – 14%</p>
11.	<p>Как/в чем изменилась Ваша жизнь в связи с добровольной работой?</p>	<p>Наиболее частые ответы в абсолютных цифрах:</p> <p>Изменился характер, перестал быть замкнутым, стал общительнее и более раскованным, ушел страх общения с разными людьми – 38 чел.</p> <p>Хорошие знакомства – 8 чел.</p> <p>Личностное разносторонне развитие, не узнаю себя! – 16 чел.</p> <p>Стало меньше свободного времени – 14 чел.</p> <p>Стало больше друзей и контактов – 22 чел.</p> <p>Жизнь стала интереснее и радостнее 18 чел.</p> <p>Стал больше думать о других – 15 чел.</p> <p>Жизнь стала более эмоциональной, насыщенной, творческой – 13 чел.</p> <p>Переценка ценностей, узнал про социальные проблемы людей – 5 чел.</p> <p>Нашел профессию – 3 чел.</p> <p>На этот вопрос участники опроса отвечали наиболее полно.</p>
12.	<p>Как/в чем изменилась жизнь Ваших подопечных, в связи с участием добровольцев в деятельности Организации?</p>	<p>Они узнали, что есть кто-то, кто не пожалеет сил и времени, чтобы помочь – 18%</p> <p>Они стали радостней и ждут прихода добровольцев – 17%</p> <p>Об этом нужно спросить их – 15%</p> <p>Разнообразнее стала их жизнь, насыщенной событиями, эмоциональной – 12%</p> <p>Не знаю, не могу ответить – 11%</p> <p>Они стали просить направить к ним добровольцев – 5%</p> <p>Не типовые ответы:</p> <p>Подопечный стал создавать «Свой мир», используя для этого материально-словесную форму выражения (написание небольших историй и сказок и изготовление иллюстраций и макетов к ним).</p> <p>Словами не передать, но точно в лучшую сторону!</p> <p>Дети знакомятся с людьми не из д/д и вливаются в социальную среду, в которую им когда-то придется выйти.</p> <p>Они узнали совершенно новую информацию и были потрясены! (о ВИЧ-СПИД)</p>

**Выводы:**

1. Ожидания добровольцев, связанные с добровольной работой в организациях социальной сферы, преимущественно оправдываются (82%).
2. Среди личных достижений на первое место добровольцы ставят приобретение и использование новых знаний и навыков (43%), самоуважение и ощущение полезности для других людей (27%).
3. Определяя трудности и проблемы, добровольцы определяют в качестве основных проблем, проблемы организационные – недостаточные условия для

добровольной работы (29%) и плохое материальное обеспечение работы добровольцев (23%), среди собственных проблем – недостаток времени (15%).

4. Определяя необходимую поддержку и источник ее предоставления, добровольцы ставят на первое место «материальное обеспечение добровольной работы» (65%), а в качестве источника видят координатора добровольцев.

5. Добровольцам требуется специальное обучение, особенно при работе с детьми сиротами и детьми с ограниченными возможностями (48%).

6. Более половины добровольцев (68%) имеют собственные идеи и планы, которые хотели бы реализовать.

7. Для реализации собственных инициатив добровольцам требуется в основном организационная поддержка (42%), при этом материальная поддержка также важна (25%).

8. Удовлетворенность условиями добровольной работы подтверждают почти половина добровольцев (43%). Столько же добровольцев дали уклончивый ответ (43%), видимо проявляя деликатность по отношению к своей организации, или опасаясь впрямую ее критиковать.

9. Среди дополнительных условий, которые необходимо обеспечить добровольцам на первом месте помещения (29%), на втором расходные материалы (20%).

10. Добровольцы считают, что главным в деятельности организации, привлекающей добровольцев, является информация и социальная реклама (29%), а также привлекательность самой организации, и ее деятельности (18%).

11. На вопрос о том, как изменилась жизнь добровольцев после прихода в организацию, получен широкий спектр разнообразных ответов (часто эмоциональных). Чаще всего называется изменение характера, избавление от страхов общения с различными людьми (38 чел.) и увеличение количества друзей и контактов (22%).

12. Об изменении жизни подопечных организации, с которыми работают добровольцы, они чаще всего называют гарантии общения (18%) и ожидание этого общения (17%). Особого внимания заслуживают не типовые ответы (конкретные).

## II. Анализ результатов опроса координаторов добровольцев.

Возраст координаторов добровольцев: от 20 до 30 лет.

### A. Общие сведения.

1. Причины, по которым Вы приняли на себя ответственность за привлечение добровольцев и организацию их работы в социальной сфере:

Отсутствие такого человека в организации до меня.

Был опыт координатора, мне это нравится.

Наличие большого количества контактов с молодежью и студенчеством района.

Желание принимать активное участие в процессе работы с добровольцами.

Не хватает рук для помощи подопечным.

Детям инвалидам, оставшимся без родителей, требуется гораздо больше внимания, чем предусмотрено государством.

Уверенность в том, что нужно делать добро.

Имею свой волонтерский опыт и знаю, что необходимо волонтерам.

Верю в добровольчество! Если искать национальную идею, то в нем.

Невозможно осуществлять деятельность организации без добровольцев, а ко мне идут люди.

Так случилось и я не жалею.

2. Область добровольческой деятельности, которую Вы координируете:

- социальная помощь, включая особые виды реабилитации (напр. иппотерапия, сказкотерапия) - 50%;

- культура и спорт – 15%

- просвещение и образование – 35%

3. Целевая группа, благополучатели, объекты заботы Вашей организации:

- дети с ограниченными возможностями – 30%

- дети воспитанники детских домов – 25%

- подростки и молодежь – 20%

- молодые и взрослые инвалиды – 15%

- пожилые люди – 10%

4. Ваши основные обязанности в качестве координатора добровольной работы граждан:

Набор, консультирование, реализация проектов.

Распределение обязанностей и дел.

Координирование работы группы и поддержка каждого, помощь в разрешении трудных ситуаций, возникающих с персоналом учреждения.

Информационное сопровождение, обсуждение и разработка акций, поддержка их проведения, создание фото и видео материалов, поощрение добровольцев.

Наиболее полный спектр обязанностей перечислили 8 координаторов (от привлечения до определения результатов).

5. Время, которое Вы уделяете работе с добровольцами: в неделю – от 5 часов до 7 дней, в месяц – от 2 недель до 4 недель.

#### Б. Вопросник для кратких ответов координатора добровольцев.

№ п/п	Вопросы	Ответы
1.	Оправдываются ли ожидания и удовлетворяются ли потребности Вашей организации, связанные с работой добровольцев?	Положительных ответов «да» – 15 Отрицательных ответов «нет» - 0 Не всегда/отчасти - 3 Затруднились с ответом - 2
2.	Какие свои личные достижения, связанные с организацией добровольной работы людей, Вы можете отметить?	В организации действуют постоянные добровольцы – 7. У нас всегда есть молодые добровольцы – 3. Обретение новых навыков (преимущественно коммуникативных, навыков психологического взаимодействия) и применение их ежедневно – 5. Осознание того, что все люди разные и их потребности тоже – 1. Задумано и реализовано 3 проекта, помощь получили более 100 пожилых людей - 1 Два летних лагеря для 50 детей инвалидов – 1. Более 1000 школьников узнали о ВИЧ-СПИД правду - 1 Придумала и организовала 12 крупных акций к ВНД для разных групп населения района, к 1 июня акция собрала 20 добровольцев и 500 жителей, было собрано 15 000 руб. для фонда «Адвита» (помощь тяжелобольным детям). Помощь получают сотни детей – 1.
3.	С какими основными трудностями и проблемами Вы	Недостаток материального и финансового обеспечения работы добровольцев - 6

	сталкиваетесь, как координатор/организатор?	Слабая готовность добровольцев участвовать в долгосрочных проектах – 5 Недостаток времени и мотиваций у добровольцев, настроенческий характер участия в акциях - 3 Необязательность молодых людей – 3 Отсутствие реальной поддержки моей работы «сверху» - 2 Текучка добровольцев, трудности с распространением информации о наборе добровольцев – 1
4.	Какая поддержка Вам требуется? Кто, с Вашей т.з. может/должен ее оказывать?	Социальная реклама добровольчества – 6 Работа в ВУЗах по привлечению молодежи - 5 Ресурсная и организационная – 2 Моральная – 1 Информационная - 1 Нужно учиться управлять и стать эффективным менеджером- 4 Поддержка консультантов в области права – 1  Поддержка организации Поддержка руководителя организации Поддержка добровольческого Центра Поддержка Комитета по социальной политике
5.	Требуется ли Вам дополнительное обучение для выполнения Ваших обязанностей, в какой области?	Да – 16 Нет – 4 В области психологии, права, мирового опыта добровольчества Полезны новые технологии, которые легко применять В области мотивирования добровольцев и выявления мотиваций
6.	Есть ли у Вас идеи, планы, проекты, связанные с развитием добровольчества, которые Вы хотите воплотить в Вашей организации?	Положительно ответили – 19 чел. Планы касаются: - новых социальных проектов - стимулов для добровольцев - системы подготовки добровольцев - страхования - специального обучения - компенсации затрат и преференций - мотивирующих видео материалов для молодежи
7.	Какая поддержка Вам для этого требуется?	Дистанционные программы обучения координаторов очень нужны, нужны знания по социальному проектированию и управлению добровольцами, но мало времени! Бюджет для образовательных программ для волонтеров, мало возможностей. Участие бизнеса в обеспечении добровольцев дисконтными картами и др. Активный пиар идей добровольчества. Социальная реклама добровольчества в метро, магазинах – везде! Поддержка страховых компаний.

		Поддержка для поощрения добровольцев.
8.	Удовлетворены ли Вы условиями, созданными в Вашей организации для работы добровольцев?	Положительных ответов – 14 Отрицательных ответов - 6
9.	Какие дополнительные условия, с Вашей т.з., необходимо обеспечивать добровольцам?	Для участников долгосрочных проектов хоть какие-нибудь льготы и преференции Выделение средств и расходных материалов, для обеспечения работы добровольцев Добровольцев необходимо благодарить и поощрять (поездки, учеба, б/п лагеря, символика, то, что нужно для работы, сумки, компьютеры подарки добровольцам очень уместны!). Добровольцев нужно поить чаем (студенты приходят голодные).
10.	Что, с Вашей т.з., является самым главным в деятельности организаций социальной сферы, чтобы привлечь добровольцев?	Обеспечение широких связей с общественностью Ресурсы для рекламных кампаний Качество команды персонала Верность Миссии Добровольцу необходимо понимать важность его работы для организации Добровольцы должны стать не второстепенным ресурсом для деятельности, а уважаемым корпусом важных людей Сотрудники должны быть осведомлены: добровольцы – молодцы!
11.	Как/в чем изменилась Ваша жизнь в связи с Вашей работой координатора?	Радикально. Это новая осмысленная жизнь. Ты понимаешь для чего и ради кого ты делаешь свою работу. Появилось много приятных знакомств, чувство гордости за добровольцев и радости за подопечных. Людей вокруг стало больше, пришлось становиться добрее. Быть полезным и нужным многим людям, это здорово! Не обязательно быть во власти, можно на моем месте многое менять и мне это нравится. Стало меньше времени и больше проблем в семье. Пришла уверенность и много сомнений.
12.	Как/в чем изменилась жизнь подопечных Вашей Организации, в связи с участием добровольцев в ее деятельности?	Значительно. Дети стали получать больше индивидуального внимания, общаться с молодыми людьми, развиваться творчески. Наши подопечные показывают позитивную динамику развития и обретают новые навыки (появляется речь, начинают ходить, самостоятельно есть). У многих детей появилась возможность совершать прогулки и выезды за пределы ДДИ. Установились новые дружеские связи, внешний мир каждого стал добрее. В наше учреждение пришли праздники, радость, общение. У людей появляется доверие к миру и благодарность

		<p>к нашей организации.</p> <p>В два раза больше пациентов стали приходить в Центр с помощью сопровождающих добровольцев.</p> <p>Многим пожилым удалось помочь в бытовой жизни и расширить круг общения.</p> <p>Наверное, многие задумались не только над полученной информацией, но и о добровольцах – почему они это делают, а мы нет.</p>
13.	Какие параметры, с Вашей т.з. необходимо учитывать в целях определения социальной и экономической эффективности добровольного труда?	<p>Время, затраченное на добровольную работу.</p> <p>Количество клиентов/подопечных.</p> <p>Чел./часы добровольной работы.</p> <p>Благодарности людей.</p> <p>Условная стоимость подобных услуг на рынке.</p> <p>Удовлетворенность подопечных.</p> <p>Количество собранных денег, убранных участков, вымытых окон и пр.</p> <p>Все не оценить (факт, что качество жизни людей меняется и не стоит подбирать индикаторов).</p>

Выводы:

1. У подавляющего числа координаторов оправдались ожидания от прихода добровольцев в организацию (15 чел.).
2. Среди собственных достижений координаторы указывают, как конкретные проекты и количество людей, получивших помощь добровольцев (4), так и аспекты собственного роста и развития (15).
3. Среди наибольших трудностей координаторы называют «недостаток материального и финансового обеспечения работы добровольцев (6) и слабую готовность добровольцев участвовать в долгосрочных проектах (5).
4. Координаторам требуется поддержка, которая выражается в социальной рекламе добровольчества (6), работе в ВУЗах по привлечению молодежи (5) (имеется ввиду поддержка ДЦ), обучение (4).
5. 16 координаторов указали, что им требуется обучение.
6. 19 координаторов имеют планы и проекты, связанные с развитием добровольчества.
7. Для реализации инициатив им требуются дистанционные программы обучения (нет времени), в т.ч. по социальному проектированию и ресурсы для образовательных программ для добровольцев.
8. Условиями, которые созданы для добровольной работы в их организациях удовлетворены 14 координаторов, 6 – нет.
9. В качестве дополнительных условий для добровольцев, координаторы видят преференции, поощрения, средства для обеспечения их работы (материальные и финансовые).
10. Самым главным в деятельности организации для привлечения добровольцев, координаторы видят обеспечение широких общественных связей, ресурсы, качество основной команды и верность Миссии.
11. Координаторы, также как и добровольцы подтверждают существенные позитивные изменения в своей жизни в связи с осуществляемой деятельностью.
12. Качественные изменения в жизни подопечных в связи с добровольческой помощью и услугами, координаторы определяют как позитивные. Ответы демонстрируют незаменимость роли добровольцев в процессе оказания социальной помощи.

13. Координаторы не определяют социально-экономическую эффективность добровольного труда в их организациях, но называют параметры, по которым, с их т.з. ее можно определить.

**Фесик Екатерина,**  
студентка 4 курса факультета социологии,  
кафедра социальной работы  
Санкт-Петербургский государственный университет.

**ОТЧЕТ О ПРОВЕДЕНИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ  
ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ДОБРОВОЛЬЧЕСТВУ  
в рамках проекта «Вектор добровольчества – антикризис»,  
в Санкт-Петербурге,  
силами студентов СПб ГУ, факультет социологии.**

В последнее время правительство Российской Федерации, в связи с грядущими крупными международными мероприятиями, такими как Олимпиада - 2014 года, заговорило о добровольчестве. Внимание к регулированию деятельности добровольцев на взгляд нашей группы исследователей вызвано, во-первых, развитием института добровольчества в РФ, во-вторых, то, что государство, наконец, осознало объемы и полезность работы, которую осуществляют добровольцы.

Второй год подряд на волонтерских началах студенты Санкт-Петербургского Государственного Университета провели исследование на тему: "Изучение отношение молодежи Санкт-Петербурга к социальному добровольчеству". Объектом исследования явилась молодежь Санкт-Петербурга в возрасте от 14 до 30 лет.

Предмет исследования был обозначен как степень информированности молодежи, степень вовлеченности и отношение молодежи к социальному добровольчеству. Что дает нам основание сделать предположение, а именно выдвинуть гипотезы о невысокой информированности молодежи о добровольческих движениях в городе Санкт-Петербурге, а так же неэффективности мер мотивирования добровольцев, что приводит к невысокому уровню вовлечения молодых людей в добровольческое движение и не желанию их повышать уровень социальной компетентности. Метод исследования: анкетный опрос, в ходе которого было опрошено всего 150 человек.

Исследование состояло из двух этапов. Первый этап это анкетный опрос волонтеров, занятых в подготовке и проведении «Весенней Недели Добра - 2010 года», а так же анкетный опрос молодежи, который пришел на акции 24 апреля на ул. Малая Садовая инициированные в рамках «Весенней Недели Добра – 2010 года». Контент анализ ответов на вопрос, ставший уже традиционным, «Кто такой доброволец» показывает что наиболее часто встречаются такие фразы как «безвозмездно», «без награды», которые упоминаются 19 раз, определение добровольца «как человека, который помогает» встретилось 9 раз, 11 раз респонденты упоминали о том что доброволец это человек, который «по собственной воле» помогает, а вот количество респондентов, которые определяют добровольца как человека «делающего добро или мир лучше» было насчитано 15 раз. На вопрос, считаете ли Вы себя добровольцем, в ходе второго этапа исследования 63% респондентов ответили, что считают себя добровольцем. Из чего мы можем сделать вывод, что больше половины молодых людей

ранее занимались или занимаются добровольческой деятельностью, а так же готовы стать добровольцем, если возникнет такая ситуация. При ответе на вопрос «Кто такой доброволец» респонденты поделились на две группы: те, кто недавно вступили в ряды добровольцев и занимаются добровольческой деятельностью менее 1 года и те, кто более 2х лет занимается добровольческой деятельностью. Группой исследователей в ходе обработки данных, полученных на первом этапе исследования, был составлен портрет добровольца. Таким образом, получается, что «доброволец» - это девушка в возрасте от 16 до 20 лет, студентка, которая посвящает добровольческой деятельности 2 - 3 часа в неделю. Из отмеченных ресурсов и ценностей, которые побуждают заниматься добровольчеством, участники первого этапа исследования отметили желание помочь, сострадание, сочувствие, ответственность, общительность. Кому добровольцы чаще всего помогают? И здесь не может быть однозначного ответа, так как ответы добровольцев разделились примерно поровну. На данный момент добровольцы помогают и детям и пенсионерам, прикладывают в свои усилия по распространению информации по профилактике ВИЧ\СПИД, помогают организациям по оказанию такой услуги населения как «телефоны доверия». Но все-таки интересно какой же категории людей наиболее часто помогают добровольцы? Как оказалось большинство добровольцев помогают детям. К ним относятся следующие категории детей: сироты (9 из опрошенных волонтеров), школьники (7 человек). Не разделяют детей на категории и готовы оказать помощь любому ребенку 13 человек из опрошенных добровольцев. Так же добровольцы, примерно в равном соотношении, по 7 человек, участвуют в деятельности по поддержке пожилых людей и акциях по благоустройству г. Санкт-Петербурга. На вопрос «Что или кто повлиял на Ваше решение стать добровольцем», 13 респондентов ответили, что это их самостоятельное решение, 8 добровольцев из опрошенных привели друзья, 8 человек затруднились с ответом. А вот тех, кого привели руководители организаций или добровольческих движений по подсчетам оказалось всего 7 человек.

В заключении хотелось бы привести обобщенную статистику обеих групп, опрошенных по методам и способам поощрения добровольцев.

К ним относится и организация бесплатного питания для добровольцев и билеты в кино, организация совместного досуга, государственные льготы, сертификаты, а так же знаки отличия, таких как: футболки, значки, сумки.

Исследование 2010 года не ответило на все поставленные задачи перед группой исследователей и только приоткрыло занавес на сцену, на которой происходит репетиция спектакля под рабочим названием «Доброволец в Российской Федерации. Кто он?». Вполне может быть, что скоро с легкой руки властных структур спектакль будет или переименован или начнет развиваться ни как спектакль - импровизация, а по сценарию. Что лучше для молодежи и страны? Покажет только время...

Отчет по результатам социологического исследования,  
проведенного 24 апреля 2010 в рамках  
**«Весенней недели Добра»**  
на тему:

## **«Изучение отношения молодежи Санкт-Петербурга к социальному добровольчеству»**

Saint-Petersburg, Russia, 2010

### Установочные данные исследования:

- **Объект исследования:** молодежь в возрасте от 14 до 30 лет.
- **Предмет исследования:** степень информированности молодежи, степень вовлеченности и отношение молодежи к социальному добровольчеству.
- **Цель исследования:** выяснить отношение молодежи к социальному добровольчеству, для дальнейшей разработки программы вовлечения молодежи в добровольческое движение.

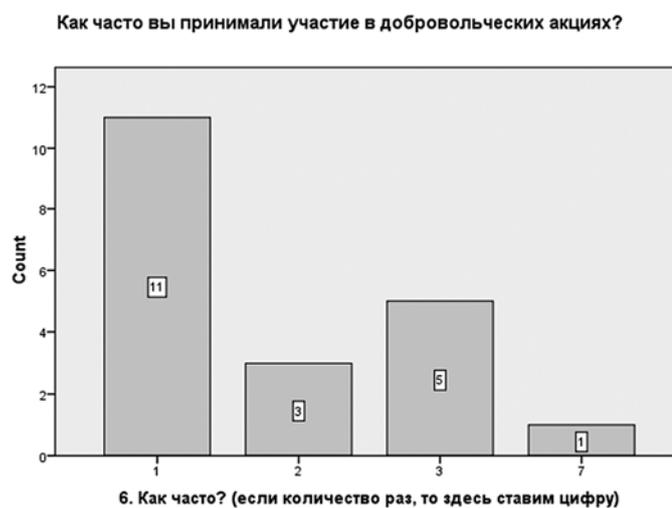
### Задачи исследования:

- Выявить степень информированности молодежи о социальном добровольчестве;
- Выявить степень готовности к участию в социальном добровольчестве;
- Изучить сферу деятельности молодежи, которая вовлечена в движение волонтеров;
- Выявить социальные характеристики молодежи, которая вовлечена в движение волонтеров (пол, возраст, образование, регион, уровень дохода);
- Выявить степень профессиональной подготовки добровольцев;
- Определить уровень мотивирования добровольцев;
- Выявить отношение к способам мотивации добровольцев, которые используют в своей деятельности добровольческие организации, организации «третьего» сектора.

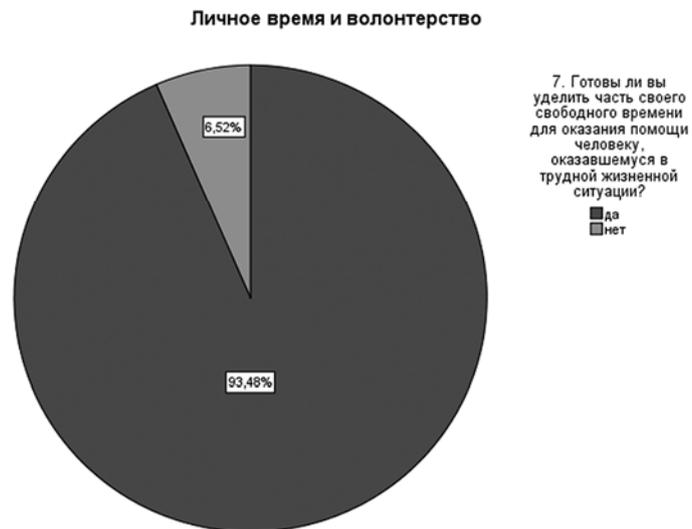
## Принадлежность к добровольческому движению



## Частота участия в акциях в течение года



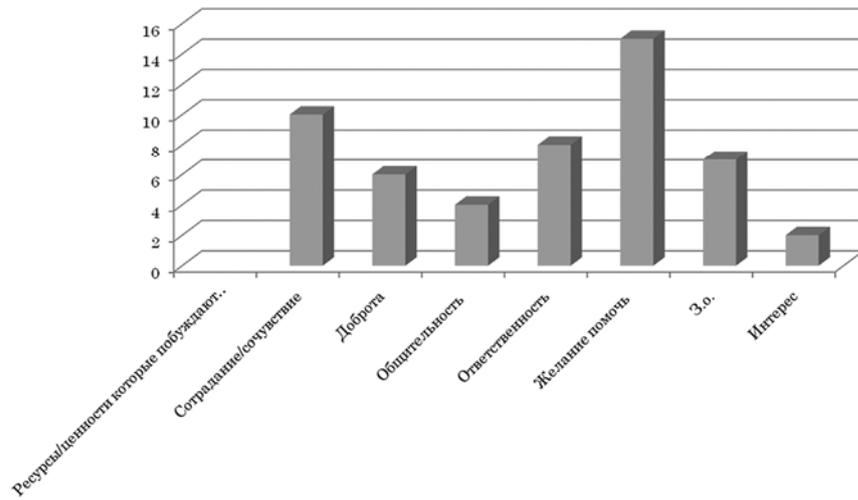
## Готовность помогать людям



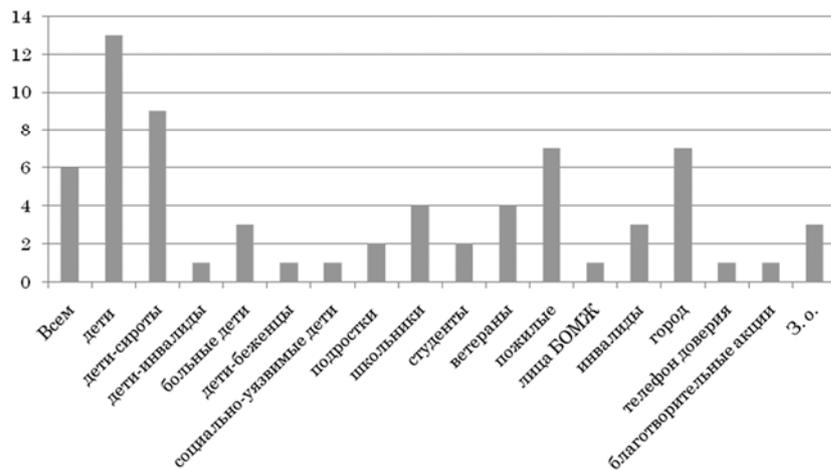
## КТО ТАКОЙ ДОБРОВОЛЕЦ?

- Девушка;
- Студентка;
- Занимается добровольческой деятельностью 2-3 часа в неделю;
- Возраст: от 16 до 20 лет;
- Респонденты поделились на две группы:
  - те, кто недавно вступили в ряды добровольцев занимаются добровольческой деятельностью менее 1 года;
  - те, кто занимаются добровольческой деятельностью в течении 2 лет.

## Ресурсы/ценности которые побуждают заниматься добровольчеством



## Какой категории людей оказавшихся в трудной жизненной ситуации вы помогаете?



## Методы/способы поощрения, которые предложили волонтеры



Исследование и отчет подготовлены студентами факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета.

**Гилёва Татьяна,**  
руководитель волонтерского проекта  
в Региональном Общественном Движении  
«Петербургские Родители»,  
тренер, выпускница Санкт – Петербургской Школы  
Социального Проектирования  
[www.otkazniki-spb.ru](http://www.otkazniki-spb.ru)

## ИГРА В КОМАНДЕ – СЕКРЕТЫ УСПЕХА

### 1. Пойти туда не знаю куда, сделать то, не знаю что.

Когда молодой человек или девушка чувствуют в себе желание служить обществу – они начинают искать возможность как это сделать. В наше время первый эксперт к которому они обращаются за советом – Интернет, а точнее поисковые запросы и социальные сети.

Возможно, они еще сами не определились с тем, какой деятельностью им хотелось бы заниматься и предпочтут просмотреть несколько возможных вариантов. Вы выиграете, если сразу предоставите им всю информацию: на официальном сайте организации, в группах в социальных сетях или в блогах – позаботьтесь не только об описании миссии и ценностей организации, но и о фотографиях, иллюстрирующих Вашу деятельность и волонтеров в работе. Плюсом станут и размещенные рассказы волонтеров с их впечатлениями и эмоциями.

Обязательно укажите, как с Вами можно связаться - идеально, если это будет телефон, по которому действительно отвечает человек, знающий о реализуемых организацией проектах и о необходимой волонтерской помощи. Помните, что ни один телефонный

разговор не заменит встречи – Вам и будущему волонтеру просто необходимо увидеться, чтобы больше узнать друг о друге: Вам о целях и мотивации волонтера (это залог успешного сотрудничества), а волонтеру – о всех проектах, в реализации которых он может принять участие (это даст ему возможность выбрать то, что действительно интересно).

Второй источник, откуда приходят новые волонтеры – это уже действующие члены Вашей организации, которые рассказывают о ней своим друзьям и привлекают их к участию. Для того, чтобы этот канал хорошо работал важно, чтобы действующие волонтеры были удовлетворены и работой организации и существующими в ней отношениями.

## 2. В волонтеры бы пошел – пусть меня научат.

Помните, что первое впечатление нельзя произвести второй раз, а поэтому заранее подготовьтесь к встрече. Хорошо, если у Вас будет уже оформленная презентация о деятельности организации (с перечислением и описанием основных проектов), будут заготовлены ответы на часто задаваемые вопросы (чаще всего это вопросы о структуре организации, финансировании, документации), также плюсом будет, если волонтер после встречи с Вами уйдет не только с полученной информацией, но и с печатной продукцией, рассказывающей о Вашей деятельности.

Часто, приходя в некоммерческую организацию, молодые люди не до конца понимают, чем им хотелось бы заниматься. Вы можете помочь им разобраться в этом, предоставив полную информацию обо всех возможных видах помощи (обязательно подготовьте их по двум направлениям: непосредственный контакт с подопечными и удаленная помощь – для тех, кто пока не готов к контакту).

По моему опыту – многие волонтеры боятся, что они не имеют нужных знаний или навыков, или боятся, что имеющиеся у них знания –недостаточно глубоки для данной деятельности. Возможны два варианта решения этих проблем:

- При первой встрече волонтер заполняет анкету, где помимо контактной информации, есть и разделы с указанными видами помощи (представлены варианты ответов) – часто оказывается, что волонтер, являющийся специалистом в какой-либо сфере и обладающий определенными навыками не знает о возможности применения их в НКО;
- Организация обучения для волонтеров с учетом специфики деятельности НКО и учетом личных пожеланий волонтеров (на основе анкетирования). Такое обучение проводится силами привлекаемых на волонтерских основах специалистов и помимо образовательного эффекта часто играет большую роль и в сплочении команды.

## 3. Так и запишем... или Учет волонтеров.

Важным является момент учета и контакта с волонтерами, потому что когда их количество перевалит за несколько сотен, Вам уже не так легко будет найти какую-либо анкету или обзвонить всех, чтобы сообщить о проводящемся мероприятии. Поэтому, чтобы максимально облегчить свою работу по координации деятельности волонтеров и сделать контакт удобным для обеих сторон, лучше применить такие простые средства, как:

- Анкета.

Это документ, заполняемый волонтером при первой встрече и включающий несколько обязательных пунктов (что значительно облегчит работу при наличии соответствующего программного обеспечения) с указанием: Ф.И.О.; контактов (можно сделать привязку к району или станции метро); интересующих волонтера видов помощи; названий проектов, в которых волонтер принимает участие; названий мероприятий, в которых волонтер принимал участие; примечаний и комментариев.

- Карточки волонтера.

По своей сути это удостоверение волонтера, выдающееся ему после прохождения стажировки в Вашей организации и дающее ему полномочия представлять организацию на различных мероприятиях. Информация, содержащаяся в удостоверении, должна быть проверена сотрудниками, его выдающими и заверена печатью организации. Фото на удостоверении придаст больше солидности, а также поможет избежать неприятных ситуаций, связанных с передачей документов посторонним лицам.

#### 4. Алло? Вы меня слышите? или Как всегда быть на связи.

Гарантией Вашего долгого сотрудничества с волонтером - может стать только постоянный двусторонний контакт - Вы регулярно оповещаете волонтеров обо всех проводящихся мероприятиях, а также всегда готовы выслушать его отзывы и ответить на вопросы, связанные с их проведением.

Современные средства коммуникации дают нам большой простор для оперативного оповещения волонтеров:

- Социальные сети. Вы можете создать закрытое сообщество для действующих волонтеров организации и обсуждать там рабочие вопросы, разделяя их по темам.

- E-mail рассылки. Зарегистрировавшись на любом из сайтов, предоставляющих такую возможность ( <http://subscribe.ru>, <http://content.mail.ru>, <http://www.google.ru> и другие) и внося один раз в базу адреса всех волонтеров, Вы сможете отправлять им письма, сообщая обо всех происходящих событиях. Бесспорным плюсом такого метода взаимодействия является его низкая бюджетность (есть и бесплатные варианты), а минусом – возможное отсутствие волонтеров в сети Интернет, и внесение Вашего адреса в черные списки почтовых служб, при этом письма будут помещаться в папку «Спам» и не доходить до адресата.

- СМС-рассылки. Это способ отправления информации на мобильный телефон волонтера. Плюсы этого способа контакта – оперативность, сообщение доставляется спустя несколько минут после отправки и будет прочитано с вероятностью почти 100 процентов. Минусы – СМС-рассылки бывают только платными и при частом их использовании, это может быть достаточно затратным.

- Телефонные звонки волонтерам с целью сообщить им о мероприятии. Безусловный плюс – это наиболее эффективный способ, так как предполагает прямой личный контакт. Минусы – это очень затратный способ контакта по времени и, практически не возможен, при количестве волонтеров более 50 человек.

Но, ни один из этих способов не будет эффективен, если будет «игрой в одни ворота» - поэтому Ваша основная задача после передачи информации – быть на связи, чтобы иметь возможность уточнить ее и ответить на возникшие у волонтера вопросы.

#### 5. Вместе весело шагать или Корпоративная атрибутика.

Ваша команда уже набрана, активно участвует в проектах и ...регулярно встречается, как между собой, так и с представителями других организаций и жителями города. Хорошим элементом нематериальной мотивации может стать получение волонтерами корпоративной атрибутики – отражающей информацию и цели Вашей организации.

Футболки с интересными надписями, значки со слоганом или браслеты с логотипами – все это поможет Вашим волонтерам выделять «своих» и чувствовать свою причастность к большому и общему делу. Помимо стандартной атрибутики, раздающейся волонтерам – у нас есть и общий гимн – посвященный именно нашей работе в детских домах.

Каждый из членов команды имеет возможность добавить к своей фотографии в социальной сети логотип организации и, многие активно используют эту возможность.

## 6. О Мотивации и прочем.

Если волонтер уже пришел к Вам, чаще всего это означает, что у него уже есть какие-то мотивы и побуждения. Ваша задача – не напугать его на первом этапе (этапе знакомства) и не бросать в дальнейшей работе. Об этом подробнее говорится в разделе « Алло? Вы меня слышите? или Как всегда быть на связи».

Но иногда бывает так, что люди (а мы никогда не забываем, что волонтеры – это не запрограммированные на добрые дела роботы, а самые обыкновенные люди) тоже устают или хотят развиваться дальше, пройдя некоторые ступени и дойдя до определенного уровня. Ваши волонтеры будут работать более эффективно, если будут осознавать, что Вы и организация заинтересованы в их развитии: интересуетесь инициативами, организовываете дополнительное обучение, приглашаете профессионалов, способных ответить на вопросы, возникающие по ходу работы, поддерживаете и помогаете волонтерам при участии в конкурсах и подаче заявок на стажировки в других организациях. Вы, несомненно, сами выиграете, обучая заинтересованного в развитии волонтера, приобретете опытного специалиста именно в Вашей сфере деятельности.

Всегда давайте волонтеру возможность выбора. Если Вашей организацией реализуется несколько проектов – дайте волонтеру попробовать себя в каждом из них.

И помните, что для того, чтобы эффективно работать – нужно не забывать и об отдыхе. У нас в организации есть понятие «Каникулы» - когда волонтер может отойти от дел на некоторое время, но потом вернуться в проект уже отдохнувшим и полным энергии для его продолжения.

А еще – можно отдыхать вместе: корпоративные мероприятия – пикники, прогулки, игры или вечеринки важны и для развития дружеских отношений среди Вашей команды, а приятно проведенное время в компании единомышленников – работает лучше любого тренинга по сплочению.

## 7. Ложка дегтя или о трудностях.

К сожалению, при всей работе, ведущийся с волонтерами – мы не можем сказать, что у нас нет сложностей: основная из них – это необязательность кого-то из членов команды ( как из новичков, так и из уже бывалых). Мы стараемся минимизировать риски, приглашая на важные мероприятия чуть больше волонтеров, чем запланировано ( сразу рассчитывая, чем мы сможем занять их при полном посещении). Сейчас эта проблема уже не стоит так остро, как было несколько лет назад. Думаю, это произошло от того, что при встрече с волонтерами мы рассказываем им о важности деятельности каждого из них для всей работы нашей большой организации: не собрав средства ухода на акции – мы сможем посещать детей в больницах, но не сможем переодеть их, если это понадобится. Приводим и другие примеры.

Возможно, построить эффективные отношения с волонтерами достаточно трудно, но, построив их, Вы получите столько единомышленников, столько людей, готовых поддержать

Вас и Ваши начинания, что любой, даже самый сложный проект покажется Вам исполнимым и возможным при работе с такой командой, а сама работа будет постоянным источником приятных и добрых впечатлений.

**Гилёва Татьяна,**  
руководитель волонтерского проекта  
в Региональном Общественном Движении  
«Петербургские Родители»,  
тренер, выпускница Санкт – Петербургской Школы  
Социального Проектирования  
[www.otkazniki-spb.ru](http://www.otkazniki-spb.ru)

## **ПРОСТЫЕ СЕКРЕТЫ. (или как мы ходим в детские дома)**

Волонтеры Общественного Движения «Петербургские Родители» любят ходить в гости: они часто с удовольствием посещают детские дома, дома ребенка, приюты и школы-интернаты. Как это принято, в гости они приходят не с пустыми руками – то праздник принесут, то игры интересные, а то и мастер-класс. И каждый раз их потом отпускать из гостей не хотят, то чаем напоят, то альбомы поведут показывать, а один раз – даже самый настоящий концерт устроили силами и детей и педагогов. И снова приходят всегда приглашают.

Так что же они такого необычного делают, эти волонтеры?

Наверное, первый секрет в том, что все мероприятия, которые мы проводим в детских домах отличаются от традиционных. Если это мастер-класс, то учим детей чудесам: мыло варить или игрушки из шерсти делать. Если это праздник, то приглашаем самых необыкновенных артистов с огромными мыльными пузырями размером с ребенка или же с веселыми животными.

Но второй секрет важнее! Он самый-самый главный: мы не делаем разницы между детьми, к которым мы приезжаем в детские дома и детьми, у которых есть родители. И поэтому то, что нам помогает это самая большая мудрость, а именно - несколько правил о равном общении взрослых и детей.

### 1. Старайтесь, чтобы Ваши глаза были на одном уровне с глазами ребенка.

Присядьте, чтобы быть на равных. Это будет более комфортно и для малыша и для Вас. Вы сразу станете ближе друг к другу, и отношения больше будут похожи на связку партнер-партнер, что означает максимальное доверие и восприятие.

Наверное, это и есть самая правильная позиция – прийти в детский дом не будто делая ему одолжение, а как в гости к дорогим людям (пусть и первый раз увиденным друзьям).

### 2. Помните о возрасте Вашего собеседника.

Общаясь с ребенком помните, что какие-то вещи, абсолютно понятные Вам он может просто не знать. Используйте доступную лексику и не злоупотребляйте сложными цифрами, названиями и терминами.

Пример: на экскурсии в пожарную часть мы долго рассказывали детям о том, сколько кубометров воды вмещается в пожарную машину - эта информация не вызывала никакого интереса, пока мы не перевели скучные цифры в более близкие и понятные – в ведра и чашки.

### 3. Не будьте «учителем» или «взрослым».

Но не нужно и приуменьшать знания, которые вы даете детям. Не общайтесь с ребенком так, как будто он ничего не понимает и хочет знать. Если он спрашивает – ответьте на его вопрос, а если не знаете ответа, сами честно ему в этом признайтесь, это только поднимет Ваш авторитет в его глазах.

### 4. Помните про слово «нет».

Есть вещи, которые ребенку делать нельзя, как бы сильно не хотелось. Чаще всего, это связано с его безопасностью. Всегда обозначайте такие вещи и будьте в этом вопросе крайне тверды. Объясните ребенку, к чему может привести нарушение этого правила и, если один раз вы сказали нельзя, то в следующий раз это уже не должно превращаться в «можно».

### 5. Говорите о том, что Вы чувствуете, вместо того, чтобы ругаться.

Некоторые поступки детей могут доставлять нам неприятные эмоции, расстраивать нас. В этот момент, самое главное, – держать себя в руках, не накричать на ребенка, а рассказать ему о своих ощущениях. Конечно, это правило работает с детьми старшего возраста, которые уже могут понимать Ваши чувства и эмоции, анализировать свои поступки. С малышами используйте первую часть правила - держите себя в руках.

**Иванова Яна Людвиговна,**  
координатор образовательных и социальных программ  
Санкт-Петербургской общественной организации «Адаин Ло»  
[www.adainlo.spb.ru](http://www.adainlo.spb.ru)

## **КАК МЫ СОЗДАВАЛИ «УЛЕЙ» И РАЗВОДИЛИ «ПЧЕЛ» Из опыта работы волонтерской программы «Каверет» Еврейского Семейного Центра «Адаин Ло»**

*«Адаин Ло» – это Еврейский семейный центр, целью которого является вовлечение в активную общинную жизнь людей самого разного возраста и социального положения.*

*Регулярная работа центра началась в 1990 году. На сегодняшний день центр объединяет около 1500 семей, что составляет более 4000 человек. Коллектив «Адаин Ло» – это около 100 постоянно работающих сотрудников и волонтеры.*

*Все программы, которые ведет «Адаин Ло» (а их более 30), тесно связаны друг с другом.*

*Участники программ «Адаин Ло» не только получают еврейское образование, находят новых друзей, но и вносят вклад в строительство сильной, самостоятельной и просвященной еврейской общины Санкт-Петербурга. Адаин Ло также предоставляет социальную помощь, организуя программы для семей с детьми и молодежью со специальными потребностями и социально незащищенных семей.*

Есть в еврейской традиции два краеугольных камня. Один из них, «тикун олам» - совершенствование мира – заповедь не быть равнодушным и прикладывать постоянные усилия к улучшению окружающего мира. Второй – ответственность всех евреев друг за друга. Многовековое следование этим принципам привело к процветанию в общинах взаимопомощи и взаимовыручки даже в самые тяжелые времена. Естественно было и для нашей организации не только заняться социальными программами, но и привлечь к ним молодежь и подростков. В 2003 году мы задумали создать молодежную волонтерскую программу.

Имея более чем десятилетний опыт работы, мы знали, что включенность людей любого возраста в общественную деятельность происходит в несколько этапов:

- Готовность принимать информацию (чтение объявлений, листовок, подписка на рассылки и т.д);
- Пассивное участие в мероприятиях в качестве слушателей, наблюдателей;
- Выполнение конкретных поручений, например, накрыть стол, подготовить помещение, помощь ведущим;
- Активное участие в мероприятиях, например, в качестве ведущего, участие в принятии решений.

Однако начинание для нас было новым, и мы пригласили к обсуждению представителей молодежных организаций. Мы задавали им вопросы о том, что может побудить молодежь к волонтерской деятельности, какие поощрения, обучение и информирование необходимы, как должна быть организована деятельность волонтеров, сколько времени молодежь могла бы тратить на волонтерство, чем именно заниматься.

Результатом нашего «совещания» стало рождение программы «Каверет» (*на иврите - улей*). Название отражало основной принцип организации программы: молодежь не «переходит» в «Каверет» из других программ и организаций, а создаются «соты» волонтеров-«пчел» в тех организациях, к которым волонтеры уже принадлежат. Полями для волонтерской деятельности становились социальные программы еврейских организаций,. «Адаин Ло» же, осуществляло всю координацию молодежной волонтерской деятельности на полях, обучение, поощрение и поддержку волонтеров.

В 2003 году на наше приглашение откликнулось 20 студентов и молодых людей, к настоящему моменту более 80 человек участвует в волонтерской деятельности.

Также быструю эволюцию претерпела деятельность, которую осуществляли волонтеры. В течение первого месяца студенты помогали проводить те занятия и мероприятия, которые проходили в организациях и до их прихода: Шаббаты для пожилых людей в Хэсэде, специальные занятия для детей с нарушениями развития в «Адаин Ло», помогали с уроками детям из социально незащищенных семей. Однако уже на исходе первого месяца студенты попросили провести для них обучение и тренинг для того, чтобы вести занятия и праздники самостоятельно. Они не хотели больше помогать сотрудникам и организациям, они хотели напрямую приносить пользу нуждающимся в ней людям и не боялись больше ни чужого горя, ни ограничений.

После короткого обучения студенты начали самостоятельно проводить праздники, Шаббаты и творческие занятия (например, окончившие художественную школу проводили ИЗО, музыкальную – музыку и т.д). Более того, с очень небольшой поддержкой сотрудников «Адаин Ло» ребята начали новую социальную программу – для молодежи с ограниченными интеллектуальными возможностями. Студенты начали с еженедельных встреч Шаббатов, перед которыми проводили творческие занятия. Затем организовали экскурсии, загородные поездки, походы в кино и кафе.

К концу первого года деятельности волонтерской программы «Каверет» ее результаты казались ошеломляющими: студенты провели более 20 праздников, начали новую социальную программу. Благодаря их энтузиазму началась интеграция молодежи с интеллектуальными нарушениями в общину и общество. Важнейшим же приобретением оказалась искренняя и деятельная заинтересованность молодежи в помощи нуждающимся и делах общины.

Новые вопросы встали перед нами: как поощрять такие высокие достижения и чем удерживать волонтеров, как организовать новую «рекрутинговую» компанию и как совмещать уже опытных и новых волонтеров. На подведении итогов года мы задали их нашим волонтерам. Также вместе мы обобщили опыт этого года и сделали выводы на будущее. Несмотря на семилетний опыт, десятки проведенных семинаров и волонтерских акций в ВУЗах и школах, эти выводы актуальны для нас и сейчас. Итак:

- Волонтеры хотят помогать людям, а не организациям и функционерам;
- Лучшей наградой для волонтеров является отдача от работы, радость и благодарность людей. Попытки денежных поощрений эту отдачу убивают;
- Немаловажным мотивом для волонтерской деятельности молодежи является желание проверить себя, реализовать, испытать свои силы. Поэтому волонтеры предпочитают вести содержательную деятельность, а не накрывать на столы и таскать стулья;
- Любое дело, занятие, праздник, домашнее посещение, безопаснее и приятнее делать в компании, поэтому всегда надо ставить волонтеров в пару или группу;
- Для молодежи общение и компания необходимы, волонтерам важно пообщаться между собой. Поэтому посиделки с обсуждениями и чаем, нужны как можно чаще;
- Обучение и тренинги, предлагаемые волонтерам должны быть высокого качества и отвечать их конкретным запросам. Специалисты, готовые ответить на возникающие вопросы и помочь в проблемах, должны быть в пределах доступа;
- Добровольчество не отменяет обязательства. Взятую на себя ответственность нельзя бросить просто так;
- Добровольчество не кабала и не рабство, нельзя ждать и требовать от волонтеров вечного продолжения и вечной дружбы;
- Лучшие агитаторы для новых волонтеров не сотрудники, а сами волонтеры, лучшие генераторы идей развития добровольчества также сами волонтеры;
- Делая то же самое, что профессионалы, добровольцы достигают лучших результатов, работая с людьми, так как дарят им свои время и внимание просто так!!!

Работа с волонтерами трудна, требует добросовестности, организованности, общительности и большой увлеченности делом, но бояться ее не надо. Каждый, кто хочет, чтобы окружающий мир становился лучше, чтобы наши дети завтра жили лучше, чем мы сегодня, кто хочет, чтобы дело его продолжалось, должен найти место волонтерству в своей деятельности и жизни!

**Хананашвили Нодари Лотариевич,**  
кандидат юридических наук,  
вице-президент Национальной Ассоциации  
благотворительных организаций  
[nodar@nasbor.ru](mailto:nodar@nasbor.ru)

## **ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО В РОССИИ. РЕЗЕРВЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ.**

Кто такой сегодня доброволец в глазах современного российского общества?

Это либо «чужак», либо «боец» (то есть идущий воевать), либо «тёмный делец» («что-то здесь не так, это неспроста!»).

В чём причины такого отношения? Прежде всего, для граждан можно сформулировать несколько. Первая – невесёлая память о добровольно-принудительном труде в советское время, когда многое из того, что называли добровольным, было совсем не таким. В результате той «принудиловки» граждане, даже и социально активные, просто шарахаются от каких-либо мероприятий, проводимых под флагом добровольчества.

Вторая причина – отсутствие внятной информации о высокой степени значимости данного направления деятельности не только для каких-либо конкретных получателей помощи, не только для страны в целом, но и важности для самого человека. Очевидно, что одним из ключевых стремлений каждого разумного существа является стремление к самореализации. И таковая, как выясняется, возможна вовсе не обязательно там, где платят хорошие деньги за работу.

Третьей причиной можно назвать, как это ни парадоксально, «накладность» добровольчества для самого добровольца. Если, разумеется, человек делает что-то не в полном неведении относительно последствий своего добровольчества. А последствия – удивительные:

А) отправляясь куда бы то ни было в качестве добровольца, человек должен знать, что и его проезд к месту добровольного труда, и его питание (там где он будет осуществлять добровольческую деятельность) – это его доход, поскольку так устроено наше законодательство;

Б) случись что с добровольцем, никто не сможет ему помочь, поскольку доброволец не имеет правовых инструментов собственной социальной защиты;

В) проработай доброволец в таком качестве хоть всю жизнь, он так и останется в глазах российского права нахлебником, дармоедом, который не вправе рассчитывать не то чтобы на благодарность общества, но – даже на приличную пенсию.

Второй важный ракурс – причины, по которым государство, прежде всего, его представители, принимающие властные решения, не рвутся обеспечить добровольчество соответствующей нормативно-правовой основой. Назову несколько весьма правдоподобных из возможного перечня причин.

*Во-первых*, могу назвать такой, казалось бы, парадоксальный аргумент, возникающий в сознании чиновника, «уполномоченного» (если это и входит хоть как-то в его функциональные обязанности) заниматься вопросами развития добровольчества: а мне это надо? И в самом деле, зачем это власти?

Субъективно чиновнику, если это не поручено непосредственно, конечно, ни к чему. Однако попробуем рассмотреть этот вопрос с точки зрения объективного интереса – интереса для страны.

Если предположить, что государственные служащие действуют на благо Отечества и стремятся при этом быть эффективными, то сложно не разглядеть масштаб потенциально доступных в этой сфере ресурсов. Глубоко ошибочной можно назвать мысль о том, что

основными ресурсами нашей страны являются её природные ресурсы. Даже если в России останется вполовину меньше жителей, именно они и будут главной ценностью страны. А ценность эта определяется не только талантами, но и мотивацией реализовать таланты «здесь и сейчас», за годы своей жизни и в России. И отсутствие понимания масштаба доступных человеческих ресурсов, таким образом, это – *вторая причина*.

*В-третьих*, это и отсутствие правовой регламентации. Тоже, можно сказать, странная причина: ведь она же является и мерой неповоротливости всё тех же чиновников. Вот уже почти 15 лет назад был разработан и предлагался для внесения в Государственную Думу ФС РФ проект закона «О добровольческой деятельности».

В итоге само добровольчество остаётся, в высоко пассионарной стране, в стране, где проживает множество отзывчивых и добросердечных людей, эдакой диковинкой.

Правовая регламентация добровольческой деятельности, разумеется, не может ограничиваться только этим законом, тем более, что он носит рамочный характер. Регулирование должно было бы затронуть множество сфер, о чём будет сказано несколько позже.

И, наконец, *в-четвёртых*, необходимо обратить внимание на столь значимый момент, как отсутствие, процедур и механизмов, социальных технологий вовлечения и использования огромных человеческих ресурсов.

Для начала назову и кратко охарактеризую по меньшей мере три очевидных и легкодоступных человеко-ресурсных источника – это:

- *Сотрудники неправительственных некоммерческих организаций (ННКО)*.

Несмотря на отсутствие должной правовой регламентации, добровольчество, как явление и порыв души, отмене или упущениям со стороны законодательства не подвержены. Поэтому уже сегодня в стране действуют сотни ННКО, активнейшим образом применяющих добровольчество и его технологии в своей работе. И опыт этих организаций исчисляется уже десятилетиями и огромным количеством успешно реализованных проектов – пока, в основном, поддержанных из-за рубежа. Помимо опыта и выработанных данными организациями технологий, необходимо отметить и их потенциальную способность к сетевой соорганизации, что позволит многократно нарастить созданный ресурс.

Реальными инструментами и технологиями работы ННКО являются *гранты* (как механизм поддержки социально ориентированных инициатив и выработки эффективных решений актуальных социальных проблем) и *социальный заказ* (как механизм цивилизованной и конкурсно организованной демонополизации услуг в социальной сфере, снижения их стоимости и повышения их качества).

- *Школьники и студенты*.

Нынешнее молодое поколение россиян не имеет того негативного фона памяти о «принудительном добровольчестве». Следовательно, можно (и крайне необходимо!) попытаться вновь обратиться к молодёжи с этими идеями. Однако теперь подход должен быть не только словесно привлекательным, но и проектно и технологически грамотно организованным и реализуемым.

Говоря о технологической основе работы со школьниками, важно опираться на современные и уже применяемые в регионах России технологии, такие, как, например, технология «Общественно активная школа» (Подробнее с названной технологией можно познакомиться в Красноярском Центре «Сотрудничество на местном уровне», сайт: [http://www.kccsp.ru/ru\\_site.php?page=1](http://www.kccsp.ru/ru_site.php?page=1)). Данная технология имеет в своей основе четыре элемента: *формирование комфортного низкоконфликтного пространства в школе* (через создание школьных служб примирения), *демократизация управления школой* (на основе применения разнообразных современных инструментов – попечительские и управляющие советы, школьные благотворительные фонды и др.), *содействие популяризации и распространению стратегии образования на протяжении всей жизни* (в английском языке данный подход или принцип имеет название «*lifelong learning*» или, дословно, образование длиною в жизнь (прим авт.)), построенного на расширении возможностей для приобретения знаний, умений и навыков, на приобретении учащимися стремления к саморазвитию, на

формировании возможностей к межвозрастному обучению и обучению в различном возрасте и *развитие партнёрства с местным сообществом*. Только выходя за рамки своего школьного двора и за рамки официального курса обществознания, который, как правило, ограничивается «высокой» и недоступной для обыденного понимания информацией о президентах, выборах и государственных думах, молодой гражданин нашей страны получает возможность понять, где и как он может быть полезен окружающим, и учиться не играть в предвыборные манипуляции, а раздумывать над тем, что он сам может сделать «здесь и сейчас». Раздумывать – и действовать, совместно со своими одноклассниками.

Ресурс студенчества, пожалуй, не менее важен, в особенности, если имеется ввиду студенчество гуманитарных ВУЗов. До настоящего времени российское гуманитарное образование остаётся в известной мере теоретическим, мало опирающимся на практику. Но поскольку проблем в окружающей нас действительности более чем достаточно, было бы логичным предположить, что именно в этой, проблемной действительности молодые люди, студенты могли бы стать отличными специалистами-практиками. Для них просто нужно организовать эту самую практику. Уже хорошо известен опыт юридических клиник. Однако, непонятно по какой причине до сих пор подобные клиники существуют только в сфере юриспруденции, хотя несомненно, создание и распространение самых разнообразных, по возможности привлечения студентов различных специальностей, *гуманитарных клиник* выглядит более чем очевидным дополнительным многоцелевым ресурсом.

Это и ресурс для ВУЗа. «Полевая» работа студентов, реализуемая на безвозмездной основе, позволяет наполнить живой практикой и курсовые, и дипломные, да и кандидатские работы, что повышает качество образования и науки и, следовательно, престиж ВУЗа. Это – интерес самих студентов, стремящихся получить не корочку о прослушивании теоретического курса, а применимые в профессиональной практике знания. Это – положительный результат для органов власти, которые получают возможность решать насущные социальные проблемы путём достаточно экономических процедур. А местом работы таких студенческих групп и отдельных студентов вполне могли бы стать те же грантовые проекты, реализуемые в общественных структурах. Кстати, опыт работы в ННКО во всём мире воспринимается как ключевой для любого молодого человека, в особенности, если он планирует в дальнейшем сделать карьеру в системе государственного управления.

Наиболее серьёзным препятствием работы с детьми и молодёжью можно назвать создавшуюся в последние десятилетия атмосферу первичности экономического преуспевания. Ситуация сложилась вследствие, прежде всего, концентрации всех помыслов и чаяний людей на выживании в период невероятных трансформаций, которые никак не похожи на реформы, а также из-за невнятной информационной политики власть предержащих или отсутствия такой политики вообще.

Из этого можно сделать вполне разумный вывод о приоритетности формулирования, формирования и реализации соответствующего акцента в информационной политике, акцента на информационное пространство, дружественное внеэкономическим формам созидательной социальной активности граждан.

*- Специалисты научно-исследовательских организаций гуманитарной сферы.*

В большинстве ситуаций, связанных с использованием специалистов гуманитарной сферы, они бывают задействованы в качестве непосредственных разработчиков тех или иных нормативных правовых актов, проведении исследований, в качестве привлекаемых консультантов и экспертов. Однако в целом ряде случаев их опыт может быть полезен и в качестве добровольческого вклада. Подобный подход применим в особенности тогда, когда высокопрофессиональный труд используется в качестве «оплаты» за интересную работу, содержащую дополнительные ресурсы привлекательности (например, межрегиональный проект, требующий междугородних поездок).

В заключение, назову также и основные направления ближайших усилий по развитию добровольчества в России:

1) Регламентация добровольческой деятельности и прав, связанных с её осуществлением: трудовых, социальных, пенсионных.

Недопустимо, чтобы добровольческий труд оставался абсолютно не защищённым, как это дело обстоит сейчас: человек, движимый филантропическими устремлениями, может трудиться всю жизнь на благо общества безвозмездно – и умереть в абсолютной нищете, поскольку ни труд его, ни возможные проблемы со здоровьем, возникшие вследствие его самоотверженной деятельности, не фиксируются нынешней системой правовых норм и стандартов.

2) Доработка и принятие ФЗ «Об основах добровольческой деятельности в Российской Федерации».

3) Разработка и реализация целевой программы «Развитие добровольчества в России».

Такая среднесрочная программа могла бы быть разработана уже в ближайшее время и может содержать несколько принципиально важных разделов:

- создание экспериментальных ресурсных центров добровольчества (на основе принципа деления России на федеральные округа – по одному центру на округ). Одной из стартовых задач данных ресурсных центров должен стать запуск экспериментальных проектов как профильной направленности (в том или ином направлении социальной политики), так и сетевого характера, способствующих развитию регионального и межрегионального партнёрства участников добровольческой деятельности;

- разработка и внедрение профессиональных стандартов деятельности в сфере добровольчества (в том числе, для обеспечения учёта вклада от добровольческой деятельности при обеспечении социального страхования, для пенсионного обеспечения и обеспечения трудовых прав);

- организация и обеспечение подготовки специалистов для преподавания в системе формального и неформального образования, а также разработка и принятие соответствующих образовательных стандартов.

**Михайлова Светлана Ростиславовна,**

исп. директор СПб ОО Благотворительное общество «Невский Ангел».

Специалист по работе с организациями,

методист Санкт-Петербургского Городского Центра

поддержки добровольческих инициатив

[msr47@yandex.ru](mailto:msr47@yandex.ru) , [www.kdobru.ru](http://www.kdobru.ru)

## **РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В СОВРЕМЕННОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ. ОПЫТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

Сегодня в России можно выделить четыре основных направления, стимулирующих процессы социальной активности молодежи и организации молодежного добровольчества:

1. активность негосударственных общественных и некоммерческих организаций, прежде всего благотворительных;

2. активность органов власти на федеральном и региональном уровнях во взаимодействии с Министерством спорта, туризма и молодежной политики, Федеральным Агентством по делам молодежи и Комитетами по делам молодежи в регионах;

3. активность государственных учреждений, прежде всего по работе с молодежью, во вторую очередь сферы социальной помощи и образовательных;

4. самоорганизация молодежи в спонтанные группы (например, через социальные сети в Интернет), осуществляющие благотворительную деятельность, в основном в форме акций, вне каких-либо организационных структур.

Каждое из четырех направлений предусматривает свои механизмы, свои ориентиры и предлагаемые молодежи ценности добровольчества. При этом с уверенностью можно констатировать эффективность для общества той части молодежного добровольчества, которая возникает в ответ на активность первого направления. Благотворительные, общественные и некоммерческие организации добились устойчивого внимания и поддержки своей деятельности со стороны молодежи. Это связано и с высокими целями таких организаций и с качеством менеджмента при минимуме бюрократии, и со зримостью результатов, и со степенью свободы для реализации инициативы добровольцев. Но прежде всего, как правило, для молодежи привлекательной становится деятельность, в центре которой человек, деятельность, при которой у молодежи появляются возможности лично и в сотрудничестве с другими людьми влиять на реальные социальные изменения в стране, в жизни конкретных людей.

Благотворительность – это та сфера, в которой молодежь и отдает и получает, являясь одновременно и субъектом и объектом. Безусловно, будучи значительным ресурсом для благотворительной деятельности, молодежь сегодня приносит в общество огромный человеческий потенциал для решения социальных проблем. Одновременно с этим молодежь получает огромные возможности благодаря добровольческой деятельности и добровольному труду.

Сегодня наиболее предпочтительными для молодежи являются такие формы добровольческой деятельности, как досуговая деятельность (организация свободного времени детей, подростков и молодежи), социально-психологическая и юридическая поддержка (молодежные психологические и юридические службы), спортивная, туристическая, патриотическая и военная подготовка (детские и молодежные лагеря), творческое развитие детей и людей с ограниченными возможностями (организация творческих мероприятий, конкурсов, праздников), информационное обеспечение и пропагандистские акции, социально-медицинская помощь (службы милосердия в больницах). Значительная часть молодежи включена в экологические программы, в работу с воспитанниками детских домов, экстренную помощь людям в ситуациях конфликтов и катастроф, помощь в восстановительных, реставрационных, археологических работах и многое другое. Молодые сотрудники бизнес-компаний охотно участвуют в программах корпоративного добровольчества.

Для молодых людей важен очевидный, осязаемый результат добровольческой деятельности и добровольного труда, они предпочитают получить его в короткий период и рассчитывают на достойную оценку. Особую важность для молодых добровольцев приобретает *имидж добровольческой деятельности*. Он должен ясно свидетельствовать о целях, задачах, отражать характер деятельности и нести яркую, эмоциональную, позитивную нагрузку. Имидж добровольческой деятельности включает следующие значимые составляющие:

*миссия* деятельности – ожидаемый результат совместных усилий, направленность организации, ее ценностные ориентации, декларируемые принципы;

*общественное мнение* – то впечатление, которое деятельность производит на членов местного сообщества, оценочные суждения, вызываемые данной деятельностью;

*бренд* – внешние узнаваемые символы и атрибуты деятельности, организации, отражающие ее предназначение, стиль и характерные особенности;

*внутренняя культура* – стиль межличностных отношений в группе, организации, эмоционально-психологический климат, принятые формы взаимоотношений среди участников деятельности;

*организационная культура* – взаимоотношения, установившиеся между организаторами и участниками социальной деятельности, степень общей организованности, трудовая дисциплина, порядок и системность в деятельности.

Использование молодежного добровольного труда в любых организациях и учреждениях социальной сферы позволяет расширить их ресурсные и сервисные возможности. При этом осуществление молодежью добровольческой деятельности и добровольного труда влияет на процесс ее воспитания, в частности:

- способствует получению информации о социальной жизни, проблемах и нуждах населения, развитию жизненного опыта и повышению ответственности молодежи за будущее своего города и страны;
- пробуждает чувства сострадания, милосердия, заботы, воспитывает толерантность;
- развивает гражданское самосознание и предоставляет возможности получения навыков самореализации и самоорганизации для решения социальных задач;
- стимулирует профессиональную ориентацию и профессиональное развитие, тем самым способствует личностной устойчивости и социализации молодежи.

Воспитательный аспект для молодежи, участвующей в благотворительности, является не менее значимой общественной задачей, чем молодежные ресурсы для благотворительности. Поскольку мы понимаем, что пока доля молодежи, имеющей гуманистические ориентиры и ценности не столь велика, как хотелось бы, а количество проблем в молодежной среде возрастает, приобретают все более актуальный характер проблемы профориентации, трудоустройства, содержательного досуга, личной безопасности молодых людей. Социологические исследования свидетельствуют о том, что около 50% молодежи подвергались когда-либо физическому насилию со стороны сверстников или взрослых, а 40% испытывали на себе рукоприкладство родителей. Насилие как стиль жизни все чаще приобретает организованные формы в молодежной сфере. В России свыше 50% всех преступлений совершается молодыми людьми в возрасте 14-29 лет. Следует отметить, что по последним данным исследований, проведенных ВОЗ в 2010 году, Россия занимает первое место по количеству убийств, среди молодежи. В нашей стране на каждые 10 тысяч населения приходится 16 убийств молодых людей в возрасте от 10 до 29 лет, преимущественно холодным оружием. Второе место занимает Албания – 11 убийств молодых на 10 тыс. населения.

Существующая международная и российская практика использования молодежных добровольческих ресурсов в благотворительности и социальной сфере подтверждает неизменную востребованность молодежного добровольчества и необходимость его поддержки и развития со стороны государства и общества.

Сегодня становятся особенно актуальными слова Игоря Михайловича Ильинского, доктора философских наук, ректора Московского гуманитарного университета: *«Я считаю, что существенные перемены в содержании, характере и масштабности государственной молодежной политики сегодня могут и должны произойти под влиянием идей и воздействия сил, представляющих общественную молодежную политику. Этот тезис я отнес бы также к числу основных, на которых должна строиться новая концепция молодежной политики в России, у которой (политики) есть два крыла: государственное и общественное».*

И в этом смысле ответственностью благотворительных, общественных, некоммерческих организаций является широкое информирование молодежи о своей деятельности, вовлечение ее в эту деятельность, предоставление ей возможностей инициативы и творчества, квалифицированный менеджмент добровольческих программ.

Опыт Санкт-Петербурга.

Санкт-Петербург является первым регионом РФ, в котором принята Концепция развития социального добровольчества. Концепция развития социального добровольчества в Санкт-Петербурге на 2008-2011 годы разработана на основе сотрудничества негосударственных организаций социальной сферы, преимущественно, благотворительных и органов исполнительной власти, принята Постановлением Правительства Санкт-Петербурга 23 января 2008 года № 45. Одним из направлений реализации Концепции является Обеспечение системной поддержки молодежного добровольчества.

Из текста Концепции: «В целях использования добровольческого потенциала молодежи для развития социальной сферы Санкт-Петербурга необходимо:

- разработать и осуществить среднесрочную информационно-просветительскую программу для молодежи Санкт-Петербурга, ориентированную на информирование и мотивирование молодых людей к добровольческой деятельности в социальной сфере. Реализация программы возможна в форме факультативного курса в учебных заведениях, молодежных организациях и подростковых клубах;

- создать организационные условия для обеспечения возможности проведения практик учащихся средних специальных учебных заведений и студентов высших учебных заведений Санкт-Петербурга на базе организаций и учреждений социальной сферы. Рабочими механизмами для этого должны служить структурные элементы системы поддержки социального добровольчества городского и районного уровней;

- выявлять лучший практический опыт организации молодежного добровольчества в социальной сфере, содействовать его распространению и стимулировать повышение качества организации молодежной добровольной работы в социальной сфере, например, посредством проведения районных и общегородских конкурсов;

- учитывать при разработке программы обучения и методического обеспечения по организации добровольной работы в социальной сфере опыт подготовки специалистов по организации добровольной работы молодежи в социальной сфере;

- осуществлять поддержку массовых молодежных добровольческих акций городского уровня, направленных на социально-полезную деятельность;

- разработать механизм, позволяющий использовать добровольный труд молодежи в учреждениях социальной сферы».

Практическая реализация Концепции по этому направлению выражается в государственной поддержке обучения организаторов добровольной работы, молодых активистов, поддержке городских мероприятий «Весенняя Неделя Добра» и «День молодежного служения», проведение городского конкурса «Эффективное добровольчество», семинаров, форумов, выставок просветительских программ в учебных заведениях, в реализации программы развития добровольчества в подростковых клубах и многое другое.

В качестве инфраструктуры поддержки добровольчества на городском уровне создан Санкт-Петербургский Городской Центр поддержки добровольческих инициатив. Центр предоставляет комплекс услуг гражданам и организациям в области добровольчества, осуществляет специальные программы для молодежи, такие как «Быстрый старт – 7 шагов к добровольчеству», посредством которых молодые люди получают знания, навыки, полезные контакты и места для добровольной работы, поддержку своих социальных добровольческих инициатив.

Значительная работа в этом направлении осуществляется Комитетом по социальной политике Санкт-Петербурга и Комитетом по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями.

В городе действует множество негосударственных добровольческих организаций и государственных организаций, развивающих молодежное добровольчество. Многие из них имеют значительный и успешный опыт привлечения молодежи к добровольческой деятельности и организации добровольной работы молодежи. Это такие организации, как:

Санкт-Петербургское отделение РОО «Российский Красный Крест»,  
РОБО Семейный Центр «Адаин-Ло»,  
Еврейский благотворительный центр «Хэсэд Авраам»,  
СПб ОД «Петербургские родители»,  
СПб ГУ «Центр Контакт»,

СПб РОО «Врачи детям»,  
СПб РБОО «Шаг на встречу»,  
СПб РОО Взгляд в будущее  
РОБО «Волонтерская служба»,  
РОО «Аккорд»,  
Центр развития некоммерческих организаций,  
СПб ГУ «Центр реабилитации инвалидов и детей инвалидов Калининского района»,  
Администрация Петроградского района, Сектор молодежной политики,  
Сверо-Западная Академия государственной службы,  
Санкт-Петербургский государственный университет физической культуры и спорта  
им. П.Ф.Лесгафта и многие другие.

Добровольчество учитывается в стратегиях социального и экономического развития России на долгосрочную перспективу, стратегиях государственной молодежной политики. 30 июля 2009 года решением Правительства РФ № 1054-р принята Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества, разработанная на основе сотрудничества правительственных структур и некоммерческих организаций. В течение 6 лет в России проводятся национальные конференции по добровольчеству и конкурсы, победителям присуждается Национальная общественная награда в области добровольчества. Государственной Думой РФ начата разработка проекта Закона РФ «О добровольчестве». Однако эффективность всех действий и перспективы развития добровольчества, в т.ч. молодежного связаны, прежде всего, с развитием сотрудничества общества и государства. Сотрудничества между НКО и государственными учреждениями, межсекторного сотрудничества, а также качеством этого сотрудничества. Сотрудничества, с использованием накопленного опыта и внедрением инновационных социальных технологий.

Во Всемирной Декларации Добровольчества, принятой в январе 2001 года (объявленного Годом Добровольцев), отмечается, что добровольчество - фундамент гражданского общества, оно привносит в жизнь потребность в мире, свободе, безопасности, справедливости. В Декларации подчеркивается, что добровольчество - способ сохранения и укрепления человеческих ценностей, реализации прав и обязанностей граждан, личностного роста, через осознание человеческого потенциала. В Декларации особо подчеркивается, что волонтерство является добровольным выбором, отражающим личные взгляды и позиции, активное участие гражданина в жизни человеческих сообществ. Оно должно способствовать улучшению качества жизни, личному процветанию и углублению солидарности людей.

Россия тоже приходит к международному пониманию важности роли добровольчества, особенно молодежного, в процессе реформирования страны, и для большого количества людей, связанных с развитием благотворительности и добровольчества, это говорит о том, что их труд в современной России был не напрасным.

## Раздел 2: Роль информации и социальной рекламы в процессе вовлечения молодежи в практику добровольчества

**Дворко Станислав Борисович,**

председатель правления

МОО «Национальный совет социальной информации»,

член Рабочей группы Общественной палаты РФ по развитию

информационного общества в России

<http://nprussia.ru>

### **О РОЛИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РАЗВИТИИ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА**

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года и Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации наглядно представляют нераздельность добровольчества и социальной рекламы, всесторонне готовящей самую широкую аудиторию к пониманию, восприятию и участию в добровольческой деятельности.

Мы видим, что в представлении государства социальная реклама должна стать не только частью медийных технологий, но и неотъемлемой составляющей воспитательно-образовательной политики, а, значит, и гражданского, и патриотического, и информационного, и правового воспитания подрастающего поколения россиян – т.е. механизмом борьбы с правовым нигилизмом, формирования информационной, правовой, экологической и иной культуры. Необходимо понимать, что особенностью социальной рекламы является не только аспект воздействия на внешнего зрителя: уличная реклама, реклама внутри помещений, реклама по медийным каналам: телевидение, радио, Интернет, но аспект участия, включенности, молодежи и актива НКО в её создание. Именно второй аспект влияния сегодня становится наиболее интересным для общества, так как представляет собой целостный образовательный процесс.

Здесь необходимо увидеть полноценное включение детей в добровольческий процесс, в потребность сопереживать доброй воле и тому социально ориентированному творчеству, которое вовлекает молодых людей через социальную рекламу к новому качеству гражданской активности. Со своей стороны стоит отметить, что рассматривая опыт проведения ежегодного Национального конкурса социальной рекламы «Новое пространство России», организованного Национальным советом социальной информации во всероссийском масштабе, отчётливо видно, что наполнение медиаобразовательного контента социальным служением уже сегодня даёт массовый качественный образовательный и воспитательный результат.

Мало того, сегодня есть повод искренне надеяться, что общественная инициатива, используя технологии медиаобразования, сможет дать необходимый толчок к востребованности в современном обществе не только культурных и нравственных ценностей, но и реальную добровольческую инициативу.

Исторический опыт становления нашего общества указывает, что для утверждения и сохранения гуманистических принципов развития человеческих взаимоотношений, необходимо уделять значительное внимание воспитанию детей с последующей преемственной сменой старшего поколения более молодым и энергичным, одновременно шагая в ногу со временем. Важно совершать эти шаги посредством тех технологий, которые имеются в нашем распоряжении. Молодости всегда была свойственна удивительная способность быстро воспринимать всё новое, легко внедряя в жизнь самые перспективные, новаторские идеи. Этот путь эволюционного обновления испокон веков происходил посредством унаследования подростками духовных и культурных ценностей, а так же профессионального опыта.

Готовность учиться тысячелетиями позволяла человечеству вновь и вновь адаптироваться к изменчивым условиям бытия и без промедления реализовывать самые смелые решения. Вовлекая детей и подростков в мир решений социальных проблем посредством медийных технологий, мы вручаем им наиболее динамичный инструмент взаимодействия, обращая их внимание на возможность повлиять на качество и образ собственной жизни. Всё в большей и большей степени, используя современные технологии, что хорошо видно на практике реализации Конкурса социальной рекламы, мы решаем важнейшую задачу нашего времени по социализации личности, формированию доброй воли и гражданской активности молодых людей. Стоит отметить, что работа с молодежью в формате Конкурса интересна не только качеством художественного или технического решения, но прежде всего массовостью участия детей и молодежи в социальном творчестве. Чем больше молодых людей сделают свой выбор за технический прогресс, мир добра и ответственности, тем нравственнее и активнее станет завтра Россия. Для этого в решение конкурсного задания ставится задача по обращению внимания на глубину сопереживания и осмысления молодым человеком своего взгляда на жизнь и общество, те культурные, личностные, духовные и нравственные ценности, одновременно используя современные достижения медийных технологий. Постепенное введение детей и подростков в мир социального творчества позволяет вовлечь в участие детей как первого класса, так старшеклассников и студентов. Чем глубже в человеке переживание и готовность помочь ближнему своему и практический навык работы с современными технологиями, тем выше итог всей проделанной нами работы и соответствующий воспитательный результат.

Ребёнок, обученный медийным технологиям, повысивший свой уровень коммуникации, всесторонне осмысливший социальную проблему и определивший свою созидательную жизненную позицию – такова цель социальной рекламы. Важно отметить, что не маловажна психологическая и профессиональная подготовка детей и подростков к работе с медийными технологиями. Медиаобразование с вложенным в него нравственным смыслом – это живая возможность предостеречь ребёнка от ошибок, дать шанс отказаться от вредных привычек, наполнить свою жизнь созидательным творчеством, проявить свой талант и утвердить веру в добро. Мы видим, что сегодня социальная реклама – это одна из наиболее массовых форм медиаобразования наших дней. Постановка задач в работе с социальной средой становится основополагающей в каждом рекламном проспекте, аудио и видеоролике. В итоге мы предлагаем обратить внимание на социальную рекламу и медиаобразование, именно как на инструмент для отражения психологизма, мировоззрения окружающего людей мира.

Наша задача - рассмотреть мир отдельного субъекта – личности как важнейшую ценность. Отталкиваясь от этой цели, мы учим детей и подростков видеть мир глазами благополучных возможностей, которые скрывает в себе воспитательные свойства информационной среды, в которой мы живем. Поэтому мы считаем, что социальная реклама и социальная информация даёт молодым людям возможность с самых юных лет попробовать свои силы рассмотреть сущность человеческой личности и общественных интересов, через призму медийных технологий.

Вероятно, уже сегодня институтам гражданского общества стоит начинать входить в реализацию Национального конкурса социальной рекламы «Новое пространство России» <http://nprussia.ru/main.html>, в том числе и через инициативы по включению номинаций по проблематике развития благотворительной деятельности и добровольчества.

**Федоров Александр Викторович,**  
доктор педагогических наук, профессор,  
проректор по научной работе  
Таганрогского государственного педагогического института,  
президент Ассоциации медиапедагогике России,  
[mediashkola@rambler.ru](mailto:mediashkola@rambler.ru)

## **МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ: современный вектор для «третьего сектора»**

В 2003 году я провел опрос экспертов в области медиаобразования из разных стран – и 25 из 26 опрошенных среди разных вариантов дефиниций медиаобразования посчитали наиболее адекватным определение ЮНЕСКО: “Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями;

- дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми, социальными группами, бизнесом, властью, конфессиями;

- обеспечивает человеку знание того, как:

- анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
- определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории;
- получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции”.

В рамках медиаобразования можно выделить следующие основные направления: 1) медиаобразование будущих профессионалов – журналистов (пресса, радио, телевидение, интернет, реклама), кинематографистов, редакторов, продюсеров и др.; 2) медиаобразование будущих педагогов в университетах, педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ на курсах по медиакультуре; 3) медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах: оно может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т.д.); 4) медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства и т.д.); 5) дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, системы Интернет (здесь огромную роль играет медиакритика – особая сфера журналистики, для которой предметом оценки, анализа и критики становятся средства массовой информации); 6) *самостоятельное непрерывное медиаобразование по сферам компетенции, для государства, бизнеса, «третьего сектора», конфессий, партий, профсоюзов* (которое необходимо продолжаться в течение всей жизни человека).

Медиапедагогам всего мира широко известны достижения Канады и Австралии: там во всех школах медиаобразованию придан обязательный статус. Популярность теоретических идей и практических подходов ведущих британских, французских и американских медиапедагогов также весьма велика. Традиционно сильны позиции медиаобразования в Скандинавии. Что же касается стран Восточной Европы, то здесь, действительно, в большей степени известен медиаобразовательный опыт России и Венгрии. Канада и Австралия

опережают по скорости внедрения медиаобразования большинство стран мира. И здесь есть чему поучиться и российским педагогам и лидерам и активу институтов гражданского общества.

Важнейшие медиаобразовательные задачи направлены на то, чтобы:

- развивать способности к критическому мышлению и критической автономии личности;
- развивать способности к восприятию, оценке, пониманию, анализу (в том числе – правовому, этическому и эстетическому) медиатекстов разных видов и жанров;
- обучать человека экспериментировать с различными видами медиа, создавать собственные медиапродукты (тексты).

Я понимаю медиакомпетентность/медиаграмотность как результат медиаобразования личности. В целом в концепциях медиаобразования преобладают воспитательные, обучающие и креативные подходы к использованию возможностей средств массовой коммуникации.

Однако на уровне реализации большинство медиаобразовательных подходов включают в себя все три компонента. Это:

- получение знаний об истории, структуре, языке и теории медиа (образовательная составляющая);
- развитие восприятия медиатекстов, “чтение” их языка, активизация воображения, зрительной памяти, развитие различных видов мышления (в том числе – критического, логического, творческого, образного, интуитивного), работа над осознанным пониманием идей (нравственных и философских проблем, демократических принципов и пр.), образов и т.д. (воспитательная составляющая);
- развитие креативных практических умений на материале медиа (креативная составляющая).

Используемые в медиапедагогике способы учебной деятельности тоже разные:

- дескриптивный (пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий);
- личностный (описание отношений, эмоций, воспоминаний, которые вызывает медиатекст);
- аналитический (анализ структуры медиатекста, языковых особенностей, точек зрения);
- классификационный (определение места произведения в историческом контексте);
- объяснительный (формирование суждений о медиатексте в целом или о его части);
- оценочный (заключение о достоинствах медиатекста на основе личностных, нравственных или формальных критериев).

В итоге аудитория не только получает радость от общения с медиакультурой, но и учится интерпретировать медиатекст (анализировать цели автора, устно и письменно обсуждать характеры персонажей и особенности развития сюжета, этические позиции персонажей и авторов и т.д.), связывать его со своим опытом и опытом других (ставить себя на место персонажа, оценивать факты и мнения, выявлять причины и следствия, мотивы и результаты поступков, реальность действия и т.д.).

Кроме того, работая с медиатекстами, молодые люди, и в первую очередь – добровольцы, развивают в себе творческие умения и навыки (пишут рецензии, минисценарии и т.д.), учатся понимать культурное наследие (видеть личную, историческую, национальную, всемирную перспективу), приобретают нужные для жизни знания (знакомятся с основными видами и жанрами медиакультуры, наблюдают за развитием какой-либо темы в различных жанрах или в разные исторические эпохи, изучают стили, приемы, творчество деятелей медиакультуры), овладевают критериями и методами оценки медиатекста.

Все это, бесспорно, способствует развитию сознания (включая восприятие, эстетический вкус и т.д.), творческой индивидуальности молодого человека и влияет на формирование его гражданской позиции.

Вот почему я убежден – медиаобразовательные спецкурсы должны быть в каждом вузе (особенно – педагогическом), медиаобразование должно стать частью учебных программ в

школе (как это уже сделано в Канаде и Австралии). Вероятно, пора уже подумать и над созданием учебного курса по медиаобразованию для сотрудников институтов гражданского общества.

С 2005 года в России выпускается специализированный журнал “Медиаобразование” – полные тексты всех его номеров выложены на сайте [www.ifap.ru/projects/mediamag.htm](http://www.ifap.ru/projects/mediamag.htm).

В 2005 году Центр медиаобразования в Тольятти провел сетевую игру для школьников – “Виртуальную экскурсию по стране МЕДИА” ([http://mec.tgl.ru/modules/Subjects/pages/igra/priilog\\_1.doc](http://mec.tgl.ru/modules/Subjects/pages/igra/priilog_1.doc)). В ходе игры участникам предлагалось создать свои команды, посетить ряд российских медиаобразовательных сайтов, изучить их содержание, ответить на вопросы, подготовить творческие задания, презентации и т.д. Подробную методику проведения конкретных медиаобразовательных занятий можно найти в разделе “Библиотека” на сайте Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России - <http://edu.of.ru/mediaeducation>.

В качестве примера работы на площадке медиаобразования с участие общественных структур – областного и муниципального советов родительской общественности Челябинской области и города Копейска, Российского Агентства развития информационного общества, МОО «Информация для всех» и др. – можно назвать проект «Новое поколение» (Формирование этико-правовой культуры и толерантности участников образовательного процесса с использованием средств медиаобразования) <http://www.74213np.edusite.ru>.

**Демидов Алексей Александрович**,  
председатель правления МОО «Информация для всех»,  
руководитель Программы ПЦПИ  
<http://www.ifap.ru>

## **ИНФОРМАЦИОННО-РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ «ТРЕТЬЕГО СЕКТОРА»: проблемы и перспективы**

В размещенном на сайте Агентства Социальной Информации материале: «А. Шадрин – о перспективах развития благотворительности и добровольчества в России» ([http://www.asi.org.ru/ASI3/rws\\_asi.nsf/va\\_WebPages/30E2DC87E138A21CC32577260033198ARus](http://www.asi.org.ru/ASI3/rws_asi.nsf/va_WebPages/30E2DC87E138A21CC32577260033198ARus)) обозначены три основных вектора развития отечественного «третьего сектора»:

- некоммерческое законотворчество;
- распространение лучшей практики поддержки НКО, благотворительности и добровольчества;
- вектор популяризации деятельности НКО, благотворительности и добровольчества.

Они все имеют самое непосредственное отношение к заявленной теме публикуемого материала.

Как менеджер по управлению НКО, создавший в начале 90-х свою первую общественную организацию – Добровольное благотворительное общество в поддержку национальной программы по СПИДу «МЫ и ВЫ» (первую общероссийскую СПИД-сервисную общественную организацию), по сей день, работающий в «третьем секторе» ([www.ifap.ru](http://www.ifap.ru)), получивший все необходимые и отечественные и зарубежные сертификаты по управлению НКО и даже государственную награду – премию правительства РФ в области культуры, имею полное право поставить диагноз.

А он такой! Современный третий сектор России совершенно не видит себя в информационном обществе, да и государство его пока там не видит в качестве полноценного

партнера. Сразу оговорюсь – это не касается неких успехов Общественной палаты РФ и некоторых институтов гражданского общества в рассматриваемой области.

Теперь кратко рассмотрим проблематику информационно-ресурсного обеспечения (ИРО) НКО ко всем обозначенным выше векторам развития.

#### ИРО в некоммерческом законодательстве.

Все мы понимаем, что НКО по российскому законодательству не являются субъектами законодательной инициативы, но это не лишает их возможности и права влиять на процессы и разработки, и обсуждения, и принятия, и реализации, и развития нормативно-правовой базы, регулирующей отношения в рассматриваемой области.

И место и роль информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в этом деле становится сегодня преобладающей. Когда президент страны сам предлагает обращаться к нему через блогосферу и иные каналы – грех этим не воспользоваться. Но ведь не умеем же, да и не хотим!

Кто-нибудь из лидеров развития «третьего сектора» и управленцев, отвечающих за реализацию государственной политики по развитию институтов гражданского общества спрашивал себя, сколько у нас руководителей и активистов НКО, из числа всех зарегистрированных, владеют навыками ИКТ? И на каком уровне – компьютерной грамотности, информационной грамотности, медиаобразования, информационно-правовой культуры?

Ведь не случайно президент предложил гнать с государственной службы всех чиновников, не владеющих хотя бы навыками компьютерной грамотности – навыками самого примитивного уровня готовности к жизни в условиях информационного общества.

В связи с чем, вероятно, будет целесообразным «застолбить» в качестве одного из пунктов в создаваемых механизмах реализации Федерального Закона № 40 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» от 5 апреля 2010 года жесткое условие и по вопросу наличия сайта и по уровню специальных знаний и навыков персонала и волонтеров НКО для включения её в реестр «окормляемых» государством.

В этой связи, вероятно, стоит остановиться на ряде прикладных вопросов.

#### ИРО и проблемы законодательной техники и правоприменительной практики.

Как минимум на уровне каждого федерального округа, а лучше - субъекта Российской Федерации, должна существовать информационная ячейка, поддерживающая информационно-ресурсное наполнение и актуализацию написанных на нормальном русском языке и интуитивно понятных пособий и рекомендаций по законодательной технике, объясняющих «от печки», когда, как и в каких формах, институты гражданского общества могут влиять на законодательский и правоприменительный процесс.

#### ИРО и действующее законодательство.

Фактически каждый институт гражданского общества должен иметь доступ к полнотекстовым, актуальным базам законодательства Российской Федерации, а также своих субъектов и муниципалитетов. Само собой разумеется, в первую очередь по вопросам управления НКО, но также и по всем направлениям социально-экономических отношений, предметом которых является деятельность организации. Также у организации должен быть выход на информацию о судебной и иной практике, в том числе третейской и прочей, предусмотренной действующим законодательством. А для того, чтобы во всем этом разобраться, нужно привлекать специалиста и в области права и в области информации. Вероятно, сегодня всех НКОшников должна озаботить проблема обсуждения и принятия законопроекта "О государственной системе бесплатной юридической помощи в Российской Федерации". Ведь именно в нём будут находиться механизмы и правового обеспечения самих институтов гражданского общества и средства оказания информационно-правовых услуг лицам, обращающимся в профильные общественные институты.

#### ИРО и информационно-правовая культура.

В Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации (распоряжение Правительства РФ от 30 июля 2009

года № 1054-р) содержится в качестве отдельного направления деятельности «третьего сектора» «оказание безвозмездной юридической помощи гражданам и некоммерческим организациям и правовое просвещение населения». Так что хотим мы или нет, но этим предстоит заниматься всем без исключения институтам гражданского общества. Нужно будет и самим учиться и учить других.

Вероятно, моделью для развития данного вектора может стать Проект «Гражданскому обществу – информационно-правовую культуру», который целесообразно реализовать в Санкт-Петербурге для всего СЗФО.

2. Распространение лучшей практики поддержки НКО, благотворительности и добровольчества.

Данный вектор без надлежащего информационно-ресурсного обеспечения в принципе невыполним. Хотят или не хотят органы управления в сфере юстиции и работы с общественными организациями, но они должны начать планомерную работу по сбору, обобщению, систематизации, классификации и анализу деятельности территориальных НКО, хотя бы для того, чтобы создать критериальный и категориальный аппараты для прохождения процедуры включения в реестр в соответствии с ФЗ № 40.

И, вероятно, делать это нужно будет всем вместе – и органам управления государственной и муниципальной власти, и третьему сектору, и бизнесу – заинтересованному в прозрачности процедур прохождения пожертвований, работ и услуг в интересах общества.

Вектор популяризации деятельности НКО, благотворительности и добровольчества.

Это производное от 1 и 2 векторов с добавлением предусмотренной в Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации функции «безвозмездное изготовление и распространение социальной рекламы», которая должна быть направлена не только на разъяснение и продвижение идей, политики и практики благотворительности и добровольчества вообще и, в приложении к деятельности конкретной организации, но и на создание собственных продуктов социальной рекламы, созданных и продвигаемых с учётом, в том числе, и средств и способов медиаобразования, как это предусмотрено в Концепции социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Вероятно, оптимальным вариантом решения проблем информационно-ресурсного обеспечения НКО может стать создание сетевой модели информационно-ресурсных центров поддержки благотворительности и добровольчества - сети публичных центров доступа к социально значимой информации – правовой, деловой, экологической/по вопросам устойчивого развития, правозащитной/по защите прав потребителей, с духовно-нравственной компонентой, развитие которой нашло отражение в Концепции 2020 в формате Программы Центров правовой информации и ЦДСИ.

Программу ПЦПИ реализует МОО «Информация для всех» при активной поддержке Межрегионального объединения публичных центров правовой информации, органов власти субъектов федерации, муниципальных образований, государственных структур и компаний-производителей справочно-правовых систем - «Гарант», «Законодательство России», «Консультант Плюс».

Важным элементом в каждом центре должна стать функция по содействию в обеспечении институтов гражданского общества не только информационно-правовыми ресурсами, но и софтом – как проприетарным, так и свободным <http://www.ifap.ru/foss/index.htm>, что для НКО кажется более предпочтительным.

## Раздел 3: Подходы к определению социальной и экономической оценке эффективности добровольного труда

**Тульчинский Григорий Львович**,  
засл. деятель науки РФ, д. филос. н.,  
проф. кафедры прикладной политологии  
СПб филиала ГУ Высшей школы экономики;  
**Шекова Екатерина Леонидовна**,  
к. экон. н., доцент кафедры  
стратегического и международного менеджмента  
Высшей школы менеджмента СПб ГУ

### **ТРУД ДОБРОВОЛЬЦЕВ В РОССИИ: проблемы организации и оплаты**

Труд добровольцев, или волонтеров, с каждым годом становится все более важным ресурсом развития не только сферы культуры, но мировой экономики в целом. Наиболее давние традиции волонтерства принадлежат США, где уже в XIX в. добровольческое движение оказывало заметную роль в функционировании различных некоммерческих организаций. В России институт добровольчества начал законодательно оформляться только с середины 1990-х гг., в связи с чем, крайне актуальными остаются вопросы правового и экономического регулирования добровольческой деятельности.

Добровольчество основывается на добровольном, не требующем оплаты труде. Следовательно, мотивами добровольцев являются не материальное поощрение, а социальные, благотворительные и духовные интересы. Труд добровольцев обычно сводится к различным общественным работам (строительство дорог, уборка территорий), организации общественно-полезных мероприятий (благотворительных концертов, сбора средств в поддержку нуждающимся), индивидуальной нематериальной помощи отдельным лицам или организациям (инвалидам, детям-сиротам, ветеранам войны, некоммерческим организациям) и т.д. Однако добровольность труда отнюдь не предполагает хаотичный характер работы. Как правило, отношения между добровольцем и нанимающей организацией регулируются договорными обязательствами, которыми строго определяется объем работ. Так, в 1998 г. 48,8% взрослого населения США, согласно заключенным договорам, посвящали безвозмездному труду в среднем 4,2 часа в неделю, помимо основной работы. Важно отметить, что работа волонтером учитывается при определении трудового стажа в США так же, как и оплачиваемый труд.

Кроме того, несмотря на добровольность, добровольческая деятельность сопряжена с определенным уровнем ответственности. К примеру, добровольцы несут ответственность за выполнение норм и требований, сохранность материальных ценностей, а также за деятельность, подрывающую репутацию организации и т.п. Все это позволяет рассматривать добровольчество как особую систему трудовых отношений.

Любая система трудовых отношений строится на определенных механизмах стимулирования. В добровольчестве, при отсутствии материального поощрения, актуальным становится вопрос о методах стимулирования.

Можно выделить три основных метода нематериального стимулирования добровольцев, а именно практическое, информационное и привилегированное стимулирование.

К первой группе методов можно отнести предоставление добровольцам возможности приобретения опыта работы в различных направлениях, а также дополнительных знаний, навыков и т.д.

Второй ряд способов стимулирования заключается в доступе к информационным источникам и материалам, таким как новые технологии, научно-исследовательские разработки и др.

Последняя группа методов предоставляет добровольцам возможности получения ряда персональных привилегий, например, права бесплатного пользования услугами некоммерческой организации, участие в торжественных, юбилейных мероприятиях, первоочередного права получения поддержки со стороны государственных органов власти и некоммерческих организаций и т.д.

Итак, на основе выделенных особенностей можно сформулировать определение добровольчества. Добровольчество (волонтерство) – это система трудовых отношений, построенная на механизме нематериального стимулирования и преследующая социальные, благотворительные и иные общественно-полезные цели.

В США в 90-е гг. XX в. труд волонтеров стал важным ресурсом экономики в целом, что наглядно подтверждают статистические данные. В 1998 г. 47,7% населения США были задействованы в труде волонтеров, а среди лиц старше четырнадцати лет – 79%. Участие в волонтерской деятельности принимают все слои населения, независимо от уровня образования, профессии и доходов. Волонтерство рассматривается населением как форма гражданского участия в общественно-полезных делах, способ коллективного взаимодействия и эффективный механизм решения актуальных социальных проблем. Таким образом, добровольчество является важной составляющей демократического общества.

Бурное развитие волонтерства в США привело к использованию многими некоммерческими организациями труда волонтеров в качестве основного ресурса. Чаще всего подобная практика характерна для небольших по размерам некоммерческих предприятий.

Кроме того, популярность волонтерства стала причиной появления в США отдельных организаций, занимающихся подготовкой и распределением волонтеров в некоммерческие и государственные организации, а также оказанием помощи отдельным физическим лицам. Это различные благотворительные центры, агентства, специализирующиеся в сфере волонтерских трудовых отношений.

В России, в отличие от США, уровень развития добровольчества остается крайне низким. Применение труда добровольцев для выполнения общественных работ или поддержки отдельных некоммерческих и государственных организаций практически отсутствует. Однако отдельные российские организации с середины 1990-х гг. начали широко применять труд добровольцев. Прежде всего, это различные спортивно-концертные комплексы, музеи и др.

Работа добровольцев в спортивно-концертных комплексах обычно заключается в подготовке зала, участие в организационной поддержке, работе со зрителями. При отборе добровольцев к ним предъявляются довольно жесткие требования, такие как владение иностранными языками, хорошая физическая форма и др. В ответ на добровольный труд добровольцам предоставлялось право свободного посещения всех проводимых соревнований, бесплатное питание и спортивная форма.

Музеи, в отличие от спортивно-концертных комплексов, применяют труд добровольцев не на временной, а на постоянной основе и не предъявляют жестких требований к самим добровольцам. Труд добровольцев в музеях в большинстве случаев сводится к работе с посетителями, помощи в организации образовательных и концертных мероприятий, сбору внешней информации и т.д. Преимуществами участия в такой форме добровольной деятельности является бесплатный вход в музей, получение приглашений на концерты и открытия выставок, возможность участия в закулисной жизни музея, доступ к музейным фондам и образовательным программам музея и т.д.

В России участие в добровольчестве принимают лишь отдельные категории населения - школьники, студенты, учителя и домохозяйки, в отличие о США, где в волонтерство вовлечены различные слои населения.

Успешные попытки применения труда добровольцев в России являются крайне малочисленными. В целом распространение добровольческих трудовых отношений в стране остается крайне низким. Редкое применение безвозмездного труда в России, по сравнению с США, можно объяснить сложным экономическим положением граждан, кризисным состоянием многих некоммерческих и государственных организаций, неразвитостью гражданского общества.

Однако необходимо заметить, что добровольчество для России не выступает новым явлением, оно имеет давние традиции еще с XIX в. Различные слои населения в годы царской власти активно принимали участие в помощи малоимущим, детям-сиротам, работая на добровольной и безвозмездной основе в приютах, больницах, школах. В годы советской власти добровольчество приняло новую форму. Участие в общественных работах на безвозмездной основе приобрело принудительный характер. Таким образом, основной принцип добровольного участия перестал соблюдаться, что оказало негативное воздействие на отношение населения к труду добровольцев.

Кроме того, непопулярность добровольчества в России в настоящее время также связана, на наш взгляд, с отсутствием законодательных мер стимулирования труда добровольцев. Как отмечалось выше, методы стимулирования волонтеров в США крайне разнообразны – от скидок на продукцию организации до бесплатных образовательных и культурных услуг. Российское законодательство не допускает получение добровольцем продукции и услуг организации на бесплатной или льготной основе. Согласно ст. 5 закона «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», труд добровольца «безвозмезден». В результате, многие российские организации для привлечения добровольцев вынуждены отходить на практике от действующего законодательства, предоставляя добровольцам различные скидки на свою продукцию и услуги, а также другие привилегии.

Работе с добровольцами можно придать систематический характер, как это сделано, например, в Пермском театре оперы и балета им. П.И.Чайковского, где разработано специальное Положение о волонтерской службе.

Ниже приведены извлечения из этого Положения.

«Права и обязанности волонтеров.

Доброволец (волонтер) осуществляет свою деятельность на добровольных началах. Приняв на себя обязательства о выполнении работ, оказании услуг, волонтер прилагает максимальные усилия для их выполнения или своевременно предупреждает руководителя работ о невозможности выполнения.

Доброволец (волонтер) имеет право выбирать направление своей деятельности, предлагать выполнение той или иной работы, устанавливать продолжительность и объемы своего безвозмездного труда. Доброволец (волонтер) обязан согласовать график своей работы с руководителем работ (волонтером или штатным сотрудником).

Доброволец (волонтер), принимающий на себя руководство группой волонтеров, обязан отчитываться перед руководством за работу группы.

Если для выполнения задания доброволец прикомандировывается к одному из отделов театра, он обязан выполнять распоряжения начальника отдела или другого штатного работника, руководящего выполнением данной работы.

Права и обязанности театра.

Театр обязан создать условия для безвозмездного труда волонтеров и содействовать им в выполнении добровольно взятых на себя обязательств.

Театр осуществляет материально-техническое обеспечение деятельности волонтеров.

Театр осуществляет контроль за деятельностью волонтеров и производит учет этой деятельности.

Служба волонтеров ежегодно составляет отчет о содержании и результатах деятельности волонтеров.

Театр выдает волонтерам удостоверения утвержденного образца.

Театр обязан рассматривать все замечания и предложения волонтеров, касающиеся деятельность театра, и информировать их о своих решениях по данным предложениям и замечаниям.

Театр обязан рассматривать жалобы и обращения волонтеров в связи с неправомерными действиями должностных лиц в отношении волонтеров.

Театр имеет право отказаться от сотрудничества, с волонтерами объяснив причину отказа.

Театр награждает волонтеров, активно занимающихся благотворительной деятельностью.

Управление деятельностью волонтеров.

Деятельность добровольцев (волонтеров) должна направляться штатным работником Службы волонтеров, которая координирует взаимодействие волонтеров со службами, исходя из потребностей театра, с одной стороны, и интересов и возможностей волонтеров, с другой.

Работники Службы волонтеров могут привлекать добровольцев к работе по заданиям (заявкам) отделов театра; на этапе инструктирования они передают их под практическое руководство работнику театра, ведущему конкретное направление работы, и по окончании добровольной работы фиксируют полученный результат и отзыв руководителя работ.

Для более успешного управления деятельностью волонтеров в различных направлениях формируются волонтерские группы по направлениям деятельности, возглавляемые опытными добровольцами.

Штатные работники Службы волонтеров занимаются:

- организацией учебных инструктивных мероприятий,
- организацией мероприятий для волонтеров и вынесения им благодарностей,
- организацией пополнения волонтеров».

Вместе с тем, несмотря на заключение договорных трудовых обязательств, работа добровольцем в России не учитывается при определении трудового стажа, в отличие от США. Таким образом, данное обстоятельство также отрицательно влияет на развитие добровольчества в России.

Для развития добровольчества в России необходимо внести дополнения в закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Прежде всего, изменить формулировку «безвозмездного труда», исключая любые меры материального и нематериального поощрения, а также определить механизмы стимулирования и контроля добровольного труда.

**Тетерский Сергей Владимирович,**  
президент «ДИМСИ», д.п.н., профессор МГТУ  
[teterski@list.ru](mailto:teterski@list.ru)

## **ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Реформы конца XX века без согласия большинства жителей погрузили российское общество в рыночные отношения, при которых каждый человек воспринимается как товар, имеющий определенную стоимость на рынке личностей. Экономически успешными в капиталистическом обществе являются люди, которые умеют себя "дорого продать": имеют "красивую упаковку", являются здоровыми, жизнерадостными, умными, надежными и т.п., имеют связи с "нужными" людьми, владеют современными технологиями, знают иностранные языки и др. Любой россиянин, независимо от происхождения, профессии,

вероисповедания и партийности, для своего выживания и развития в современном капиталистическом обществе должен пользоваться спросом, быть конкурентоспособным на рынке личностей.

И если западный мир смирился с тем, что успех жизни зависит от продажи себя на рынке, ощущения себя дорогим товаром, то россияне, воспитанные на социалистических идеях достижения всеобщего блага, с трудом поддаются этой "кошунственной" идее "продажности". Несмотря на то, что принцип западного мира - "Я такой, какой я вам нужен" - ведет к зависимости, алчности, корыстолюбию, а в добровольчестве заложены идеи духовно-нравственного совершенствования общества, заботы о человеке, возрождение коллективизма и солидарности, необходимость экономического расчета труда добровольцев неизбежна. Хотя бы по двум причинам. Первая - показать реальный финансовый вклад добровольцев в государственное строительство. Вторая - демонстрация грантодателям, поддерживающим развитие добровольчества, личного вклада волонтера, организации.

Методик расчета стоимости труда добровольца большое количество. Например, можно рассчитать стоимость часа, исходя из среднемесячной заработной платы специалиста. Условно, если учитель школы 12 разряда Единой Тарификационной Сетки при 72-часовой месячной нагрузке (18 часов в неделю) получает в месяц 2000 рублей. Следовательно, его час стоит (2000 руб./72 часа) 27,7 руб. Настоящая методика, хотя и является наиболее показательной, не позволяет оценить труд школьников и студентов. Было бы возможным произвести расчет стоимости их часа исходя из стоимости труда, например, неквалифицированного социального работника (7 разряда ЕТС). Но в этом случае стоимость часа труда добровольца-студента получается заниженной, что нивелирует реальный вклад и дискредитирует идею добровольного служения. Лидеры крупнейших добровольческих организаций России, объединенные в Российский Добровольческий Центр, предложили расчет часа труда добровольцев исходя из вилки минимального и максимального размера оплаты труда и 6-часового рабочего дня служащих государственных (бюджетных) учреждений. В этом случае стоимость одного часа труда добровольца составляет чуть более 30 рублей (1 доллар США). Данный подход удобен для расчета массовых акций и мероприятий, но не учитывает квалификацию специалиста-добровольца (например, доктора наук, кризисного управляющего, адвоката и т.п.). При ведении учета часовой занятости добровольцев и наличии сведений об их квалификации, можно оценить как личный финансовый вклад каждого, так и стоимость трудовых затрат отдельного мероприятия или месячной (годовой) работы организации. Так, в Общероссийской общественной организации "Детские и молодежные социальные инициативы" (ДИМСИ), индивидуальное членство предполагает минимальный 2-х часовой еженедельный (или 96-ти ежегодный) вклад добровольца. Следовательно, каждый доброволец ежегодно своим трудом приносит в организацию около 100 долларов США. Зная общее количество членов - 60 тысяч человек, нетрудно подсчитать, что минимальный ежегодный вклад (без учета подготовки и проведения акций, мероприятий, лагерей и т.п.) молодых добровольцев только одной организации - ДИМСИ - составляет 6 миллионов долларов США или 186 миллионов рублей.

При ведении учета занятости добровольца важно иметь в виду, что его деятельность не ограничивается только участием в той или иной акции. В эту нагрузку включаются также, например, период обучения основам добровольчества, время разработки (написания) социального проекта или сценария, ведение переговоров (в том числе телефонных) и делопроизводства и т.п.

Скептические рассуждения по поводу "капитализации" идей добра, когда "переведа бабушку через дорогу, доброволец делает отметку о цене данной услуги" (хотя и имеют глубинное философское основание), в части расчета экономической эффективности деятельности добровольческой организации не уместны, поскольку речь идет о специально организованных социальных услугах юридических лиц. Причем социальные услуги организации могут быть как прямыми, тогда к ним применим расчет: труд добровольцев + товарный вклад (оборудование, помещение и т.п.), так и привлеченными (например,

изготовление атрибутики или ремонт автомобиля). В последнем случае расчет производится исходя из договорной стоимости заимствованных услуг.

Любая организация должна иметь сведения о стоимости оказываемых ею социальных услугах. Среднюю стоимость услуги можно рассчитать с помощью опроса (анкетирования) среди государственных, коммерческих и некоммерческих структур, оказывающих подобные услуги (критериями результатов опроса могут быть как качество услуги, так и ее стоимость). Например, простая стрижка добровольца-парикмахера рассчитывается, исходя из средней стоимости этой услуги в муниципальных и коммерческих парикмахерских (обычно достаточно 3 примера). Если в муниципальном учреждении эта услуга стоит 30 руб., а в 2-х коммерческих - 70 и 90 соответственно, то социальная услуга добровольческой организации - простая стрижка - будет стоить  $(30+70+90/3)$  63,3 руб. Продажа собственных услуг, как и реальная оценка стоимости каждого члена организации - обязательные условия выживания в рыночной экономике.

Вот неполный перечень видов услуг, которые может оказывать добровольческая общественная организация:

социологическое исследование, маркетинговое исследование, интервьюирование, консультация индивидуальная, консультация групповая, разработка проекта/программы, типографские услуги, изготовление атрибутики: значок, футболка, галстук, плакат, эмблема, флаг, кепка (пилотка) и др., обучающий семинар-тренинг (с разработкой сценария), производство рекламы, фандрайзинговые (поиск спонсоров) услуги, социальный патронаж (индивидуальный уход за больным, ребенком, пожилым), Интернет-услуги, проведение дипломной практики для студентов, организация производственной (студенческой) практики, сдача в "аренду" специалистов, платный кружок, секция, мастерская, путевка для участия в мероприятии, сбор лекарственных трав, экспертиза программ, проектов, сценариев, посреднические услуги по трудоустройству, ремонт техники, технические услуги, организация системы общественных работ через коммерческие и государственные структуры, организация системы малых грантов, стажировка в организации, помощь в ремонте, помощь в переезде, организация экскурсии, переводы с/на иностранный язык, организация пресс-конференции с местной прессой, образовательные (по предметам) консультации, создание центра реабилитации и социальной помощи (с разработкой концепции), проведение ярмарок, проведение аукционов, разработка дизайна помещения, разработка сайта организации, создание клубов по интересам, создание агентства по трудоустройству и многое другое.

Социально-экономическую эффективность добровольческой деятельности можно оценить по сопоставлению результатов и затраченных на их достижение усилий. Например, если результатом (Р) является предоставление услуг какому-то количеству граждан, а основным средством достижения результата - привлечение добровольцев (Д), то социально-экономическая эффективность (Э) рассчитывается по формуле:  $Э = Р/Д$ . Например, городскую 8-часовую акцию "Мы выбираем здоровый образ жизни" для 3000 участников организовывали 20 добровольцев. Эффективность акции составляет  $(3000/20)$  150 единиц. Такой подход удобен как для сравнения различных организаций, так и для оценки развития организации (например, с каждым годом количество затрат снижается, а качество возрастает, или, наоборот).

Если, например, знать, что городская администрация до привлечения добровольцев проводила данную акцию силами оплачиваемых специалистов, можно высчитать денежную экономию бюджета от привлечения волонтеров. Так если, 2 сотрудника комитета по делам молодежи в течение 2 месяцев готовили данную акцию и получали по 2000 руб. в месяц каждый. Затраты только на зарплату организаторам акции "Мы выбираем здоровый образ жизни" (без учета налогов) составляют 8000 рублей  $(2000 \times 2 \text{ чел.} \times 2 \text{ месяца})$ .

В приведенном примере - городская массовая акция - достаточно трудно высчитать экономическую эффективность акции в рублях, поскольку не известны материальные выгоды от мероприятия (например, уменьшение затрат на решение негативных проблем в среде детей и подростков, или снижение количества правонарушителей). Более реально рассчитать

эффективность, зная стоимость конечного результата, например, изготовленного добровольцами колодца или проведенного ремонта для пожилого человека.

Можно отдельно рассчитать трудоемкость (Т) услуги (сколько труда затрачено на оказание социальной услуги) - отношение количества труда, затраченного при оказании услуги (К), к общему объему оказанных услуг (У).

Например, К = 20 добровольцев трудились (с учетом подготовки мероприятия) 60 часов -  $20 \times 60 = 1200$  час/чел.

У = 3000 участников акции  $\times$  8 часов = 24000 час/чел.

Т =  $24000/1200 = 20$  единиц.

Ресурсоемкость (Р) - отношение объема привлеченных средств (Ср) к общему объему оказанных услуг (У) - можно рассчитать, если иметь данные по стоимости задействованных в мероприятии помещений и оборудования. Например, при объеме привлеченных средств в 10000 рублей и наличии 3000 участников акции ресурсоемкость составляет  $(10000/3000)$  3,3 руб./чел. Для начинающих организаций часто расчет объема привлеченных средств предоставляется сложным процессом. И когда грантодатель, предлагающий, например, 10000 долларов США, требует показать 50% вклад в реализацию проекта самой организации, авторов заявок пугают 5000 долларов, вклад которых они должны расписать. На самом деле в эту сумму можно включить (помимо вклада труда добровольцев) стоимость аренды помещения и оборудования, которые используются для реализации проекта (даже если организации это "ничего не стоит"). Так, например, имея в своем распоряжении компьютер стоимостью 500 долларов, и зная, что износ этой техники - 5 лет (как основного средства), легко посчитать, что в год использование только одного компьютера обходится в 100 долларов (8,3 доллара в месяц или 30 центов в день). Точно также рассчитывается стоимость принтера, телефона, факса, телевизора, видеомэгафона, звукоусиливающей техники и т.п. Что касается не основных средств (стоимость которых менее 10000 рублей, например, лопат, грабель, кистей, спортивного оборудования, рюкзаков, палаток, канцелярских и расходных материалов и т.п.), то, даже если проект длится несколько дней, в бюджете показывается их полная покупная стоимость, поскольку предполагается, что после проведения акции они будут списаны. Если по каким-то причинам представляется трудным оценить то или иное материальное средство, принято указывать его среднюю рыночную стоимость. Для этого необходимо простое маркетинговое исследование - выясняются несколько (не менее 3-х) фирм (организаций), продающих (или предоставляющих в аренду) это средство, суммы складываются и полученный результат делится на количество исследуемых фирм. Стоимость аренды помещения (даже если оно предоставлено "бесплатно") также рассчитывается, исходя из среднерыночной цены. Например, администрация школы, находящейся в центре города, безвозмездно выделила для реализации проекта отдельное помещение (50 кв.м) с телефоном. Выяснив среднюю рыночную стоимость квадратного метра телефонизированного помещения, находящегося в центре города (для чего достаточно найти объявления в газете, или обзвонить несколько фирм), которая составляет, условно, 5 долларов в месяц (или 16 центов в день), легко посчитать, что аренда помещения обходится организации ( $\$5 \times 50$  м) в 250 долларов ежемесячно или в 3000 долларов в год. Точно таким же образом рассчитывается стоимость аренды актового, спортивного, киноконцертных залов, комплексов и т.п. Даже если добровольческая организация не собирается подавать заявку на грант - данные расчеты все равно необходимо сделать, чтобы составить "рублевый" договор, например, с той же администрацией образовательного учреждения. Тогда будет отчетливо виден финансовый вклад каждой из договаривающихся сторон.

Даже если добровольческая организация создается для реализации краткосрочного проекта, необходимость ведения своей деятельности на грамотной экономической основе позволяет ей не только чувствовать себя уверенно, но и дает возможность каждому волонтеру пройти хорошую школу рыночных отношений, так необходимых для выживания в непростом мире конкуренции и постоянной борьбы за "место под солнцем".

**Кострикин Александр Вадимович,**  
Старший преподаватель  
Санкт-Петербургского государственного института  
психологии и социальной работы,  
председатель Санкт-Петербургского отделения  
Ассоциации работников молодежной сферы,  
Почетный работник сферы молодежной политики.  
[kostrikin@hotmail.ru](mailto:kostrikin@hotmail.ru)

## **НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ЭКОНОМИКА**

В последнее время значительно усилился интерес исследователей и практиков к роли некоммерческого негосударственного сектора в экономике. Наиболее часто для оценки вклада некоммерческих негосударственных организаций (НКО) используется аналогия с услугами иных организаций (государственных и чаще коммерческих), действующих на том же рынке и оказывающих аналогичные услуги. Собственно говоря, именно такой подход привел в свое время к возникновению самого понятия «третий сектор», т.е. сектор экономики, т.е. производства в первую очередь услуг и некоторых товаров, в котором действуют негосударственные и некоммерческие производители. Введение самого понятия «третьего сектора» в широкое употребление обычно приписывается Э.Арато (Коэн Дж., Арато Э. «Гражданское общество и политическая теория». – М.: Изд-во «Весь мир», 2003. – 782 с.). При этом априорно предполагалось, что сами по себе производимые услуги аналогичны тем, что производятся в двух других секторах, и что НКО действуют с первым и вторым сектором в едином и якобы рыночном пространстве.

Между тем, очевидно, что продукт НКО обладает своей спецификой. В зарубежной научной литературе можно выделить несколько подходов к ее определению (Юрьева Т.В. «Экономика некоммерческих организаций: Учебное пособие». – М.: Юристъ, 2002. – 320 с.). Сторонники теории «общественных благ» исходят из того, что основой создания некоммерческих организаций (НКО) является именно необходимость в *общественных* благах, в то время как частные можно получить через рынок. Этой теории отчасти противостоит концепция «несовершенства рынка», согласно которой место некоммерческих организаций определяется задачей предоставления тех услуг и товаров, по которым отсутствует достаточная потребительская информация в силу особенностей этих услуг. А.Бен-Нер выдвинул идею о том, что функция НКО на рынке – это защита прав потребителей и *потребительский контроль*. Теория «социального происхождения», основываясь на различиях в уровне развития и содержании деятельности некоммерческого сектора в разных странах, выдвигает идею о том, что он определяется историческим развитием, традициями и конкретными экономическим укладом тех или иных стран. Весьма распространенной является теория «субсидий», выдвигающая в качестве мотивов создания НКО различные субсидии и налоговые льготы, направленные на получение конкурентных преимуществ.

В сфере исследований деятельности молодежных организаций сложилась концепция «потребления свободного времени» и соответственно «досуговой коммерции», в рамках которой молодежные объединения выступают, прежде всего, как механизм участия молодежи в принятии решений, являясь альтернативой и конкурентом коммерческих структур организации молодежного досуга. Основной момент этого подхода состоит в противопоставлении удовлетворения социокультурных потребностей, реализуемого в активной совместной деятельности, направленной на развитие личности, потребителю

времяпрепровождению в баре, фитнес-центре или на дискотеке. Деятельность молодежных организаций основана на непосредственном участии молодежи, формировании и реализации проектов силами самих молодых людей, при этом фактор совместной деятельности, самоорганизации, коммуникации, дружбы, симпатии имеет не меньшее значение, чем само содержание предлагаемой деятельности (Spengler P. Jugendverbände und Kommerz. // Handbuch Jugendverbände: eine Ortbestimmung der Jugendverbandarbeit in Analysen und Selbstdarstellungen / L.Böhnisch, H.Gangler, T.Rauschenbach (Hrsg.). – Weinheim, München: Juventa Verlag, 1991. – S. 336-345).

Между тем, очевидно, что все перечисленные концепции и подходы носят односторонний характер, выдвигая в качестве системообразующей лишь одну, часто не самую существенную особенность некоммерческого сектора. По-видимому, одна из причин этого противоречия заложена в нерелевантности самого понятия «третьего сектора», привнесенного из американской литературы. По сути, «третий сектор» – это класс организаций, определяемых по остаточному принципу, через два «не»: негосударственных и некоммерческих. Какие цели преследуют эти организации, чьи интересы они выражают, в какой логике действуют, оказывается неважным. На самом деле, речь идет лишь о тех или иных институтах, а именно о юридических лицах, организациях, особый юридический статус которых появляется на рубеже XIX-XX столетий. Таким образом, «третий сектор» – это некоторое организационно-правовое поле, на котором разыгрываются взаимоотношения различных социальных групп. Парадокс сегодняшней российской ситуации состоит в том, что, хотя по идее на этом поле основную роль должны играть институты гражданского общества, реально «третий сектор» фактически является обочиной столкновений бизнеса и власти. Собственные силы гражданского общества похожи на аборигенов, на земле которых воюют две регулярные армии.

Более продуктивной представляется понимание некоммерческого сектора как элемента системы социального воспроизводства, прежде всего воспроизводства качества населения. Этот подход активно развивается в работах отечественных исследователей, однако в его рамках также необходимо выявление специфики НКО как экономического субъекта.

Сущность некоммерческих организаций гораздо более точно передает термин «промежуточные организации», предложенный П.Абрахамсоном и активно используемый в европейской литературе (Abrahamson P. Social policy in changing Europe. – Roskilde University Press, 1993). Разделив имеющиеся формальные и неформальные структуры по различным признакам, П.Абрахамсон показал, что НКО являются не каким-то непонятным «третьим сектором», определяемым через два отрицания, а занимают специфическое промежуточное положение. Схематически это показано на рисунке 1.

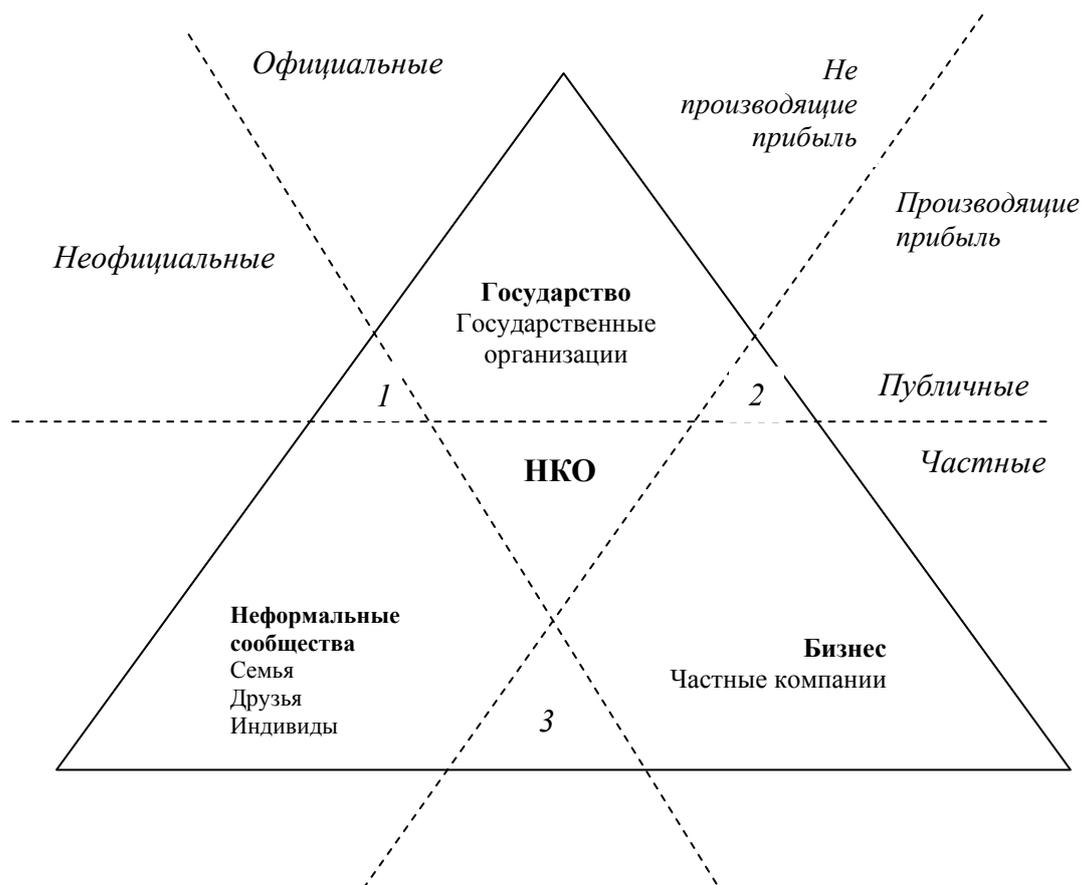


Рис. 1. Промежуточное положение НКО (по П.Абрахамсону)

Особая функция некоммерческих организаций состоит в том, что они обеспечивают связь между подсистемами «государство» (типичная логика действия: иерархия, принуждение, бюрократия), «рынок» (типичная логика действия: свободный обмен, выгода) и «неформальная область» (семья, дружба, соседство, частные группы и объединения самопомощи; типичная логика действия: солидарность, дружеские отношения, любовь).

Промежуточные организации находятся в состоянии «устойчивого неравновесия» (термин Э.Бауэра, предложенный как характеристика живых систем). Возможный крен в ту или иную крайность несет риск утраты идентичности. В случае с государством возникает ситуация придатка государственных учреждений и «подсаживание» на государственное финансирование, как следствие – бюрократизация и потеря гибкости и самостоятельности в угоду стандартным социальным технологиям. При крене в сторону услуг это риск коммерциализации и утраты общих ценностей в угоду более выгодным проектам. И, наконец, смещение в сторону неформальной области приводит к потере управляемости и эффективности, превращению организации исключительно в клуб встреч друзей и зачастую распаду по малым группам, объединенным на основе личной симпатии или антипатии. Все это порождает для НКО проблему самоидентификации. Они находятся в постоянном внутреннем конфликте между ориентацией на ценности и ориентацией на услуги (Бастин К.-Д. Самопонимание свободных носителей: между ориентацией на ценности и ориентацией на услуги // Социальные проблемы. – СПб., 2008. – №1. – С.128-149).

Промежуточное положение является следствием того, что некоммерческие организации одновременно удовлетворяют различные, противоречивые по своей природе потребности, причем как личные, так и общественные. Это обстоятельство заставляет их постоянно действовать в смешанной логике принятия решений и выполнять различные функции. Именно это обстоятельство и должно быть положено в основу рассмотрения НКО с экономической точки зрения (Arnold U. *Typologie Sozialwirtschaftlicher Organisationen. // Lehrbuch der Sozialwirtschaft / U.Arnold, B. Maelicke (Hrsg.). 2. Anlage. – Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2003. – S.193-204).*

Наиболее простым на первый взгляд представляется оценить вклад НКО в экономику в качестве производителя (поставщика) тех или иных услуг. Стоимость услуг, как и всякая другая стоимость, может быть оценена через общественно-необходимое рабочее время, а в условиях рыночной экономики (хотя очевидно, что никакого «свободного» рынка в сфере услуг не существует) – через цену труда и цену аналогичных услуг на рынке. Однако определение стоимости услуг в денежном выражении даже в бизнес-секторе наталкивается на существенные трудности. Во-первых, цена труда не имеет общепринятой оценки, принцип «равная оплата за равный труд» не реализуется в современной России, и одна и та же работа может оцениваться по-разному, причем оценка различается в разы даже в пределах одного региона. Во-вторых, существует неоправданно заниженная оценка умственного труда и неоправданно завышенная оценка управленческого труда.

Между тем, к услугам НКО необходимо подходить еще и с пониманием того обстоятельства, что кроме собственно услуги НКО предлагают клиенту включение в определенную систему отношений. При оценке стоимости таких услуг требуется учет не только объективно-экономического, но и субъективно-психологического аспекта.

Это можно проиллюстрировать на примере молодежного добровольчества. При проведении добровольческих акций (например, экологических) труд, как правило, более интенсивный; коллективный характер совместной работы вносит элементы соревнования, поэтому оценка цены труда, исходя из почасовой ставки аналогичной профессиональной деятельности окажется заниженной. В молодежном добровольчестве важным элементом кроме собственно стоимости произведенной услуги или работы выступает также приобретение молодыми людьми трудового опыта, формирование умений и навыков, освоение технологий. Таким образом, к стоимости по результатам труда необходимо прибавить стоимость «учебного процесса». Если мы спросим у получателя услуг, сколько он готов заплатить за данную услугу добровольца из собственного кармана, то выяснится, что большинство клиентов откажется от многих услуг, даже если за них придется платить чисто символическую плату. Это связано не только с финансовым положением клиентов добровольческих программ, но и с иждивенческой позицией большинства клиентов социальных служб вообще. Если мы сформулируем вопрос так: «Если бы мы могли дать Вам необходимую сумму денег именно для оплаты данной услуги, сколько бы Вы запросили (заплатили)?» – то ответ на этот вопрос может дать некоторую оценку, но в силу имущественного расслоения реципиент будет ориентироваться при оценке стоимости труда на свои доходы и, соответственно, свой уровень необходимого потребления, и стоимость труда добровольцев окажется заниженной, либо реципиент станет оценивать не саму оказанную услугу, а «симпатичного» ему молодого человека или девушку и предложит заведомо неадекватную реально выполненной работе завышенную стоимость. Более продуктивным представляется компаративистский (сравнительный) подход: реципиентам можно предложить сравнить ценность работы и, соответственно, стоимость услуг добровольца и представителей наиболее распространенных профессий или известных людей (продавца, почтальона, водителя, врача, медсестры, губернатора, президента, Чубайса, Путина, Ксении Собчак, Филиппа Киркорова или Максима Галкина).

Оценка стоимости услуг, описанная выше, основана на том, что речь идет об уже существующих технологиях, между тем именно НКО оказываются наиболее часто источником и инициатором социальных инноваций. Экономическая оценка инноваций в настоящее время является одной из наиболее дискуссионных тем. Как указывает П.Штомпка,

(Штомпка П. Социология социальных изменений / Пер. с англ. под ред. В.А.Ядова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 416 с.) ценность инноваций измеряется экономией, т.е. новые технологии позволяют сэкономить общественно-необходимое рабочее время. Но, с другой стороны, благодаря инновациям и новым технологиям открываются новые возможности, которые создают новые общественные потребности в их потреблении. Особенно важным при этом является создание новых смыслов. С экономической точки зрения оценка инноваций возможна на основе понятия *потенциального валового продукта*, т.е. продукта, который может быть или будет произведен в связи с той или иной инновацией, причем речь идет не только о собственно товарах и услугах, в которых инновация непосредственно внедрена, но и о связанных с этим производствах в других сферах, культурных изменениях, настроениях, моде. Например, изобретение автомобиля породило не только автомобилестроение, но и производство топлива, строительство дорог и гаражей, появление дорожной полиции, а также соответствующие автомобильные журналы, телепередачи, спортивные соревнования, игры, досуговые практики, сюжеты книг и кинофильмов, и т.п.

Оценка НКО как экономического актора, действующего в логике общественного управления (со-управления), т.е. в поле взаимодействия с государством, имеет существенные теоретико-методологические и практические трудности. Речь при этом идет о той роли, которые НКО играют в постановке и решении общественных проблем, организации (упорядочении) общественной жизни. Экономически сложно оценить такие функции НКО, как выражение общественной инициативы, давление на власть, защита общественных интересов. Между тем это вполне конкретная управленческая ценность – формирование проектов решений, лоббизм, мониторинг, общественная экспертиза, общественный контроль и т.п., которая до известной степени может быть оценена в логике услуг по аналогии с деятельностью соответствующих бизнес-структур.

По нашему мнению, теоретико-методологическим основанием для экономического анализа деятельности НКО в данном контексте, равно как и их оценка как акторов, действующих в логике непосредственных отношений (дружба, сотрудничество, солидарность) может стать понятие *человеческого потенциала*. Роль человеческого потенциала в развитии экономики уже в течение многих лет исследуется учеными Института проблем региональной экономики Российской Академии наук в Санкт-Петербурге (ИРЭ РАН). Это работы В.Р.Полозова, И.И.Сигова, Е.Г.Слущкого, О.И.Иванова и др. Понятие человеческого потенциала и связанное с ним понятие *качества населения* позволяют анализировать такой сложный процесс, как производство человека (К.Маркс). Самоорганизация и сотрудничество людей создают социальный и человеческий капитал людей и групп (П.Бурдье и др.). Проблема преобразования и реализации человеческого потенциала и конвертации человеческого капитала в другие виды капитала в последние годы привлекает внимание и зарубежных исследователей, однако адекватной методики оценки социального и человеческого капитала, отражающей все аспекты его функционирования, пока не предложено.

Подводя итог сказанному, необходимо отметить, что разработка теоретико-методологических подходов оценки экономической роли НКО является важной и актуальной задачей. Учет вклада НКО в ВВП и общественное развитие, в т.ч. создание человеческого потенциала, необходим для стратегического планирования развития, как нашей страны, так и мирового сообщества. Нужны сопоставимые технологии оценки, позволяющие получить сравнимые результаты хотя бы в первом приближении, а также стратегия параметрирования деятельности НКО с учетом интересов устойчивого общественного развития.

#### Литература:

1. Бастин К.-Д. Самопонимание свободных носителей: между ориентацией на ценности и ориентацией на услуги / Пер. с нем.: А.В.Кострикин // Социальные проблемы. – СПб., 2008. – №1. – С.128-149.

2. Кострикин А.В. Социально-экономические условия деятельности молодежных общественных объединений // Учёные записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. – СПб., 2008. – Вып. 1. – Том 9. – С. 91-96.
3. Козн Дж., Арато Э. Гражданское общество и политическая теория. – М.: Изд-во «Весь мир», 2003. – 782 с.
4. Штомпка П. Социология социальных изменений / Пер. с англ. под ред. В.А.Ядова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 416 с.
5. Юрьева Т.В. Экономика некоммерческих организаций: Учебное пособие. – М.: Юристъ, 2002. – 320 с.
6. Abrahamson P. Social policy in changing Europe. – Roskilde University Press, 1993.
7. Arnold U. Typologie Sozialwirtschaftlicher Organisationen. // Lehrbuch der Sozialwirtschaft / U.Arnold, B. Maelicke (Hrsg.). 2. Anlage. – Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2003. – S.193-204.
8. Spengler P. Jugendverbände und Kommerz. // Handbuch Jugendverbände: eine Ortbestimmung der Jugendverbandarbeit in Analysen und Selbstdarstellungen / L.Böhnisch, H.Gangler, T.Rauschenbach (Hrsg.). – Weinheim, München: Juventa Verlag, 1991. – S. 336-345.

**Радущинская Александра Игоревна,**  
к.э.н., доцент кафедры КДиП  
Санкт-Петербургского государственного  
инженерно-экономического университета,  
член Правления СПб ОО Благотворительное общество «Невский Ангел»  
[alerad@bk.ru](mailto:alerad@bk.ru)

## **О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ТРУДА ДОБРОВОЛЬЦА**

Добровольчество – важный актив в жизни местного сообщества, региона, а при достаточно развитой культуре – и страны в целом.

На определенном этапе жизни молодые люди (наиболее значительная часть добровольцев) готовы «поделиться» имеющимся у них запалом, жизненным оптимизмом, применить силы, оценить свои возможности в деле, которое обладает общественной значимостью. Нельзя отрицать, что какие-то из подобных мотивов, а также желание общения, чувство сопричастности притягивают в ряды добровольцев и людей в зрелом возрасте. Так или иначе, выполняемые добровольцами функции, оказываемые услуги при достаточной организации могут приобрести значительный общественный размах и вносить существенный вклад в формирование экономического потенциала.

Достаточно вспомнить, что по сути добровольческие, некоммерческие, а не только репрессивные подходы достаточно долго поддерживали дееспособность советского строя, двигали массами людей и стимулировали создание ими значительных материальных и интеллектуальных продуктов.

Рационально описать мотивы добровольца не всегда возможно, так же как не всегда возможно адекватно и во всей полноте оценить экономический эффект, который приносит труд добровольцев. Однако, основные подходы к оценке материальных и нематериальных активов, по нашему мнению применимы и в случае оценки экономического эффекта труда добровольца. Надо ещё раз при этом подчеркнуть, что такая оценка будет иметь смысл

только при наличии достаточной степени организации, в основе которой лежит движущая идея, которая будет привлекать людей примкнуть к кругу добровольцев. Очень часто также необходимым условием осуществления добровольческого труда является наличие необходимой инфраструктуры и оборудования.

Именно в этих случаях будет иметь смысл применение дифференцированных подходов к оценке, а именно трёх основных подходов (по мере значимости в сфере добровольчества): сравнительного, затратного, доходного.

Один из важнейших принципов, который надо применять при оценке – соответствие профессионального профиля, осуществляемого добровольцем труда и некоторой средней ставки оплаты аналогичного труда в коммерческих и государственных структурах. Сложность состоит в определении этой средней ставки, как с точки зрения множественности позиций, оценивающих аналогичный труд в коммерческом секторе, так и при адаптации ставок в коммерческих структурах со ставками в государственных структурах, которые могут существенно отличаться.

В дальнейшем, целесообразно применение к найденной адаптированной «среднерыночной» ставке оплаты труда определённого специалиста, труд которого оценивается в рамках его работы в качестве добровольца, качественного, корректирующего коэффициента, придающего возможность как увеличить данную «среднерыночную» ставку, так и уменьшить её в определённых пределах.

Описание нормативов указанных отклонений и диапазона, в котором они могут находиться, – отдельная методологическая часть работы по оценке экономического эффекта труда добровольца. Важно также и наличие принципиальных показателей, к которым можно апеллировать при оценке качества труда добровольцев, как по сравнению друг с другом (внутри профессиональных групп), так и при сравнении с их же работой по тому же профилю на государственной службе или коммерческом предприятии. Именно данные показатели могут быть положены в основу качественного корректирующего коэффициента.



## Затратный подход

Стоимость труда добровольца определяется исходя из затрат труда в час. Мы оцениваем трудоемкость конкретной работы, выполняемой добровольцем в конкретной ситуации.

База - МРОТ.

Разрабатывается система повышающих и понижающих коэффициентов.

| for ex | местоположение, график, престижность

## Доходный подход

Основывается на оценке квазидохода, который получит организация в результате того, что добровольцы сделали для нее.

| for ex | Добровольцы построили дом, сколько он стоит?  
Это наш квазидоход

**NB** Мы рассчитываем эквивалент покупки дома у строительной компании и вычитаем из этой величины наши затраты на материалы и разрешения, а не просто считаем аналог стоимости работы строителя и умножаем на число добровольцев. Разница существенна!

## Сравнительный подход

В данном случае мы определяем стоимость труда добровольца, сравнивая ее с аналогичными платными услугами

**NB** Подход может показаться простым, но это только на поверхности, так как на деле корректно выбрать базу для сравнения непросто

## ИНТЕГРАЛЬНЫЙ подход

Позволяет использовать преимущества и сгладить недостатки всех трех подходов, затратного, доходного и сравнительного.

Построению интегрального показателя предшествует взвешивание доли каждого подхода (из трех) в формировании стоимости данного добровольного труда.

В соответствии с этим полученные по трем подходам значения корректируются и мы получаем обоснованную эк. оценку добровольческого труда

## Экономический эффект и экономическая эффективность

- Экономический эффект - это соотношение прибыли к затратам, понесенным для получения этой прибыли
- Экономическая эффективность - доля в процентах той же прибыли к затратам на ее получение

От редакционной группы

### **ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОЦЕССУ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДОБРОВОЛЬНОГО ТРУДА (компиляция из различных источников)**

Эффективность добровольного труда определяется в области социального и экономического эффекта. Эффективность добровольного труда может определяться экспертной комиссией организации, состав которой утверждается его руководящим органом. Ответственность за организацию мероприятий по определению эффективности добровольного труда может быть возложена на Координатора добровольцев.

До момента принятия соответствующих решений органами власти РФ или субъектов федерации, для определения социальной и экономической эффективности добровольного труда, организации могут разрабатывать собственные критерии и использовать собственные методики оценки. Не смотря на то, что такой подход не легитимный и не может повлиять на мнение об организации и ее добровольцах со стороны внешнего окружения, польза от этой работы очевидна для целей ее самоанализа и развития.

Приведем следующий пример: на период до декабря 2011 года в ходе практической реализации «Концепции развития социального добровольчества в Санкт-Петербурге на 2008-2011 годы» планируется разработка системы оценки социальной и экономической эффективности добровольного труда, соответствующая федеральным нормативным актам. С момента утверждения полномочным органом власти такой системы оценки, она станет

стандартом оценки для всех организаций социальной сферы Санкт-Петербурга, использующих труд добровольцев и для региональных органов власти.

В целях детального анализа и оценки результатов и эффективности работы добровольцев в организации и работы организации с добровольцами, возможно воспользоваться четырьмя видами оценки результативности в области добровольчества:

1. Количественная оценка (внутренняя оценка по количественным показателям).
2. Экономическая/финансовая оценка (внутренняя и внешняя оценка по финансовым показателям).
3. Оценка обществом (внешняя оценка заинтересованных лиц и организаций).
4. Оценка социальных изменений (внутренняя и внешняя оценка, оценка специалистов).

Количественная оценка.

А. При количественной оценке результатов и эффективности работы добровольцев в организации применяются следующие показатели:

количество чел./часов, отработанных добровольцами;  
количество социальных услуг, оказанных добровольцами;  
количество клиентов, которым добровольцы оказали помощь и социальные услуги;  
объемы помощи, которая оказана добровольцами клиентам организации;  
условная стоимость услуг или работ, осуществленных добровольцами;  
количество проведенных добровольческих акций, мероприятий;  
количество/объем ресурсов, привлеченных добровольцами для оказания помощи клиентам Учреждения и организации добровольной работы;  
количество добровольцев, которых привлекли к работе в организации сами добровольцы.

Б. При количественной оценке работы организации с добровольцами применяются следующие показатели:

количество добровольцев, привлеченных для работы в организацию;  
количество нормативных услуг, в предоставлении которых участвовали добровольцы;  
количество дополнительных социальных услуг, предоставляемых организацией через добровольцев;  
количество клиентов организации, которым добровольцы оказали помощь и предоставили социальные услуги;  
условная стоимость социальных услуг или работ, осуществленных добровольцами;  
количество соглашений, оформленных с добровольцами;  
количество свободных мест для работы добровольцев (добровольческих вакансий);  
количество добровольцев, которые прекратили отношения с организацией;  
количество добровольцев, прошедших по инициативе организации специальную подготовку и обучение;  
количество добровольцев, действующих в качестве координаторов, тренеров, наставников;  
количество добровольцев, работающих на постоянной основе;  
количество добровольцев, работающих на временной и разовой основе (по принципу вызов/ приглашение);  
количество добровольческих акций и программ, проведенных организацией;  
количество добровольцев, получивших поощрения и награждения за добровольный труд;  
количество публикаций в СМИ о работе добровольцев, размещенных организацией;  
количество предложений и инициатив добровольцев, реализованных организацией;  
количество специальных мероприятий, проведенных в организации для добровольцев.

Экономическая/финансовая оценка.

Результаты финансовой оценки формируются организацией в форме специальных финансовых отчетов разной степени детализации. В них используются следующие показатели:

А. Деятельность организации в части ресурсного обеспечения работы добровольцев.  
общее количество привлеченных/израсходованных организацией финансовых средств для обеспечения работы добровольцев;

общий объем привлеченных/израсходованных организацией материальных ресурсов в натуральном выражении для обеспечения работы добровольцев;

структура источников привлечения финансовых и материальных средств организации для обеспечения работы добровольцев;

структура расходов организации на обеспечение работы добровольцев по направлениям деятельности;

структура административных расходов организации по организации добровольного труда граждан.

Б. Добровольческая деятельность и добровольный труд граждан в организации.

условная стоимость социальных услуг или работ, осуществленных добровольцами в финансовом выражении;

условная стоимость материальных ресурсов, услуг сторонних организаций, привлеченных добровольцами для оказания помощи клиентам организации и организации добровольной работы в финансовом выражении;

общий объем внебюджетных финансовых средств, привлеченных добровольцами для деятельности организации в интересах его клиентов.

Самый простой способ определить экономическую эффективность - это сравнить затраты организации на организацию добровольной работы и условную стоимость работ, выполненных добровольцами.

Оценка обществом:

При оценке используются следующие показатели:

наличие статей и публикаций, в т.ч. публичных отчетов, о добровольческой деятельности и добровольной работе граждан в организации;

прозрачность экономических основ организации добровольческой деятельности и поддержки добровольческих инициатив;

наличие совместных программ и факты практического сотрудничества организации с иными организациями;

участие организации в региональных, межрегиональных, национальных акциях, мероприятиях, форумах, конференциях в области добровольчества;

получение организацией государственной поддержки добровольческих инициатив;

наличие спонсорской или попечительской поддержки добровольческих инициатив;

известность добровольческих программ организации среди населения;

получение организацией дипломов, наград и других поощрений за организацию добровольного труда граждан в социальной сфере.

Оценка эффективности менеджмента добровольческих программ происходит внутри организации - внутренняя оценка. Она производится, главным образом, Координатором и обсуждается с персоналом и руководством организации. При этом анализируются количественные показатели, и проводится качественный анализ, при котором оцениваются достижения организации в связи с работой добровольцев, изменения, произошедшие в качестве жизни клиентов, личное развитие добровольцев, рост их квалификации и ответственности, коммуникации и деловые связи между штатными сотрудниками и добровольцами организации.

Общая оценка эффективности организации в области добровольчества может быть внутренней и внешней. Она подразумевает, во-первых, определение степени участия

добровольцев в процессе ее деятельности, выявление проблем и конфликтных ситуаций, нахождение способов реагирования на них, способов их решения и способов профилактики. Во-вторых, в ходе оценки анализируется, как работа добровольцев, так и работа с добровольцами в организации в лице Координатора и других лиц, ответственных за организацию добровольной работы.

Внешняя оценка эффективности организации в области добровольчества концентрируется на оценке организационной структуры, существующей в организации для менеджмента добровольческих программ, социальной и экономической эффективности добровольного труда. Полезно, если ее производят лица, которые не работают в организации и, таким образом, независимы и объективны.

Комбинация различных методов делает оценку более правдивой. При этом важно, чтобы результаты оценки были представлены всем сотрудникам и клиентам, спонсорам, попечителям организации и общественности в наглядной форме.

Пособие по организации добровольной помощи и услуг в некоммерческих организациях и государственных учреждениях социальной сферы силами молодежи.  
Технологии, Опыт, Статьи, Аналитические материалы.  
Санкт-Петербург, 2010

---

Сдано в набор 00.00.2010. Подписано в печать 00.00.2010.  
Оригинал, макет и верстка: издательство ООО «МультиПроджектСистемСервис»

Формат 60x84/8. Печать офсетная. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 15,0. Тираж 500 экз.

---