



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Цінності волонтерів

Червень 2023 р.

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

Над дослідженням працювали:

- **Олександра Гліжинська** – формування завдання, загальне керівництво
- **Ірина Макарова, канд. екон. наук** – модерація, формування фінального звіту
- **Андрій Єременко** – модерація, формування проміжного звіту

Методологія.....	4
Опис волонтерського середовища.....	5
Мотивація участі у волонтерстві.....	22
Якість роботи волонтерів.....	36
Взаємодія з владою.....	41
Взаємодія з бізнесом.....	55
Взаємодія з іншими структурами.....	61
Психологічна підтримка.....	68
Майбутнє волонтерства.....	77
Висновки.....	80

Метод: якісне дослідження методом фокус-групових дискусій (ФГД) із представниками цільової аудиторії.

Кількість і тривалість ГД: 9 фокус-групи по 7-10 учасників у кожній.

Тривалість кожної дискусії: 100-120 хв.

- Волонтери
- Представники бізнесу
- Представники влади

Територія дослідження: міста Запоріжжя, Суми, Хмельницький.

Мета дослідження: виявлення основних цінностей волонтерів та пошук шляхів для розвитку волонтерського руху

Умовні позначення:

У білих прямокутниках
вказується фактично зібрана
інформація
*Курсивом вказуються прямі
цитати респондентів та
коментарі модератора*

У червоних
прямокутниках –
висновки і рекомендації

Синіми стрілками позначено
логічні або причинно-
наслідкові зв'язки



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Опис волонтерського середовища

Досліджуємо громадську думку з 2011 року



Більшість згадувань про кількість волонтерів зводилось до «багато», або навіть «дуже багато». Часто лунали фрази на кшталт «кожен третій», «практично кожен».

Окремо наголошується на тому, що переважна більшість волонтерів працює без реєстрацій.

Фінансова підтримка теж часто сприймається як волонтерство («кожен 1-ий донатить»).

Кількість тих, хто волонтерить бодай час від часу, оцінюють у 30%.

Є люди (переважно серед ВПО), які говорять, що в їх колі волонтерів немає («У моїх залученість була 0. А в середньому зараз кожен 2-ий»).

У волонтерській групі зазначили, що вважають себе волонтерами більше половини, в той час, як активно працюють не більше 20% людей.

«Постійно діючих» – десь 10% населення.

Окремі респонденти, порівнюючи із населенням міста, говорять, що «не так вже і багато».

Окремі бізнесмени «бачать» лише декількох волонтерів чи організації, з якими співпрацюють («я знаю 3-4 волонтера, яким допомагаю і підтримую»).

Запитання про кількість волонтерів часто переводили дискусію в питання про те, кого вважати волонтером (*«Дивлячись що маємо на увазі під волонтерством»*).

Досить часто респонденти з різних груп відокремлювали «справжніх» і «не справжніх» волонтерів (*«Є волонтери, а є волонтери в лапках»*).

«Несправжніми» називають тих, хто бере участь у волонтерській діяльності через будь-який корисний мотив. Наприклад, бажання балотуватись, пошук кар'єрних перспектив, знайомств тощо або просто бажання отримувати матеріальний ресурс – пальне, продукти, перепустки (*«і є пристосуванці, які туди пішли, щоб мати доступ»*).

«Справжніх» волонтерів стає все менше. До цієї категорії відносять тих, хто протягом тривалого часу стабільно працює, незважаючи на «невдячність» роботи.

Такий розподіл роботи є досить ризиковано, оскільки можна посягти розбрат і недовіру всередині волонтерського середовища, просто називаючи певних волонтерів «несправжніми за будь-якою ознакою».

Сумські і запорізькі волонтери говорять, що їх пік активності був у момент, коли місто було на межі захоплення (*«тоді ледь не кожен третій постійно працював»*).

Запорізькі волонтери говорять, що в їх місті волонтерство є більш поширеним, ніж в регіонах, *«де війни не бачили»*.



Одне твердження про те, що для участі у разових проектах волонтери можуть висувати певні цілком матеріальні умови (*«всіх нагодуй, довго не затримуй і т.д.»*).

Присутній акцент на тому, що волонтери познайомились між собою та налагодили якщо не співпрацю, то щонайменше взаєморозуміння.

Для діючих волонтерів важливою є наявність значної підтримки з боку інших людей (*«але небайдужих людей багато»*). Така підтримка зазвичай проявляється у роботі чи певних ресурсах. Та може бути і просто моральною.

Для багатьох, хто не є волонтером, підтвердженням активності волонтерських рухів є кількість різноманітних зборів (на вулиці, в соціальних мережах тощо) (*«скрізь збирають якісь кошти, речі, допомагають тваринам... Тому їх багато»*).



Одне із завдань публічних заходів – демонструвати наявність і активність волонтерського руху. А це, у свою чергу, підтримує і волонтерів, і тих, хто підтримує волонтерів.

Поодинокі скарги на невелику кількість заходів саме для волонтерів.

Хоча кількість волонтерів не сильно збільшується (а за певними твердженнями – зменшується), зростає своєрідна «якість» волонтерів. Тобто ефективність волонтерського руху збільшується навіть за умови деякого зменшення волонтерської активності населення.



Важливим джерелом волонтерів є ВПО, які приїхали у нові міста.



Окремі ВПО організували вже власні центри для підтримки ВПО (*«Дуже багато ВПО відкрили центр прийому і допомоги переселенців»*).

В різних групах відмічають підйом волонтерства «сплесками» – у 2014 році та у березні 2022 року (*«Було два сплеска – 2014 рік та 2022 рік»*).

Є уточнення, що кількість волонтерів змінюється хвилями через те, що багато людей *«на кілька місяців вилетіти могли з процесу, а потім повернутись»* (*«волонтерство хвилями йде, наростає і зменшується»*).

В окремих групах говорили, що останні місяці знов відчувається певний підйом кількості волонтерів. Одні респонденти говорять про незначний підйом, а інші – про те, що *«волонтери приходять частіше і частіше»*.

У різних містах респонденти говорять про чергову хвилю волонтерства через підрив дамби Каховської ГЕС (*«коли в Херсоні події (затоплення) почались, люди більше об'єднались, почали рухатись»*).

Хвилі збільшення волонтерства чітко пов'язують з загостренням проблем (*«поки не кляне і не станеться щось, то люди не заворушаться»*).

Кількість волонтерів не сильно, але збільшилась. Проте, враховуючи описані респондентами *«хвилі»*, якщо тенденція продовжиться, то за кілька місяців, кількість волонтерів знов піде на спад.



«Хвилі волонтерства» тягнуть за собою проблему *«то густо, то пусто»*.

Це означає поступове *«вирівнювання»* хвиль у майбутньому зі сплесками у випадку великих проблем.

Досить частими є твердження, що кількість волонтерів стала більш стабільною і вже не змінюється так швидко, як на початку вторгнення.

Гострі події збільшують бажання допомогти у людей, які припинили підтримувати волонтерів або зменшили власну підтримку (*«Дуже активізувались з допомогою після повені»*).

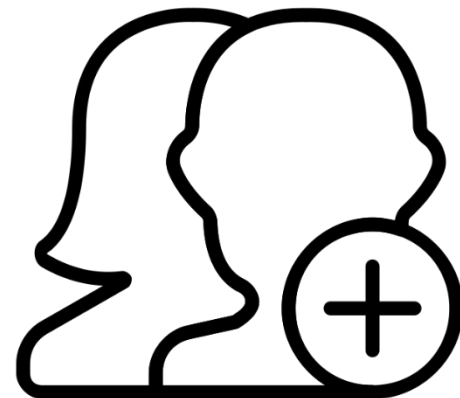
Хоча більшість в якості прикладу називали саме підлив Каховської ГЕС, було згадано також і інші приклади подій, після яких відбуваються спалахи (*«Розбомбили Грузевицю – активізувались всі»*).

З цього окремими респондентами робиться висновок, що активність залежить від інформаційного порядку денного (*«все від Телеграму залежить»*).

Для підтримки певного «градусу» підтримки необхідно інформувати суспільство про проблеми і потреби якомога активніше. А також обов'язково показувати, як конкретна допомога вирішує проблеми.

Значна частина респондентів говорить про тенденції спаду волонтерства. Причини описані у відповідних слайдах

До волонтерства залучаються нові люди, що, на думку тих, хто говорить про це, допомагає підтримувати певний баланс.



Тобто організації, які змогли залучати нових людей, можуть утримувати власну активність, незважаючи на об'єктивно існуючий відтік людей. Ті ж, які не можуть цього робити, будуть потроху згортати діяльність.

Респонденти згадують початок повномасштабного вторгнення, коли волонтерством, на їх думку, займались практично всі (*«лютий-березень – кожен із нас був волонтером»*).

Згадуючи перші дні після вторгнення, в усіх групах розповідають про те, як швидко зорганізувались волонтерські штаби, як легко було закривати всі проблеми і потреби (*«Всі потреби закривали по мірі з'явлення»*).

Порівнюючи з підйомом волонтерства у перші місяці повномасштабної війни і зараз, всі роблять однозначний висновок про те, що волонтерів стає менше.

Це є проблемою, оскільки демотивує людей. Тож, говорячи про волонтерство, необхідно порівнювати не з першим місяцем після повномасштабного вторгнення, а зі станом на початок року.

Окремі респонденти говорять про те, що, хоча кількість волонтерів не знизилась, зменшилась активність кожного окремого волонтера (*«якщо там кожного дня працювали, то тепер – по вихідних або після роботи»*). Особливо це стосується напрямків, де необхідною є ручна праця.

Через це може істотно зменшуватись обсяг продукції.



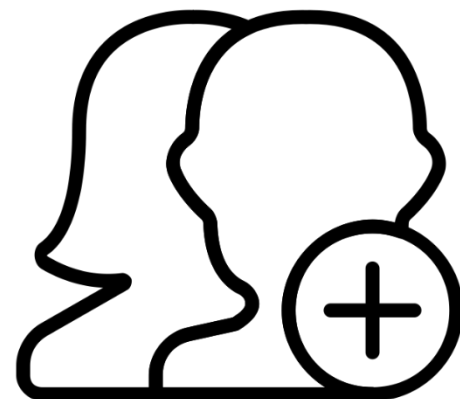
Різні респонденти в різних групах говорять про те, що дрібні волонтерські ініціативи розпадаються і припиняють діяльність, в той час, як великі ініціативи розвиваються (*«хто розвивається і продовжує роботу, а дрібні розпадаються»*).

Певні респонденти говорили про організації, які були засновані ще у 2014 році і працюють з того часу (*«місто, скажем так, включилось у волонтерський ще в 14-му році, коли почалися Донецьк, Крим»*). Особливо це проявилось у Запоріжжі, яке було неподалік від подій 14-ого року.

До волонтерської діяльності активно залучаються діти. За словами респондентів, багато з них активно вливаються до волонтерського руху (*«У нас є неповнолітні, і їх цикл 2-3 місяці. Прийшли, поволонтерили, досвід отримали й пішли самі заходи робити і допомагати військовим, я це помітив»*).

Діти мотивують батьків підтримувати волонтерські рухи (*«моя дитина... ледь не кожен день просить «не пий каву, давай скинем трохи»*).

Є скарги на відсутність достатньої кількості волонтерів для проведення конкретних акцій, які потребують участі значної кількості людей (*«рік тому тільки скажи – і 50 заявок, а зараз неділю шукаю 30 чоловік і не можу назбирати»*).



З усіх груп усіх категорій можна зробити висновок про професіоналізацію волонтерського руху.

Одне згадування про те, що збільшується кількість молоді серед волонтерів (*«постійний наплив молоді стає все більшим»*).

Люди доєднуються до волонтерства на короткий період, оскільки *«довго на волонтерських засадах не попрацюєш»*.

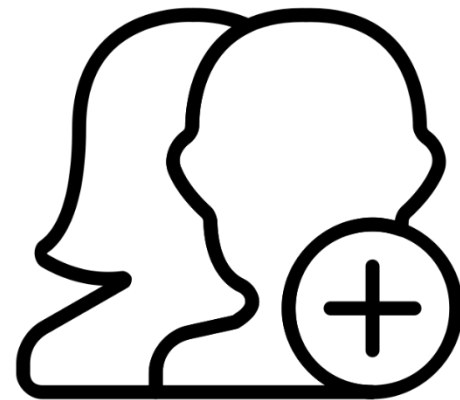
Для частини респондентів (думка була в групі влади) зменшення кількості волонтерів – це нормальне явище (*«на хвилі постійно бути не можеш»*). Такі респонденти вважають, що волонтери у разі необхідності відновлять власну активність.

Зменшення активності людей, які підтримують волонтерів «донатами», призводить до зменшення волонтерської активності (*«якщо благодійні донати менше, то, логічно, зменшуються і волонтери, які це можуть обслуговувати»*).

Значною проблемою є те, що чоловіків-волонтерів забирають до військкомату (*«7 чоловік на минулому тижні забрали в нас»*). Це має декілька наслідків:

- Організації, де самі жінки не можуть працювати, оскільки ряд робіт нереально виконувати фізично (*«в нас тільки дівчата і їм складно буде. Минулого року прийняли понад 40 вагонів гуманітарки»*).
- Чоловіки не ходять до волонтерських штабів через те, що бояться військкомату.

Організації, які стикнулись із браком чоловіків, відмовляються від створення проектів, де може знадобитись чоловіча допомога (*«фізично і морально не готові писати й отримати, бо як його забирати потім»*).



Організації, чия діяльність не пов'язана з війною (наприклад, молодіжні), фіксують зниження уваги до них (*«проектів для молоді мало, мало заходів»*).

Такі організації частково перейшли до актуальної тематики, але відчують потребу повернутись до попереднього напрямку (*«намагаюсь щось проводити сама»*).

Говорячи про трансформацію активності, в усіх групах багато згадували про трансформацію з моменту повномасштабного вторгнення дотепер.

У перші дні війни всі відмічали значну громадську активність і бажання долучатись (*«місяць десь, просто всі були і бігли»*).

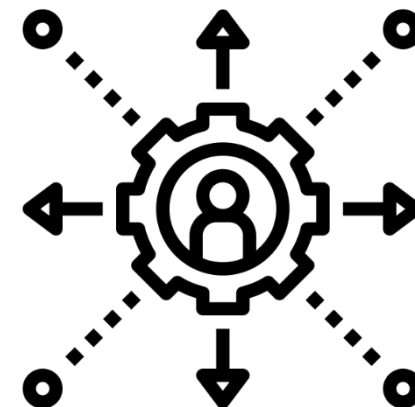


Перша координація виникає спонтанно за допомогою чатів в різних месенджерах. Трохи пізніше функцію координації починають виконувати телеграм-канали і групи (*«через тиждень-два через чат-боти організовувались»*).

На старті вирішували найбільш нагальні питання:

- Організація оборони (мішки з піском, окопи, перевірка і приведення до ладу укриттів тощо).
- Організація допомоги військовим.
- Організація блокпостів і їх забезпечення всім необхідним.
- Плетіння маскувальних сіток.
- Продукти харчування для ВПО і військових.

На цьому етапі робилось багато зайвих і погано організованих речей (*«чомусь всі вареники ліпили, причому в таких масштабах великих»*).



Старт можна охарактеризувати фразою «всі робили все». Координація відбувалась стихійно за допомогою чатів або особистих зв'язків. Часто вона була категорично недостатня, через що були помітні негативні наслідки (робилось те, чого не треба).

На наступному етапі також стихійно відбувся певний розподіл діяльності між різними групами волонтерів за різними напрямками (*«стали формуватися саме волонтерські організації і спрямовувались»*). Напрямки були досить широкими: підтримка військових, підтримка ВПО тощо (*«є хто медициною займається, специфікація така і конкретно в таких напрямках працюють»*).

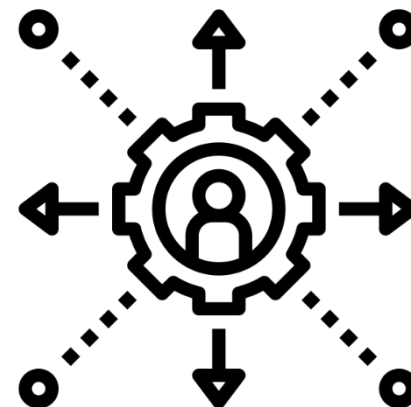
Наразі волонтерських рух є розвитком тих структур, які були створені у перші місяці більш-менш стихійно (*«Вони залишаються і структуровані й зараз»*).

Надалі організації частіше зберігають свою спрямованість (тобто орієнтуються на тих, хто отримує їх допомогу: ВПО, військові, захист тварин, діти тощо).

Якщо організація і змінює цільову групу, то це відбувається як логічний розвиток, а кожна зміна цільової аудиторії відбувається не як частина стратегії, а як реакція на зовнішні чинники.

Проте набір послуг для цільової групи змінюється, виходячи з потреб групи і можливостей. Так для військових збирають вже не мінімальний набір (каска+бронік), а БПЛА. ВПО отримують не стільки харчовий набір, скільки інші послуги тощо.

Волонтерські організації частково координують свою діяльність між собою. Проте така координація залишається частковою.



Волонтерські активності стають більш чіткими. Так допомога іде не загалом «на ЗСУ», а для конкретного підрозділу. Або звужується профіль діяльності організації. Наприклад, *«Школа дронівдв»*.

Вибір конкретного реципієнта відбувається за особистим уподобанням волонтера або лідера волонтерської групи.

Зменшується потреба і можливості щодо роздачі їжі. Да і самої їжі стає менше. Відповідно, волонтери переорієнтовуються на інші напрямки.

З іншого боку, фонди, які надають продуктову допомогу, зменшують обсяги роздачі, через що волонтери вимушено згортають активність в цьому напрямку.

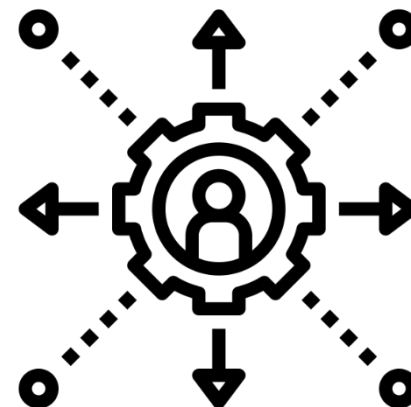
Обидва процеси призводять до того, що люди переключаються у своїй роботі на інші напрямки.

Є поодинокі думки, що зменшення підтримки продуктовими наборами – це спеціальна тактика для того, щоб стимулювати людей *«знаходити себе в житті»*.

Також практично зникла гостра проблема в одязі, оскільки зникли історії, коли людина приходить *«в капцях і светрі в мороз, і її потрібно одягати»*.

Попри зниження гостроти, проблема з одягом загалом залишається.

В різних групах говорять про те, що стало менше зборів на закупівлю мінімального військового спорядження (каска, бронежилети), що пов'язують з покращенням постачання до армії (*«Думаю, забезпечення краще стало»*).



Важлива причина зменшення підтримки волонтерів, що опікуються ВПО – переконання, що за рік-півтора ВПО вже мали влаштуватись на новому місці (*«вони можуть на роботу піти самі, така думка в суспільстві популярна»*).

В усіх групах в різних аспектах впливала тема професіоналізації організацій.

Організації, які налагодили роботу з міжнародними фондами, які надають систему підтримку, легше тримаються «на плаву» і можуть працювати більш системно.

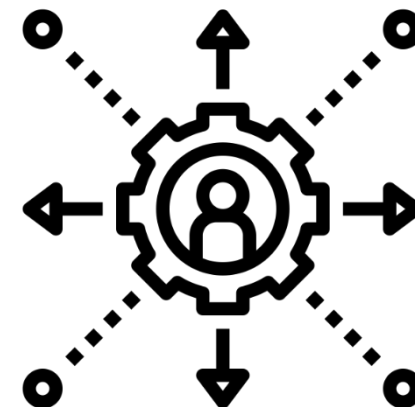
Наявність фондів, які надають системну підтримку – ще одне джерело професіоналізації волонтерських організацій.

Системні організації можуть фахово організувати збір допомоги, її доставку, розподіл тощо (*«знають, як кошти збирати, як заходи робити»*).

Самі волонтери набувають досвіду. Внаслідок цього роблять ту саму роботу краще. Це стосується як безпосередньо волонтерської роботи, так і звітності (*«всі речі їм чимось космічним здавались, вони все це знають вже»*).

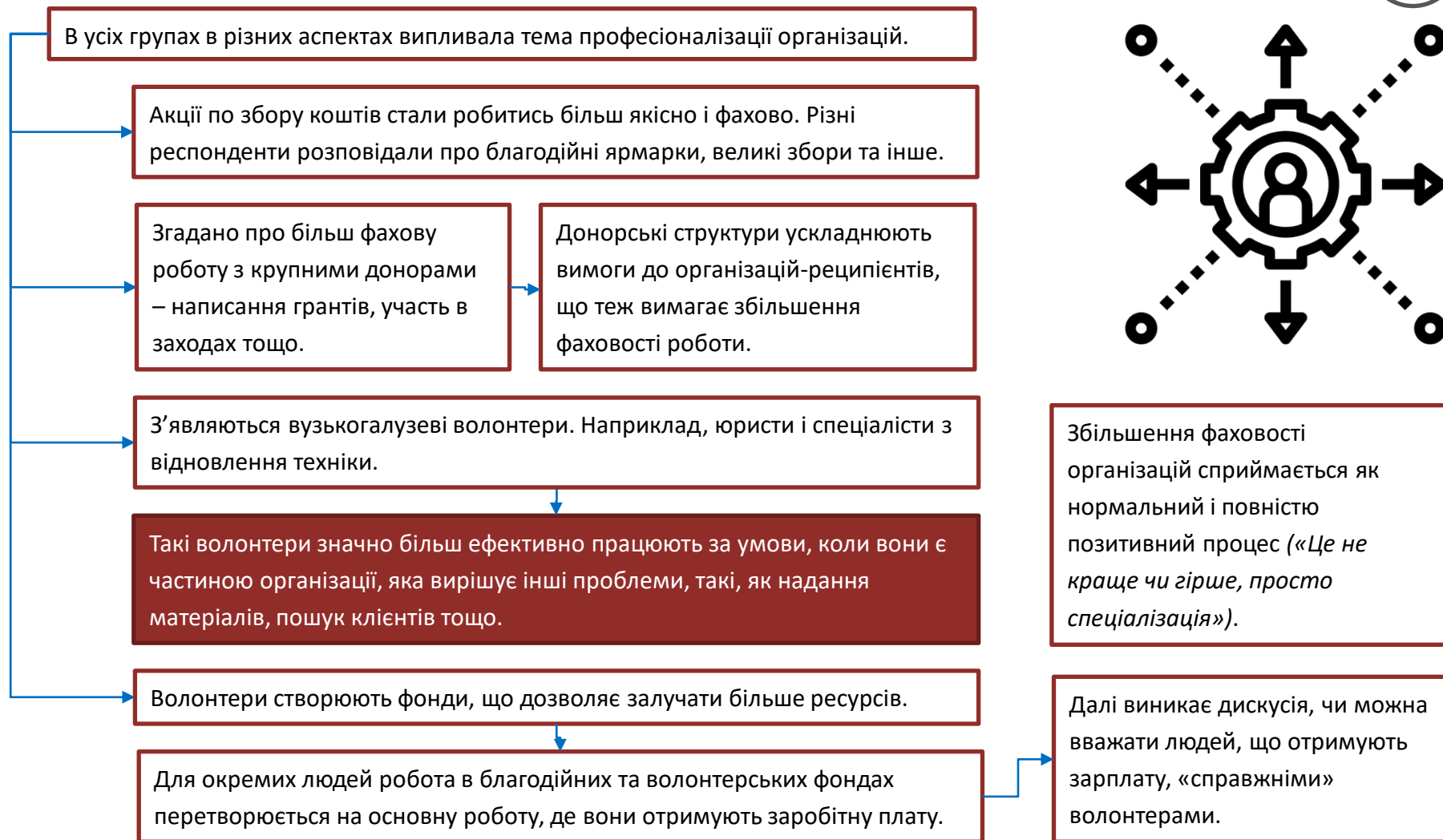
Деякі роботи, які здійснювались на початку вторгнення безкоштовно, тепер оплачуються. Як виняток – говорилось про людей, які виконують важливі функції.

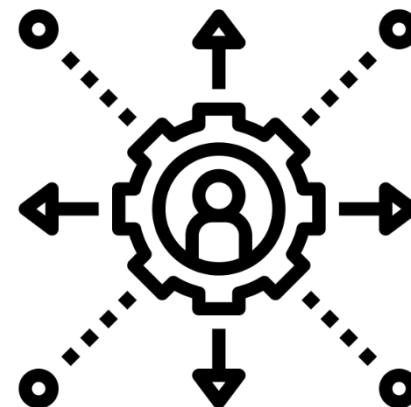
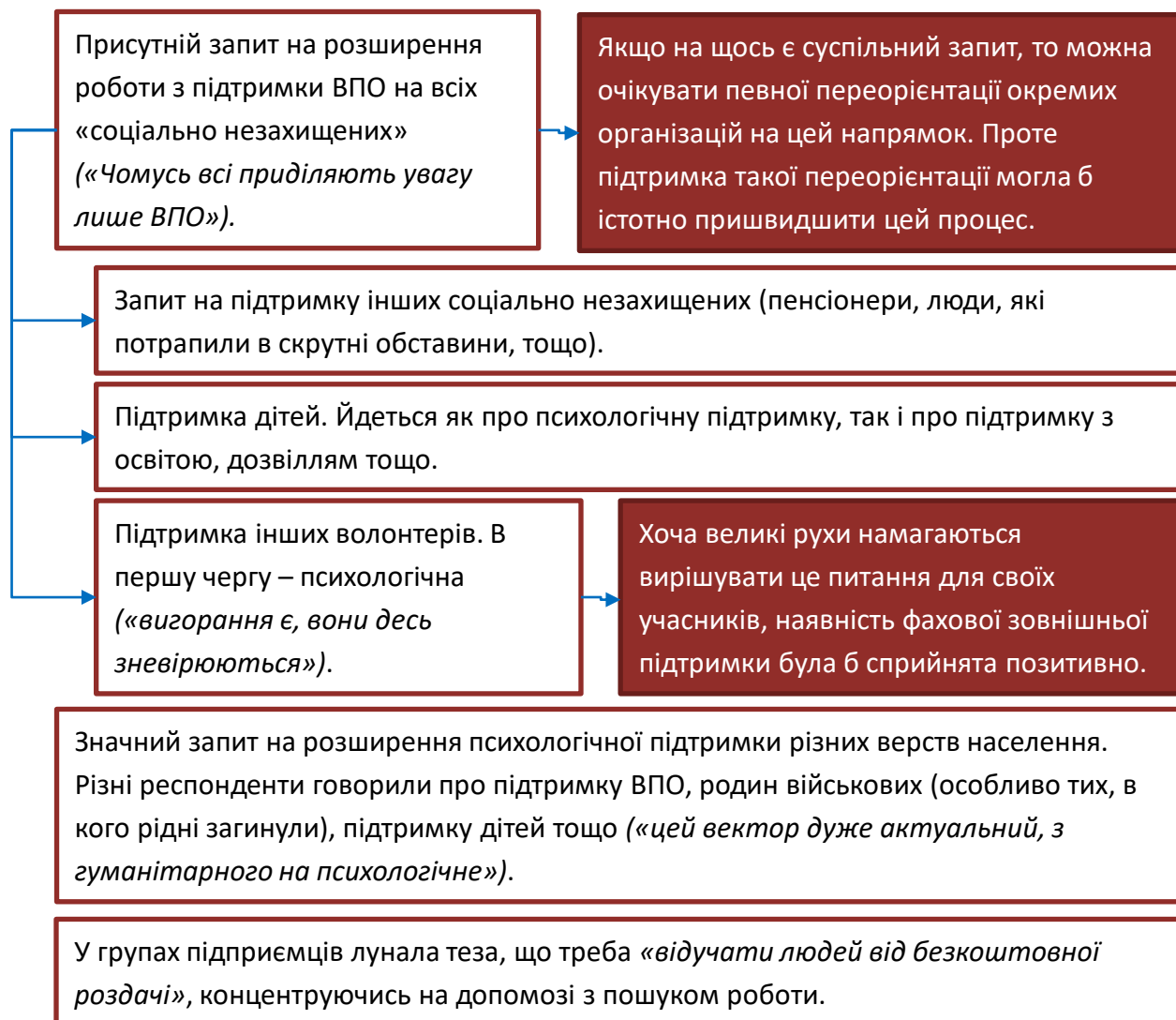
Волонтерські групи тепер роблять більш значні проекти. Мова йде, наприклад, про БПЛА (або навіть про будівництво заводу з виготовлення БПЛА), купівля авто та ремонт авто тощо.



Єдине негативне твердження щодо професіоналізації зводилось до того, що *«Волонтер – це покликання, а не професія. Коли волонтер стає професійним, це вже не дуже гарно»*.

Тобто «волонтер» перетворився в «працівника волонтерської організації».





Ті волонтери, які через вторгнення були змушені змінити напрямок роботи, говорять про бажання повернутись до своєї діяльності після Перемоги, але вже з «кризовим» досвідом (*«я хочу повернутись до дітей, бо я отримала гарний досвід, якого мені вистачить»*).

Активність трансформується під найбільш гострий запит. Одразу після підриву Каховської ГЕС значна частина волонтерів швидко спрямувала власні зусилля на вирішення проблем там.

В різних групах говорили про активізацію фондів, які рятують тварин.

Трансформацію напрямків роботи значною мірою визначають крупні донори, змінюючи пріоритети, вимагаючи іншої звітності тощо.

Теза про координацію за допомогою ЗМІ (*«В мене є медіапроект на Ютубі, Сумський канал, я виступаю як комунікатор між людьми»*).

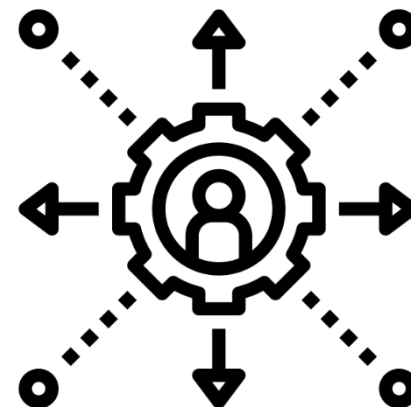
Залучення великої кількості людей до будь-якого процесу є неможливим без створення того чи іншого засобу масової комунікації.

Присутні окремі твердження про те, що донори перейшли від вирішення вузьких нагальних проблем до системної стратегічної роботи (*«більш довгострокові плани, роботу людям, в громадах для ВПО щоб достойно жилось, інфраструктуру»*).

У Запорізькій області волонтери говорили, що спрямовують свої зусилля на «підготовку до деокупації» (*«відновлення, плани на випадок загострення, відновлення інфраструктури»*).

Є зауваження про те, що в деяких напрямках (особливо пов'язаних з військовими), необхідна «непомітність» роботи волонтерів.

Також є зауваження, що робота з планування дій після деокупації непомітна і не може бути помітною (*«Стратегічно-планувальна невидима робота»*).



В різних групах впливала думка про наявність **конкуренції між волонтерськими організаціями**. Організації конкурують за:

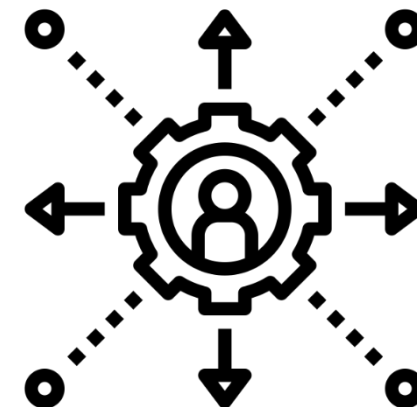
- Донати від людей (*«зараз конкуренція більше і гроші залучити важче»*).
- Активність волонтерів.
- Підтримку з боку фондів.

Конкуренція змушує фонди бути більш креативними при зборі коштів, залученні активістів тощо (*«продумувати креатив треба, залучаючи кошти, моральні штуки – щоб донатили»*).

Конкурують не лише фонди між собою, але і цілі напрямки. Бо кожен, хто жертвує кошти, обирає не стільки між фондами, скільки між напрямками: на ВПО, на ЗСУ, на тварин, на подолання наслідків повені тощо.

До певної міри така конкуренція є корисною. Проте в ситуації її загострення будуть негативні наслідки. В першу чергу – зменшення взаємодії і координації між волонтерськими організаціями.

Присутні скарги на появу волонтерів, які хочуть отримати з волонтерства певний зиск (*прим. Аналітика: В цьому проекті згадано про політичну або матеріальну вигоду, проте в іншому схожому проекті лунали твердження про прагнення до вигоди кар'єрної – через пошук знайомих і налагодження зв'язків*).



Це – продовження проблеми «несправжніх» волонтерів, через яку можуть бути конфлікти, а корисні люди можуть бути витіснені з системи волонтерства.



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Мотивація участі у волонтерстві

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

Найчастіше називають моральну мотивацію долучення до допомоги іншим людям (*«за покликом душі»*).

Для таких людей важливе відчуття єдності, сили, взаємодопомоги і підтримки заради однієї мети (*«в очі дивився і розумів ми непереможні, єдині»*).

Важливе відчуття себе в дружньому колективі, моральна підтримка від друзів (*«дружніші стають люди»*).

Особиста причетність до проблеми, яка вирішується.

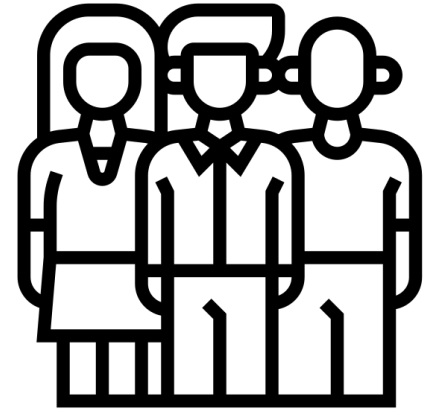
Особливо це важливо для людей, які підтримують друзів і рідних, які зараз воюють (*«там знаходяться молоді хлопці, і вона не може по іншому», «зачастую це жінки тих хлопців, які воюють»*).

Це – важлива мотивація для ВПО, які покинули зону бойових дій (*«вони відчули війну і хочуть більше приблизити перемогу»*).

Приєднання або повернення до волонтерства може бути відповіддю на значну локальну трагедію (*«коли стається більша трагедія як Одеса чи ГЕС, то більш активний стаєш»*).

Деякі люди залучаються до волонтерства як до своєрідної психотерапії, яка допомагає краще справлятися із психологічними проблемами (інколи, за твердженнями респондентів, ці проблеми жодним чином із волонтерством та повномасштабною війною можуть бути жодним чином не пов'язані).

Нагадування про людей, які загинули (*«портрети Героїв які загинули... це нагадування, включаєшся знов»*).



Важливим є бачення безпосереднього результату роботи. Про це говорили в усіх містах (*«І коли бачиш врятованих людей, відбудоване житло і т.д... Надає це сил»*).



Необхідно всіма можливими способами доносити інформацію про результат праці волонтерів.

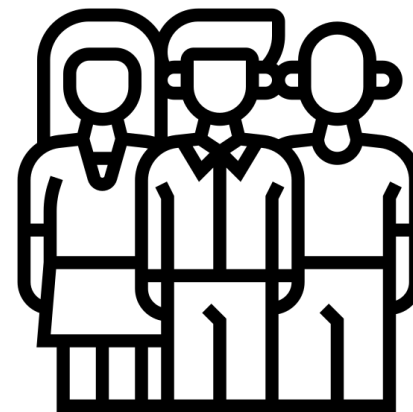
Бажання бути корисним іншим людям.

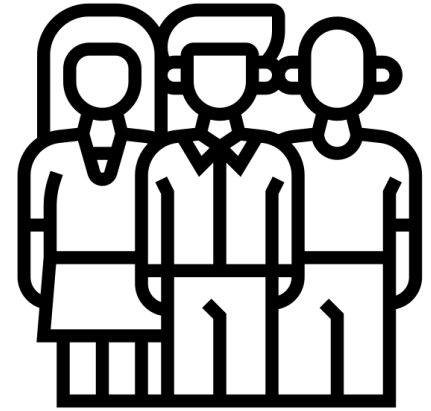
Волонтерство «затягує». Дуже часті твердження (*«це як затягнуло нас. Певний сенс життя»*).

Довіра до людей, які вже в організації, мотивує долучитись до конкретної організації чи руху (*«якщо я пошу цю організацію, значить я і там учаскую. Це довіра»*). Для створення такої довіри здійснюють особисту роботу по залученню, а також оприлюднюють публічні звіти про діяльність.

Публічні звіти необхідні в тому числі для того, щоб залучати більше волонтерів.

Просто **люди отримають задоволення** від роботи чи участі у заходах (*«на концерт йдеш, за куліси ходиш, івентове волонтерство»*).





Часто лунала теза, що «не всі можуть стати волонтерами» (*«постійно жертвувати – це треба волю мати і таких меншість людей»*).

Це – важливий привід для гордості, а отже – для того, щоб приєднуватись.

Висловлювалось переконання, що *«якості, необхідні для волонтерства закладаються з дитинства»*.

Твердження, що волонтерами можуть бути тільки *«морально сильні люди»*.

Одне згадування про людей, які працюють у волонтерському штабі тому, що там їх хоча б годують (*«витратили усі свої заощадження в перші півроку... пішов у штаб, бо там хоча б годують»*).

Створюють собі ім'я з різними цілями:

- Політичне майбутнє (*«відповідно організована передвиборча кампанія»*).
- Грантова історія.
- Налагодження зав'язків і контактів для подальшої роботи (наприклад, в тому самому фонді, де волонтерив).

Така мотивація викликає суперечливе ставлення з боку інших людей. Часто з певним розумінням, бо люди все одно роблять *«щось корисне»* незалежно від їх мотивації.

У більшості груп лунали ремарки, що часто люди, які припиняють волонтерську діяльність, роблять це тимчасово. Поки не відпочинуть, не вирішать власні нагальні проблеми або поки не трапиться якась велика біда, що змусить повернутись.

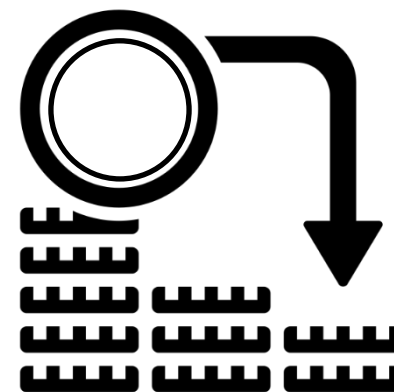
Для активізації волонтерства необхідна робота з тими, хто припинив допомагати. Імовірно – це тимчасово.

Часто люди не покидають волонтерство повністю. Так, навіть припинивши щось робити, вони часто продовжують підтримувати в різні інші способи. Це може бути фінансова підтримка, інформаційна (перепости в соцмережах), участь у акціях тощо (*«Як мінімум донати чи інфомраційна підтримка, до когось подзвонити, допомогти»*).

Поодинокі твердження, що люди взагалі не кидають волонтерство, хоча іноді можуть зменшити власну активність (*«я не бачила таких, хто покидає»*).

Важливим аспектом, що заважає волонтерити, є **матеріальні проблеми**:

- Закінчення ресурсів, які люди могли надати для підтримки волонтерів.
- Закінчення власних запасів і потреба заробляти на життя (*«використали ресурс свій, не знайшли спонсора чи однодумців, не продовжили роботу»*, *«треба їм родини годувати»*).
- Волонтер знайшов роботу, яка забирає весь його час і сили.
- Відновилось підприємство, де працював волонтер, і його покликали на роботу.



Зникнення, вирішення або пристосування до гострої проблеми, через яку людина долучилась до волонтерства (*«коли тут стало спокійніше, то повернулись до спокійного життя, роботи»*).

Емоційні причини зменшення волонтерства:

- Загальні фрази про «емоційне вигорання» і втому були в усіх групах (*«Багато хто вигорів. Це реально тяжко – бути волонтером»*).
- Накопичення особистих проблем (*«складні обставини в житті, які не дають допомагати іншим»*).
- Відчуття того, що суспільству байдужа проблема, якою опікується волонтер. Зокрема, про таку проблему говорили зоозахисники.
- Втомленість від війни (*«покидають хто зневірився, бо війна довго триває»*).

Не всі можуть витримати необхідність дивитись на людське горе (*«якщо відвідаєш дитячий будинок, я плакала 2 дні, не кожна людина зможе»*).

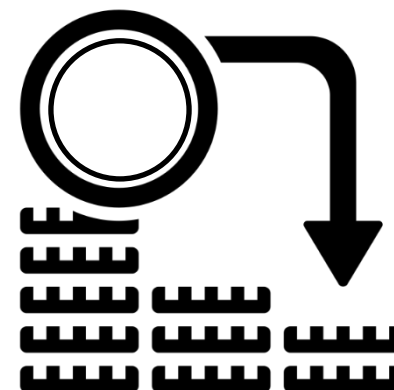
Таким людям можна підбирати менш емоційно виснажливу роботу.

Відсутність очевидних і помітних змін, яке викликає розчарування (*«зрозуміли, що не міняється, і думають про себе більше»*).

Необхідно показувати конкретні позитивні зміни від конкретної допомоги конкретної людини.

Потрібно налаштовувати людей на тривалу роботу і тривалу боротьбу.

Присутнє розуміння, що займатись волонтерством можна після того, як подбав про себе (*«а не в шкodu чи збиток великий собі»*).



Серед причин зменшення волонтерської активності називають:

- Адаптацію до умов війни (*«Психіка наша адаптувалася»*).
- Зменшення кількості людей через виїзд (*«Хтось виїхав, особливо восени 2022 року»*).
- Мобілізація чоловіків (як добровільна, так і не дуже).

Страх репресій з боку держави:

- Присутня інформація про перевірки «всіх фондів», коли через технічні помилки можна отримати значне покарання (*«Вони перевіряють зараз фактично всі благодійні фонди, організації»*).
- Розуміння, що неможливо офіційно все оформити.
- Складність бюрократії (*«ми повинні звітувати про кількість отриманих речей, їх описати треба»*).
- Волонтери знають, де і за що їх можна оштрафувати (в першу чергу, через збори на карти, але і через завезення товарів тощо).

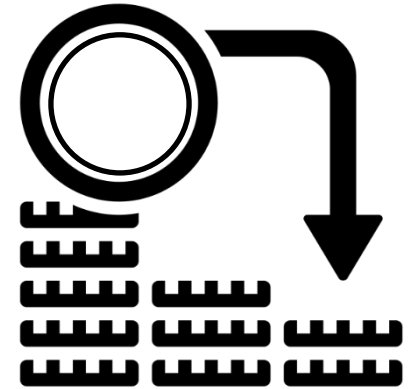


Страх перед державними органами не дозволяє багатьом волонтерам і ініціативам масштабувати власну діяльність.

Некоректна поведінка з боку реципієнтів допомоги (в першу чергу, ВПО, але іноді таке говорять і про командирів підрозділів). Найчастіше згадували, що іноді реципієнти ставляться до волонтерів як до тих, хто зобов'язаний їм щось робити. Такі отримувачі послуг мають завищені очікування і, відповідно, претензії, коли те, що можуть дати волонтери, не відповідає очікуванням (*«а люди забувають, думають їм винні всі, чому фасоль а не м'ясо»*).



Навіть розуміючи, що такі випадки є винятками, все одно волонтери відчують зниження мотивації (*«мільйон хороших історій перекриють 2-3 факти»*).



Щодо волонтерів, які ніде не працюють, а займаються лише волонтерством, теж можуть виникнути підозри з приводу того, за який кошт вони живуть.

Зникає необхідність у волонтерській роботі в напрямках, які охоплюються державою (*«структуровано держава виконує і має виконувати»*).

Від волонтерів часто вимагають виконувати функції держави навіть після того, як держава відновила свою здатність це робити. Йдеться про підтримку ВПО та часткове забезпечення військових (*«так ви ж завжди це робили, в минулому році робили, робить і далі»*).

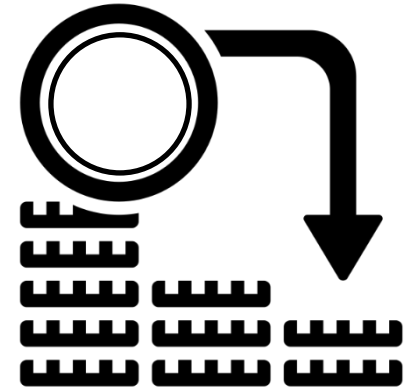
Потрібно показувати нові і нові напрямки роботи, проблеми, де держава не справляється, і де, відповідно, необхідна допомога

Є переконання, що волонтерство не може виконувати функції держави протягом тривалого часу. Відповідно, якщо держава не демонструє прагнення вирішення проблеми, у волонтерів теж можуть *«опуститись руки»*.

Відсутність або брак координації називали в усіх групах як проблему, яка знижує загальну ефективність волонтерства.

Потенційні волонтери просто не знають про всі наявні можливості, де може знадобитись їх робота (*«ти пішов поплів сітки, навіть не знають що можна піти до собачки, або поволонтерити на концерті»*).

Це похідна від слабкої поінформованості щодо можливостей.



Зменшення гостроти проблеми через часткове вирішення або через те, що з'явилися інші люди, які теж працюють над вирішенням проблеми (*«коли я побачив, що в цій сфері добавилось людей дуже багато...я повернувся до свого бізнесу»*).

В якості проблеми, яка демотивує, називають «*відсутність школи волонтерства*». Тобто знань щодо того, як працювати, як звітувати та інших знань.



Хоча навчання волонтерським активностям за підтримки різних фондів відбуваються, їх явно недостатньо.

Дуже сильним фактором зменшення допомоги волонтерам є гучні випадки розкрадання гуманітарної допомоги («*хтось не розуміє, нащо донатити, коли крадуть всі*»). Проблема особливо гостро стоїть для запорізьких волонтерів.

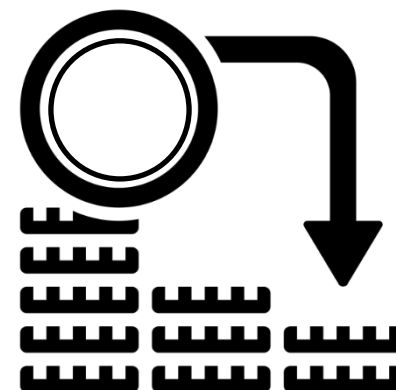


Волонтери Запоріжжя сильно потерпають після декількох скандалів щодо розкрадання гуманітарної допомоги. Внаслідок цього із запорізькими активістами і організаціями не хочуть працювати великі фонди.

Повернення ВПО, які були волонтерами, додому («*коли ситуація в Києві налагодилась, волонтерський напрям дуже просів, бо не залишилось, з ким працювати*»).

Виїзд мешканців міст далі на захід («*Наші толкові хмельничани поїхали на Захід або за кордон*»).

Коли ці два процеси відбуваються одночасно, волонтерська ініціатива має значні труднощі з існуванням і вимушена істотно згортати активності.



Волонтерські екосистеми залишаються певною мірою закритими. Називались наступні причини цього:

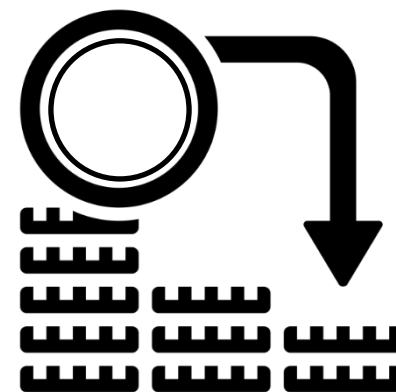
- Про роботу окремих волонтерських центрів потенційні волонтери не знають.
- У штабах створюється внутрішня емоційна обстановка, де нові люди можуть відчувати себе «зайвими».
- Нових людей не можуть фахово залучити до роботи (*«часто буває, людина приходить і не знає, що робити, не відчуває потрібною себе»*).

Потенційний волонтер соромиться підійти і запропонувати допомогу. Відповідно, необхідно створювати певні умови для залучення до роботи (*«Якби був привід якийсь, то прийшов би може»*).

Відсутність і небажання співпрацювати між організаціями, які конкурують (*«багато дрібних організацій, і кожен на себе працювати хоче»*).

Відсутність системної інформації про проблеми і потреби. Говорилось в контексті ВПО (*«у когось є конкретні цифри? Хтось порахувати може скільки ВПО в Запоріжжі?»*).

Для розвитку банально не вистачає часу, оскільки весь час зайнятий безпосередньою волонтерською роботою (*«брак ресурсу часового. Якщо ти дійсно реальний волонтер, то в тебе може не вистачати часу»*).



Такі «приводи» може створювати спеціальна організація, яка би могла фахово допомагати залучати нових людей.

Політики, які «піаряться» на волонтерській праці. Проблема присутня всюди, але в Сумах про неї розповідали найбільш активно. Декілька разів згадано ситуації, коли волонтери влаштовують заходи, а політики і представники влади приходять і фотографуються на них, видаючи це за власну роботу («у волонтера, який за свої гроші заправляв машину, за свої гроші все це робив», «А про мене ніхто навіть не згадує, або ще й заставлять звітувати»).

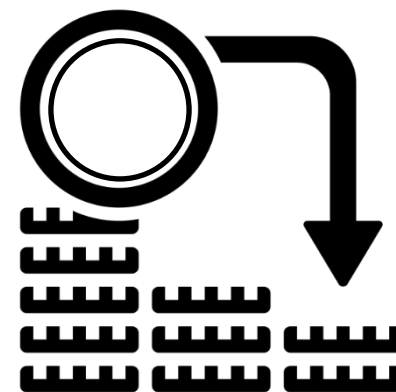
Іншою проблемою є наявність «розпіарених» місць, куди приходять забагато допомоги, в той час, як в інші місця допомоги не знаходить («немає зараз гострої потреби. Але хтось ще не зробив фотографій»).

Погіршення комунікації і транспортного сполучення між областями заважають активно зустрічатись і працювати («менше людей ризикують їздити на залізниці, втрата досвіду»).

Відсутність «толерантного ставлення» до волонтера у суспільстві. Одне згадування на проект.

Відсутність наочного результату, який би показав, що кожен волонтер працює не дарма («Багато людей, які не побачили змін тут... або не задовільнили їх»).

Відсутня «верифікація волонтера», через яку неможливо оцінити, на скільки можна довіряти тій чи іншій ініціативі.



Це теж вирішується проведенням навчальних заходів. Не лише для навчання, але і для нетворкінга між волонтерами.

Скандали, які виникають через крадіжки або навіть через чутки про крадіжки допомоги сильно підривають довіру до організацій (*«мільйон хороших історій перекривають 2-3 факти крадіжок якихось»*).

Необхідна робота з підтримки іміджу волонтерського руху як такого, яка б показувала, що якщо погані випадки і є, то це – лише виключення з загального правила.

Необхідне навчання волонтерів роботі з формування позитивного іміджу.

Ініціатива держави з оподаткування зборів лякає волонтерів (*«вся Україна збирає кошти через банки, а вони тепер оподатковувати хочуть це»*).

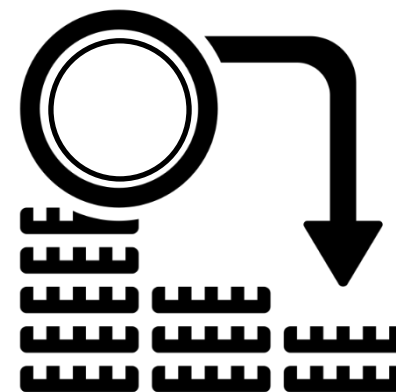
Волонтери працюють, розуміючи, що вони сильно ризикують бути покараними після війни.

Фахові юридичні консультації і правовий захист волонтерів в умовах нашої держави є дуже важливим для розвитку волонтерського руху.

Поодинокі скарги на блокування банками карток (*«бояться відкривати, бо далі що буде – не знаєш»*).

Волонтери бояться, що їх змусять займатись бюрократією і говорять, що ця бюрократія заважає працювати (*«Хочуть ці папірці, фотографії, печатки. Де гроші? Ви пропили чи на курорті сиділи? Печатки, податки. Заважає»*).

Можливо, корисною буде організація, яка би взяла на себе весь пакет юридичного оформлення волонтерської діяльності.



Збільшення **фаховості координаторів** (*«в нас мало хто вміє працювати з волонтерами»*). Ознаками «фаховості» називають емоційну стійкість (не «вигорають»), вміння поставити чіткі задачі, вміння організувати процес, вміння налагоджувати комунікацію з волонтерами.

Навчання окремих волонтерів основним навичкам як щодо безпосередньої роботи, так і навичкам залучення людей до діяльності і допомоги.

Формування «*волонтерської культури*» у суспільстві. Одні респонденти говорили, що для цього потрібне спеціальне навчання людей через ЗМІ. Інші – що для цього просто потрібен час.

Збільшення можливостей для мотивації волонтерів до участі у рухах взагалі і у кожній конкретній акції зокрема.

Загальний запит щодо збільшення «організаційної спроможності».

Потреба у приєднанні відомих людей до волонтерського руху з метою його загальної популяризації.

Запит на публічну підтримку з боку суспільства (*«Подяки, нагороди, висвітлювати в ЗМІ»*).



Потреба у тому, щоб організації відповідали запиту (*«А не як на початку. Тільки продукти, а памперсів нема»*).

Важливо, щоб демонструвались наочні приклади покращення в результаті волонтерської роботи (*«якщо робиш, то воно змінюється»*).

Покращення комунікації як всередині організацій, так і між організаціями.

Пропозиція щодо проведення заходів з налагодження комунікацій між різними волонтерськими структурами (*«треба струшувати нас разом під розумним керівництвом..., крос-платформи чи щось таке»*).

Пропозиція щодо покращення обміну інформацією між волонтерами та волонтерськими організаціями.

Із загального контексту груп можна зробити висновок, що обміну інформації заважає не відсутність технічних платформ і можливостей, а відсутність комунікації між безпосередньо волонтерами. Тож для покращення комунікації необхідно, в першу чергу, працювати над покращенням стосунків між людьми, які представляють організації.

Запит на структурування руху лунав у різних групах і різних контекстах.

Важливою є тема об'єднання у контексті розвитку. З одного боку, в усіх групах говорили про необхідність такого об'єднання або щонайменше чіткої координації. А з іншого – респонденти розповідали про числені спроби такі об'єднання і комунікаційні майданчики створити. Такі спроби призводили максимум до незначного покращення координації між різними організаціями.

За даними різних досліджень, максимально ефективно координація відбувається в рамках створення локальних проектів.





EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Якість роботи волонтерів

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

В усіх групах були люди, для яких визначити критерії якості роботи волонтерів було або дуже складно, або неможливо.

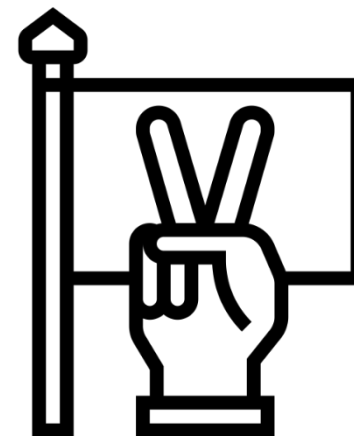
Обсяг зборів під час акцій або кампаній (*«захід вдало пройшов – ми зібрали 15-20 тисяч грн, ми свою справу зробили»*).

Скільки грошей здатна ефективно зібрати організація взагалі. Значні суми зборів говорять про довіру до організації.

Ефективність витрачання допомоги. Вона має надходити саме тим людям, які потребують, і саме та, якої потребують (*«кому передавалась продукція, наскільки вона якісна була і відповідна до того, що люди потребували»*). В якості прикладу різними респондентами наводились такі ситуації:

- Військова. Допомога має надходити в частини, які гірше забезпечені.
- Продуктова. Продукти мають виготовлятися і фасуватись так, щоб доїхати до реципієнта. Так *«для області готувати пиріжки можна, а до Бахмута вони просто не доїдуть»*.

Прозорість звітування. Ключова вимога після фаховості. Можливість переконались, що фонд витрачає ресурси саме там де треба і коли треба. Можливість легко перевірити, чи були такі витрати (*«наскільки бухгалтерія прозора і зрозуміла»*) (прим. Аналітика: йдеться, в першу чергу, про звітування перед людьми, які надають кошти, а не перед державою)



Чіткість і зрозумілість цільової аудиторії. В різних групах йшлося і про донаторів, і про реципієнтів допомоги.

Хоча волонтери явно вчать звітувати, наявність такого сильного запиту на прозорість говорить про необхідність додаткових навичок звітування.

Системність роботи. Люди постійно і передбачувано роблять корисні речі (*«постійно їздять туди, раз в тиждень, два рази в тиждень. Звідти проганяють техніку на ремонт, туди везуть допомогу»*).

Гнучкість. Здатність підлаштовуватись і вирішувати саме ті проблеми, які найбільш актуальні (*«волонтери орієнтуються в ситуації, тобто в часі на сьогоднішній день»*).

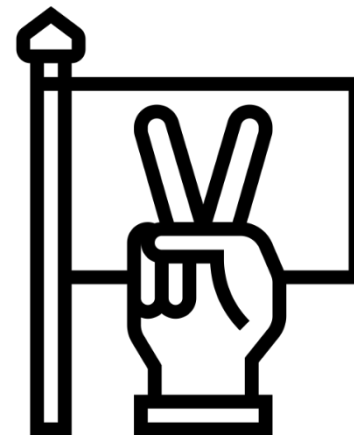
Для кожної ситуації баланс між системністю і гнучкістю різний.

Поінформованість. Вони чітко знають, що саме треба в кожен конкретний момент, і як кожен конкретну проблему вирішити (*«мониторять, де треба, і використовують свій ресурс там, де він найбільше потрібен»*).

Не лише заради фото. Лунає критика щодо значної кількості волонтерів, які приїжджають у населені пункти суто заради фото, привозячи або символічну допомогу, або туди, куди і так всі її везуть (*«біля автовокзала сфотографувались на фоні згорілого дома.. їздили більше для класних фоток»*).

Відповідність результатів роботи стратегії волонтерської організації (Прим. Аналітика: Для того, щоб цей критерій взагалі міг працювати, повинна бути стратегія. А більшість волонтерських організацій її не мають).

У більш легкому варіанті пропонували «чекліст досягнень». Так, щоб можна було чітко дивитись, чого досягли, а чого – ще ні.



Кількість врятованих життів. Говорилось у контексті закупівлі медичного обладнання замість пошуку грошей на лікування конкретних дітей, а також медичного забезпечення солдат (*«кількість воїнів врятованих, кому амуніцію чи аптечку змогли дати»*).

Задоволення самого волонтера від його роботи (*«Якщо людина на своєму місці отримує кайф»*).

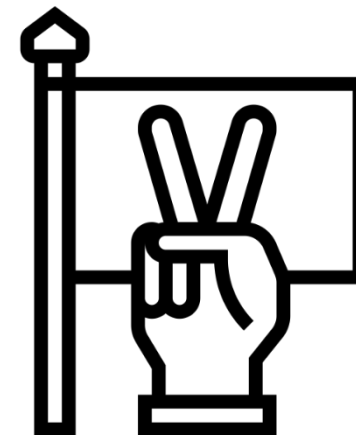
Наявність постійного потоку як нових бажаючих допомогти, так і тих, хто потребує допомоги (*«волонтери приходять частіше і частіше, тому є ефективність така»*).



Для цього необхідна **якісна інформаційна робота** (*«скільки людей дізнаються про нас», «Чим більше охват, тим краще»*).

Здатність ефективно накопичувати і витрачати ресурси.

Кваліфікація та досвід роботи волонтерів, навчання і проекти, які вони здійснили



Йшлося про внутрішню мотивацію волонтерів:

- Розуміння цінності своєї роботи.
- Прагнення допомогти людям.
- Самовдосконалення волонтерів.
- Чесність і відповідальність як волонтерів, так і організацій в цілому.
- Прагнення до комунікації з іншими людьми.

Вміння співпрацювати з владою волонтерами називалось як менш важлива здібність волонтера. Знання роботи з владою потрібне максимум для легкої координації і звітності (так, щоб не бути покараним владою).

3 позиції влади, здатність взаємодіяти з владою є важливим критерієм фаховості волонтера. Зокрема, щодо знання процедури взаємодії (*«Звертаються до нас, але не в такому обсязі, як би хотілось»*).

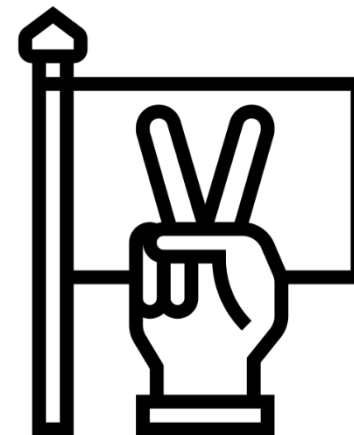
Імовірно, часто волонтери через нерозуміння процедури взаємодії з владою втрачають можливості, які б влада могла надати.

Окремі респонденти говорили, що головний критерій для них – особиста оцінка волонтером самого себе.

Практично всі критерії зводяться до наявності чіткого і конкретного результату. Тож необхідно навчати людей розуміти такий результат і його усвідомлювати.

Інші показники якості роботи волонтерів:

- Швидкість реакції на запит. Особливо важливо, коли йдеться про щось критичне, наприклад, ліки.
- Кількість задоволених реципієнтів.
- Широта контактів – як швидко може знайти кого треба.



Окремі респонденти говорили, що вже всіх в місті побачили і без всіляких критеріїв знають хто є хто (*«а все-таки півтора року... Є можливість оцінити, хто є хто»*).



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Взаємодія з владою

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

Щодо взаємодії з владою мова йшла переважно про владу місцеву. Про центральну владу респонденти згадували вкрай мало.

Скоріше за все, більшість волонтерів працює на місцевому рівні і не має великої потреби регулярно контактувати із центральною владою.

Забезпечення матеріальними ресурсами:

- Поширена допомога – надання приміщень та локацій для діяльності на пільгових умовах або безкоштовно (*«Всі приміщення під ці потреби надаються безкоштовно, державні установи, комунальні установи дають і бізнес»*).
- Залучення працівників органів влади до допомоги (*«І депутатський корпус залучений був, чергували цілодобово, авто свої давали на переміщення чи завезти переселенців», «Ми працівники Департаменту передавали через волонтерів свою допомогу»*).
- Виділення коштів (*«підтримка волонтерського руху, на останній сесії міська влада прийняла, кошти виділяти будуть»*).
- Надання підтримки через гранти на конкурсній основі (такі гранти названо ще й способом надати підтримку відносно новим організаціям – отримавши перший досвід у грантовому конкурсі місцевої влади, вони вже можуть подаватись на конкурси великих донорських організацій).
- Допомога харчуванням та іншими матеріальними ресурсами.



Пролунало твердження про те, що у влади більше ресурсів, тому вони можуть здійснювати (або допомагати здійснювати) набагато більш масштабні проекти.

Одна скарга на те, що влада спочатку надавала допомогу людьми та приміщенням, а потім припинила (*«Певний час допомагали, але потім вже все, зникли. І тепер шукайте і платіть за все самі»*).

Забезпечення обміну інформацією:

- Скерування осіб, які потребують допомоги, до волонтерів, а волонтерів – до тих, кому потрібна допомога (*«я сама як представник влади ... самі виловлюємо, куди людей направити», «влада їм підказувала, що ота сім'я, оця сім'я. Тобто в них була співпраця»*).
- Розміщення інформації про можливості від волонтерів на інформаційних ресурсах влади (*«якщо десь бачимо ініціативу в інтернеті, ми на молодь орієнтовані, то намагаємось доносити в наших соцмережах»* - теза з групи представників влади).
- Допомога волонтерам зі збором важливої інформації (*«інформацією допомагають, збирати, скільки ВПО, потреби їх, вразливі категорії»*).
- Збір інформації про потреби волонтерів та оповіщення (*«оповіщення миттєве і потреби, що треба – опитування провели і т.д.»*).

У різних групах лунали поодинокі твердження про те, що ніякої допомоги чи сприяння від влади не помітили.

Зазначено, що стало більше «незаважання ініціативам» з боку влади (окремі, не масові твердження).



Організаційна підтримка:

- Сприяння домовленостям про підтримку (*«Сприяють, говорять з підприємцями, рада підприємців, міський голова там сам сприяє, передає»*).
- Координаційні ради та інші взаємодії (*«Треба мережу, робочу групу створити, додати з влади когось – ок, давайте зробимо»*).
- Забезпечення спецперепустками (*«Це єдине – що допомагали нам менше часу на блокпостах витратити»*).
- Загальна підтримка ініціатив.
- Стратегування із залученням волонтерів (*«здійснюється з економічним аналізом, серйозні люди роблять, волонтери доєднуються до цих груп»*).
- Сприяння залученню крупних донорів (*«відкрита позиція, меморандум, зустріч, контакти волонтерів, преса, все окей. Мені подобається як вони стали працювати»*).
- Розподіл гуманітарної допомоги (*«Я точно знаю, що оця гуманітарна допомога, вона іде через владу»*).

Пролунала думка про те, що волонтери «закривають» ті питання, які мала би вирішувати влада, але з певних причин їй це не вдається (*«громадськість закриває ту потребу, яку не може виконувати місцева структура»*).

Інші позитивні приклади роботи:

- Проведення благодійних ярмарків тощо (*«організують заходи, де кошти збирають, ярмарки під міською радою на потреби ЗСУ»*).
- Обмеження допуску волонтерів до небезпечних місць (*«намагаємось не допускати волонтерів на місце прильоту, щоб не допустити більше жертв»*).



Зазначено, що після того, як волонтери «зняли гостроту» питання, на владу лягає необхідність налагоджувати системне вирішення (*«На початку ж в школах селили, а потім їм якось жити треба й інше. Це на місцеву владу лягло»*).

Про позитивні приклади взаємодії з владою у всіх групах говорили відчутно менше, ніж про негативні. Особливо спонтанно.

У деяких групах виникали дискусії щодо того, чи має право влада користуватись допомогою волонтерів на безкоштовній основі постійно (на аргумент *«Людина надала послугу. Вона має за це отримати кошти»* наведено контаргумент *«Так вони самі погоджувалися»*).

Деякі види допомоги владі надто складно отримати через бюрократичні процедури. У Сумах наведено приклад, коли «на допомогу» приходить громадська організація: зокрема, благодійний фонд дає кошти на ремонт школи не управлінню освіти, а саме ГО як субпідряднику (*«можна зробити через ГО без тендеру, тобто ... можна напряму отримати благодійну допомогу»*).

Зазначено, що, з одного боку, це значно полегшує і прискорює надання допомоги, з іншого – є питання щодо надійності громадської організації, а також корупційних ризиків.



Як і у випадку з позитивними аспектами, щодо взаємодії з владою мова йшла переважно про владу місцеву. Про центральну владу респонденти згадували дуже мало.

Репутаційні аспекти:

- Чутки навколо розкрадання гуманітарної допомоги (*«Влада дискредитувала наше місто цим розкраданням: волонтери, ми постраждали»*).
- Прагнення чиновників до «політичних ігор» та самопіару за рахунок волонтерів (*«Їх цікавить, чи буде представник влади згаданий, присутній, щоб отримати політичні бонуси», «оцей постійний самопіар – він до ікоти противний», «В більшості своєму вони просто прилипали»*).
- Ризик співпраці з владою – «втягування у політику» (*«Щоб отримати ресурс певний треба відео зняти, а потім ти попав у передвиборчу агітацію одного кандидата»*). Тим, хто «засвітився» у одній з партій, інші підтримки не нададуть.
- Загальна недовіра до влади (*«Довіри до країни в людей немає, починалось на 3 місяці а затягнулось»*).
- Місцевих політиків і чиновників не знають (згадано як показник їхньої неефективності).

Про чутки щодо розкрадання представниками влади гуманітарної допомоги інколи говорять як про те, що спричиняє більше шкоди, ніж безпосередньо розкрадання.

Як один з неприємних наслідків у різних групах названо ускладнення бюрократичних механізмів (*«А волонтеру тяжче дихати, бо хтось вкрав, а ти ще на два папери більше маєш зробити»*).

Особливо болючою проблема є для волонтерів Запоріжжя, де через такі чутки істотно ускладнився доступ до отримання допомоги (*«Донори, фонди кажуть «у вас крадуть, не дамо – доказуйте, що не крадете»*).

Репутаційні аспекти чи не найбільше дратують і провокують волонтерів дистанціюватись від влади.

Контроль і звітність:

- Намагання оподаткувати збори коштів (*«вся Україна збирає кошти через банки, а вони тепер оподатковувати хочуть це», «ці картки/банки, бояться відкривати бо далі що буде не знаєш»*).
- Не кожному волонтеру під силу розібратись із питаннями звітності.
- Надмірні перевірки контролюючими органами (*«волонтери за особисті кошти приганяли машини, віддавали на потреби ЗСУ, а потім до них приходять перевірки, контролюючі органи»*).
- Примус до звітування про добровільну діяльність – скарга на міністерство освіти від представників місцевої влади (*«прийшов контроль ... на всі громади, щодо таблички: скільки волонтерства, якого формату, для кого було надано за період військових дій»*).
- Надмірна зарегульованість перевантажує, унеможлиблює роботу (*«Люди й так купу часу віддають, волонтерять, а тут навантаження ще у вигляді проблем, звітність, облік, картки»*).
- Проблеми із розмитненням під час ввезення допомоги.
- Проблеми із отриманням перепусток у прифронтові зони.



Велике незадоволення і відчуття несправедливості провокують намагання влади оподатковувати або вимагати звітів щодо допомоги, яку зібрали від людей без жодного сприяння влади.



«Державне волонтерство» (немасові скарги):

- Участь у волонтерстві влада замінює виконання своєї безпосередньої роботи (*«коли дзвониш як громадянка у міськраду по робочих питаннях, а тобі послугу надати не можуть, бо кажуть «ми волонтеримо»*).
- Підтримка надається створеній владою волонтерській організації, а решта організацій такої допомоги не має.
- «Примусові збори» з працівників комунальної сфери (*«Такими методами воно відбиває бажання волонтерити»*).
- Конкуренція депутатів та інших місцевих політиків із волонтерами за вплив на людей (*«депутати самі тепер волонтери, вручають коробки, фотки, пости в Фейсбук – він молодець»*).

Бюрократія та корупція:

- Корупція – фактор, який стримує і демотивує волонтерську активність (*«Більшість сидить: або схематози, або людина-функція, команди якісь»*).
- Імітація боротьби із корупцією додає проблем (*«ми на кожен випадок корупції створюємо якісь регулюючі моменти, які ускладнюють життя»*).
- Через корупційні схеми до волонтерів не доходять кошти, які, на думку волонтерів, виділяються (*«Кошти виділяють, розповідають, як класно. А їх як не було, так і немає»*).
- Правила, які створює держава, не завжди працюють.
- Немає надійного захисту від шахраїв (*«багато грошей пішли нікуди. ... А чи не є таким самим шахраєм держава тоді?»*).
- Занадто складні тендерні процедури.
- Влада не надає пояснень щодо своїх рішень, навіть коли надсилають запит в установленому порядку.
- Відсутність прозорості влади загалом (*«а місто – ні, тут не прозоро все, і треба ще тиснути кількісно»*).

Бездіяльність влади демотивує волонтерів (*«якщо держава працювати не хоче, то чому я повинен?»*).



Координація:

- Координаційні ради створюються, але не працюють (*«скільки координаційних рад знаю при міській раді, жодного разу не було результату від них»*).
- Відсутність сприяння і координації взагалі (*«думали, влада допоможе більше, а вона сказала «добре, робіть»*).
- Влада *«ставить палки в колеса»*, *«крила підрізає і піджимає скрізь»* - різні загальні твердження майже у всіх групах.
- Координація є, але працює дуже повільно.
- Перекладання відповідальності на волонтерів (наприклад, за зберігання допомоги).
- Нерозуміння важливості і несприйняття владою волонтерства.
- Влада не виконує навіть своїх функцій (*«Коли вода зійшла, треба організувати на прибирання пляжів, а цього не зробили»*).

Ресурси:

- Систематичне використання владою волонтерів як безкоштовного ресурсу для того, щоби виконувати роботу влади.
- Відмова влади допомагати тим, чим вона би могла допомогти. Наприклад, надати приміщення.
- Влада обіцяла дати кошти волонтерам на утримання приміщень, але не дала (хоча, волонтери упевнені, що їх було виділено) (*«куди пішли кошти – не зрозуміло»*).
- Влада не допомагає шелтерам, де живуть ВПО, зокрема, щодо оплати комунальних послуг (*«Допомога шелтерам і фото на їх відкритті, це чистий піар»*).

Інше:

- Ті, хто у владі працює погано, ненавидить волонтерів, які працюють краще – у таких волонтерах вбачають конкурентів.
- Дотепер не розслідувано справу із розкраданням гуманітарної допомоги, не покарані винні (*«влада в Україні і Запоріжжі не виконує нічого»*).



У більшості груп часто лунали тези на кшталт *«Владу ображати не хочеться, але волонтерство набагато більше допомагає владі, ніж влада волонтерам»*.

Загальна оцінка влади – більше негативна. Про позитивні ознаки респонденти говорять значно менше, аніж про негативні. Окремі респонденти перевірок і санкцій з боку влади бояться більше, аніж ворога. Відповідно потрібна велика робота як по налагодженню комунікації, так і по просуванню нових, інших правил взаємодії влади з волонтерами.

Запит на підтримку від влади у волонтерів є досить потужним («*допомога влади, не буде розвитку очікуваного без цього*»).

Через те, що волонтери стикались із негативними проявами діяльності влади у їх сферах, найчастіше лунає запит: *щоби влада не заважала («тут важливо щоб не заважали – це вже підтримка буде»).*

Законодавчі ініціативи для стимулювання волонтерів:

- Надання вихідних, відгулів тощо за дні волонтерства.
- Зарахування періоду волонтерської діяльності до трудового стажу.
- Пільги на вступ до навчальних закладів підліткам-волонтерам.
- Додаткові бали, які є корисними, наприклад, для вступу на держслужбу («*бонуси за статус волонтерства*»).
- Податкові пільги.
- Чіткі і прозорі умови обліку, звітування та інших процедур контролю. Певне спрощення процедур.
- Прозорість щодо судових рішень, покарання за недобросовісність.
- «*Кожна ФОП може спрямувати 2% від податків своїх не державі, а ... волонтерській ініціативі*».

Лунали декілька тез про те, що волонтери «закривають» гострі питання, які зазвичай вирішує держава. Тому, передусім, влада має сама працювати так, щоби волонтери були непотрібними («*Нехай виконують роботу, що передбачена законодавством. І виконують її гарно. І більше нічого не потрібно*»).

Висловлено пересторогу щодо пільг: це може провокувати корупцію.

Ідею щодо бонусів за волонтерство пропонують дослідити на прикладі США.



Матеріальні ресурси:

- Приміщення, оплата комунальних платежів (досить розповсюджений запит, який лунав у різних групах).
- Допомога з логістикою.
- Закупка обладнання, послуги з його ремонту.

Пролунала одна пересторога щодо надання приміщень («*Але тут також є ті, хто отримують гарні місця за копійки і нічого не роблять*»).

Робота з інформацією:

- У декількох групах пролунав запит на інформаційну платформу для отримання актуальної інформації (*«Не вистачає інформації. Самі шукаємо, що почули»*).
- Допомога із доступом до каналів розповсюдження інформації, зокрема, газет (*«навіть місцеві газети не завжди відкриті щоб надрукувати інформацію про захід»*). Розміщення інформації про діяльність волонтерів на сайтах влади.
- Проведення різноманітних навчань за дуже широким переліком напрямів – від підготовки звітності до протидії вигоранню (*«відділи освіти, молоді можуть організовувати якісь навчання, по написанню проектних заявок, по лідерству»*).
- Пропагування, реклама та всіляка інформаційна підтримка волонтерства, у тому числі запровадження відповідного компоненту в шкільні програми (*«В школах мають розповідати про це, в ВНЗ, не окрема спеціальність але говорити про це»*).

Під інформаційною платформою мається на увазі як певний майданчик для взаємодії волонтерів із владою, так і зібрані в один ресурс актуальні можливості для потенційних волонтерів, які шукають, де вони можуть бути корисними.

Пролунали тези, що в інформаційній сфері волонтери також готові працювати, але хочуть бачити зацікавленість держави (*«треба запит, бачити зацікавленість від держави»*).



Дискусійне питання щодо підтримки волонтерів виплатами, пільгами тощо. З одного боку, це є справедливим і важливим для забезпечення життя волонтера і його родини (*«Є багато благодійних фондів, які професійно зареєстровані, люди працюють, вони залишають собі відсоток на покриття своєї діяльності. Це передбачено законом»*). З іншого – серед респондентів присутня думка, що волонтерство, за яке щось дають (гроші, пільги тощо) – це не від душі (*«Якщо ми кажемо про зарплату, роботу і все інше, то це вже бізнес»*).

Ідея: провести дебати з цієї тематики.

Організаційне сприяння:

- Надання допомоги щодо звітування (забезпечення послугами юриста, бухгалтера тощо).
- Залучення бізнесу до допомоги волонтерам (*«От міська рада Запоріжжя, всі заводи й інші вхожі туди. Чого так само не використовуються?»*).
- Спрощення процедури виїзду за кордон.
- *«Запрошувати волонтерів на засідання і знайомство з донорами»*.
- Сприяння у виході на міжнародний рівень (*«Я ж приватна особа і поговорити з мером Брюсселя не можу, а мер може і мою думку донести туди»*).
- Верифікація волонтерів (*«посвідчення певне міста/області, і це зелене світло на заходах певних і т.д.»*).

Різне:

- Підтримка волонтерів загалом, більше уваги до них.
- Більше залучатись до волонтерства (*«А в цивілізованих державах держава безпосередньо приймає участь у волонтерстві»*).
- Прояви вдячності до волонтерів.



Щодо подяк волонтерам думки респондентів розділились. З одного боку, лунали тези про те, що для волонтерів подяки і грамоти є важливими, з іншого – було сказано про те, що ідея таких подяк дискредитована (*«з тим принципом, як і кого нагороджують, нормальний реальний волонтер, навпаки, скаже «мені ваша грамота не потрібна»*).



Не варто недооцінювати важливість такої категорії як підтримка і увага (при всій їх абстрактності). Передусім, це про нематеріальне. Адже волонтери – це за визначенням ті, хто має нефінансові мотиви діяльності, а отже їх мотивація та демотивація можуть істотно залежати саме від емоційних, нематеріальних аспектів.

Пролунали наступні твердження про те, що варто мати або робити сторонам для покращення взаємодії.

Волонтери:

- Надання звернень, щоби відповідальна і зацікавлена у допомозі особа в органі влади мала обґрунтування ініціативи (*«Щоб не одноосібно самі придумали таке собі»*).
- Чітке розуміння того, що саме потрібно від влади (*«спільну мову можна знайти з ДСНС і поліцією якщо донесеш навіщо»*).
- Наполегливість (*«ми маємо стукати, щоб вони двері відкривали й вирішували питання складні з волонтерами»*).
- Ініціативність загалом (*«Ініціатива має рости знизу наверх»*).
- Створення комунікаційних майданчиків (наприклад, у форматі онлайн-платформ чи чатів), які би об'єднували представників влади і волонтерів.

Влада:

- Більш якісне виконання законів.
- Забезпечення наявності ресурсів.
- Розвиток відповідним чином своєї структури.
- Сприяння знайомству та об'єднанню волонтерів (*«От волонтер пішов зареєструвався, і влада має сказати «ось, волонтер, знайомтесь»*).
- Зацікавленість не лише у піарі, а у реальному вирішенні проблем.



Як проблемний момент згадано те, що не всі волонтери мають достатньо досвіду і зв'язків для налагодження взаємодії з владою.

Одне твердження про те, що інколи владі для взаємодії із військовими посередники не потрібні (*«багато кейсів знаю, що у зв'язці «військові – влада» це набагато більш швидко робилось»*).

У всіх групах так чи інакше лунала теза про те, що більш ефективним волонтерство може бути за умови налагодження співпраці між волонтерами, владою та бізнесом (*«Я один нічого не зроблю, а колаборація людей – зробимо прекрасний результат. Бізнес, урядові й волонтери»*).

Найбільш часто згадуваною формою взаємодії є своєрідний комунікаційний онлайн-майданчик між трьома згаданими секторами.

Також висловлено і потребу в офлайн-заходах, на які збирались би представники влади, бізнесу і волонтерів.



Названо можливості, які би покращила робота комунікаційного майданчика:

- Координація зусиль і рівномірний їх розподіл (*«щоб, наприклад, волонтери не паралелили себе по тому ж Тростянцу»*).
- Адекватний розподіл допомоги відповідно до потреб (*«в плані цільової координації, що кому куди конкретно треба»*).
- Обмін актуальною інформацією (*«або якийсь реєстр, але актуальний, або через сайт наш розміщення. Щоб можна було побачити, хто що може надати»*).
- Знаходження «потенціальних роботодавців і клієнтів».
- Можливість реалізації проектів, до яких вимагається залучення всіх трьох секторів (*«треба була присутність влади в схемі всій, бо донор з бізнесом працювати не хотів»*).
- Обмін досвідом.

Присутній немасовий, але запит на те, щоби об'єднувались волонтери не лише з одного міста, а максимально різні (*«це повинні бути з різних міст, з різних країн, щоб обов'язково були різношерстні»*, *«Я приїжджаю в інші міста, Я веду розмову про свій бізнес, і я знаю точно, що я надихаю по своїй роботі. Я хочу десь також черпати»*).

Обмін інформацією не має відбуватись у форматі обов'язкової звітності владі – це сприйматиметься вкрай негативно.

Проблемні моменти втілення ініціативи:

- Недовіра до ініціативи. Зокрема, через участь там влади («А який буде ступінь довіри? Просто якщо влада, то однозначно буде нагородження непричетних»).
- Ніхто не хоче брати на себе організаційні питання («Громадська організація не хоче, типу «А чому ми будемо бюрократією займатись?», державна інституція починає говорити «Та задовбали вони своїми ініціативами»).
- У кожному з секторів є свої механізми взаємодії учасників між собою («кожен сам у собі») і не всі виходять за їх межі.
- Конкуренція між самими волонтерами.
- Не всі хочуть, щоби їх було видно.
- Є ризик, що влада використає інших на свою користь («Хотіли, щоб усі потреби влади бізнес і волонтери порішали. А всі б думали, що це влада вирішила»).
- Відсутність чіткого розуміння, навіщо це потрібно (передусім, у деяких представників бізнесу).
- Майданчик може перетворитись на «говорильню» («виникне бажання на впливання прийняття рішень, лобізм піде» - теза з групи представників влади).
- Багато ризиків загалом («він потрібен, але ризиків досить багато»).

Попри проблемні моменти, варто все ж проаналізувати можливість втілення проекту з розбудови комунікаційного майданчика між трьома секторами.



Через проблемні моменти чимало респондентів назвали ідею створення такого майданчика фактично нереальною («не всі туди виступлять, тому що багато питань»).

Дуже ймовірно, що багато учасників долучились би до такого майданчику, якщо би побачили, що ця ініціатива справді працює.



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Взаємодія з бізнесом

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

У всіх групах у контексті сприяння волонтерству про бізнес відгукувались набагато краще, ніж про владу («Бізнес більше, ніж влада допомагає», «Наші донати – круто, але без бізнесу не вдались би»).



Одна з причин цього – менша забюрократизованість бізнесу («Співпраця з бізнесом легша і гнучкіша, легкі й швидкі рішення, не треба 7 кіл пекла проходити. Органи влади ще щось мати хочуть від чогось», «Бізнес закриває будь-які потреби, це гнучка система як і волонтери»).

Дуже позитивно згадано тих бізнесменів, які повернулись після 24 лютого захищати місто зі зброєю в руках (йшлося про Суми).

Представники бізнесу допомагають, не вимагаючи якихось бонусів для себе («бізнес намагається допомогти, не маючи на меті отримати бонус чи рекламу»).

Лунали поодинокі згадування про співпрацю бізнесу і влади («влада їм підказувала, що ота сім'я, оця сім'я. Тобто в них була співпраця»).

Дехто в бізнесі навіть не афішує свою допомогу. Інколи просто не хоче, інколи – через побоювання зіпсувати репутацію («світитись не стали, бо в нас це як піар сприймають»)

Це сприймається із великою повагою і вигідно відрізняє таких представників бізнесу від представників влади в очах волонтерів («Є такі, в них палає – і допоможе просто так. І не буде вимагати кланятись йому і відмічати»).

З точки зору популяризації волонтерства серед бізнесу все ж варто пояснювати, що розповідати про добрі справи – це нормально.



Варіанти залучення бізнесу до волонтерства, які було названо:

- Ініціювання надання допомоги, сприяння втілення в життя певних волонтерських ініціатив.
- Логістика («вони машину й паливо, а ви вже там забивайте машину чимось», «був власний логістичний центр відкритий»).
- Надання приміщень безоплатно або майже безоплатно.
- Закупівля, надання різноманітних товарів для допомоги («закуповують авто, турнікети, це є переконання», «фермери фурами харчування передавали»).
- Донати грошима («вони постійно 20% прибутку на різні активності наші чи інших фондів направляють»).
- Навчання волонтерів, допомога консультуванням («є компанії, у яких налогооджені бізнес-системи, і вони надають їх, і перенести можна на волонтерські структури»).
- Організація і забезпечення (у тому числі спонсорство) заходів, оплата послуг, харчування (наприклад, відпочинок, медичне обслуговування, свята тощо для ВПО, готування їжі, ремонт автівок для військових).
- Створення власних фондів для допомоги (згадано у контексті досвіду взаємодії з нечесними волонтерами, через яких знижено довіру до «сторонніх» волонтерів загалом).

На групах було сказано, що частіше допомагає дрібний і середній бізнес. *Прим. Модератора: це не означає, що великий бізнес стоїть осторонь (великі волонтерські проекти великого бізнесу згадували як приклади волонтерства). У даному випадку мова скоріше про те, що місцеві волонтери більше співпрацюють з локальним бізнесом, що є цілком логічним.*

Декілька згадувань про те, що останнім часом від бізнесу скоріше можна отримати товари, послуги, але не гроші. Це, за відгуками волонтерів, які про це згадали, цілком зручно.



Декілька тверджень про те, що із малим бізнесом легше працювати, ніж із великим («З великим, якщо мережі великі, то довго і нудно. А з малим домовились, поговорили – і все»).



У кожному місті згадано конкретні назви локальних бізнесів, які допомагають.

У деяких групах не одразу згадали, що можна сказати про проблеми взаємодії волонтерів і бізнесу.

Згадано наступні проблеми взаємодії:

- Не всі волонтери знають, де і як знайти допомогу від бізнесу.
- Не на всіх волонтерів у бізнесу вистачає ресурсів (*«Головна проблема – хтось комусь вже допомагає»*).
- Бізнес може використати волонтерів для піару (немасове твердження) (*«деякі бізнесмени дуже люблять світитись, вони розуміють цей соціальний піар»*).
- Надаючи підтримку, бізнес може забагато вимагати для себе (*«є такі, які будуть вимагати ледь не літак з банером за копійчину від себе»*).
- Певні обмеження щодо співпраці з волонтерами можуть накладати на бізнес його інвестори, власники тощо (*«їм це майданчики не завжди підходять, враховуючи їх корпоративну політику»*). І не всі хочуть бути прозорими.
- Деякі бізнеси дуже забюрократизовані, що унеможливорює співпрацю (*«От мережа АТБ – то ти не можеш з ними безкоштовно співпрацювати, тобі не такий звіт звичайний треба, і юрист, і бухгалтер. Це вже не волонтерство»*).
- Бізнес і сам має фінансові, бюрократичні та інші труднощі.
- Не всі формати та напрями допомоги для бізнесу є цікавими.

Якби бізнес більше афішував свою допомогу волонтерам, останнім було би простіше знаходити бізнес і звертатись по допомогу.



Ситуації, коли бізнес відмовив, схильні сприймати із розумінням (*«одні волонтери кажуть «це бізнес поганий, ми більше не прийдемо до них. А, можливо, комунікація погана або бізнес вже поміг комусь і зараз не в ресурсі»*).

Специфічна для конкретного регіону, але дуже болюча проблема: у Запоріжжі бізнесу деякі банки та інші установи блокують рахунки, оскільки в їхніх базах Запорізька область вважається окупованою територією (без виділення окремо неокупованої частини)

Від бізнесу хотіли би отримувати переважно приміщення та іншу матеріальну допомогу (*«провести захід у кав'ярні, надати продукцію, воду для ВПО чи ще щось»*).

Окремі твердження про те, що сприяти налагодженню співпраці між волонтерами і бізнесом може влада (*«Умови створювати – це корупція вже, але просто на відносинах таких людських можна»*).

В якості прикладу такого сприяння також було запропоновано створення місцевою владою фонду громади, куди бізнес спрямовував би добровільні пожертви.

Інший аспект допомоги влади – створення сприятливих умов для бізнесу, щоб той розвивався і мав більше ресурсів для допомоги волонтерам.

Побажання до влади повернути податкові та інші пільги для бізнесу, який допомагає волонтерам.

Ідеї співпраці з бізнесом варто **поширювати на широкий загал**:

- Волонтери мають розповідати, хто їм допоміг (хоч це і актуально не для кожного бізнесу) (*«Це мова хорошого тону, розказати, хто допоміг. Наступного разу бізнесу буде приємно, що ти виокремив їх, і підтримають знов»*).
- Більш активно, цікаво та креативно висвітлювати позитивні приклади і можливості співпраці.



Учасники дискусії багато говорили про те, що **до такої аудиторії як бізнес потрібен певний підхід**:

- Волонтери, які йдуть до бізнесу із пропозиціями співпраці, мають чітко доносити цілі, план діяльності та інші аспекти проекту, для якого вони хочуть знайти підтримку (*«Бізнес любить коли все чітко, послідовно, логічно», «Бізнес хоче, щоб його ресурси тратились ефективно»*).
- Треба вміти гарно «продати» бізнесу – мова про нестандартні ідеї та креативні підходи.
- Відмовитись від намагань щось вимагати від бізнесу (*«Деякі волонтери вважають, що їм бізнес повинен щось. Таке буває, це неправильно»*).
- Мають «горіти очі» (*«Людина заходить в двері. Я просто бачу вже чим це закінчиться»*) – бізнесмен про тих, хто приходить до нього домовлятися щодо допомоги.
- Максимально чітке і прозоре звітування волонтерів про використання допомоги, отриманої від бізнесу (*«Звітність волонтерів: бізнес любить витрати рахувати. І щоб допомога точково доходила. І розуміння, куди пішла допомога»*).

У різних групах говорили про те, що варто більш активно **налагоджувати комунікацію** не лише із бізнесом, але і взагалі між різними секторами. А також всередині волонтерської спільноти:

- Влаштовувати спільні заходи, майданчики взаємодії.
- Налаштовувати зворотній зв'язок між секторами (*«треба опитування проводити як ви робите, на регулярній основі, зворотній зв'язок, слухати нас»*).
- Волонтерам обмінюватись досвідом співпраці з бізнесом (*«обмінюватись досвідом, контактами волонтерам, щоб знали, до кого йти можна»*).

Представники бізнесу говорять про те, що їм прозвітувати зазвичай набагато складніше, ніж міжнародному фонду (*«Донори закордонні, вони знають, в голові сформували «я даю туди гроші», назад якийсь звіт получили, прочитали. А бізнес може ще поїхати і перевірити. Тому бізнес незручний»*).



Було би доречно доносити вимоги бізнесу до волонтерів, навчати волонтерів співпраці з бізнесом на тренінгових заходах.



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

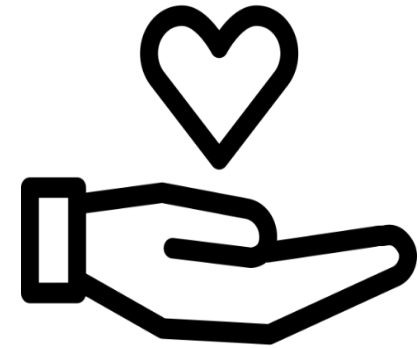
Взаємодія з іншими структурами

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

Про фонди і донорів, як закордонних, так і українських лунало чимало і спонтанних згадувань.

Позитивні аспекти щодо роботи із донорами, які було згадано:

- Донори дають кошти, хоч це і вимагає і неабияких зусиль (*«потік коштів в принципі стабільний, але знов таки – свої зусилля до поширення приділяємо великі»*).
- Є нормальна робота із великими фондами (*«З Юнісеф у нас договір був, вони, фонд і клініка. Ніяких проблем, тільки трохи фінансування затримувалось, але не суттєво»*).
- Спрощення механізмів налагодження роботи (*«до війни щоб подати грантову заявку доводилось три папки великих робити... А зараз – навпаки, це простіше»*).
- Наведено приклади того, як донори співпрацюють щодо ремонту шкіл, обладнання укриттів та інших важливих масштабних проектів не напряду з владою, а через громадські організації або напряду із виконавцями (*«укладали цивільні угоди з педагогами і психологами»*).
- Спрощуючи свою логістику, донори допомагають підтримувати українську економіку (*«Ті фонди благодійні, які формують продуктові набори, залучають 70% деє виробництва України, місцевого, щоб економіка не впала»*).
- Донори підтримують великі програми психологічної допомоги волонтерам.



Загальне сприйняття донорських структур є позитивним. Протягом дискусій у різних містах згадували чимало прикладів конструктивної співпраці із донорами.

Лунали поодинокі тези про те, що всередині країни потенціал допомоги від благодійників вже вичерпано, слід розраховувати лише на закордонних донорів.

Специфіка процедур та вимог донорів:

- Нерідко донори погоджуються працювати лише з тими благодійними фондами, хто вже має чималий досвід (*«фонд має не менше 3 років благодійністю займатись, але в нас багато фондів які почали роботу саме зараз»*).
- Міжнародні донори не хочуть співпрацювати з владою, а лише напяму з реципієнтами (*«Міжнародні фонди і гранти, вони взагалі відсторонюються, якщо це з владою напяму»*).
- Знизилась довіра донорів до волонтерів через скандали щодо порушень з боку місцевої влади (*«відношення міжнародних організацій до нашого регіону також - вони дуже прискіпливі стали»*) – відчутна проблема для Запоріжжя.
- Робота із міжнародними фондами загалом є більш складною.
- «Новачкам» непросто залучитись і співпрацювати (*«Хто не має досвіду й історії, їм важко витримати цей іспит», «Спочатку 70% своїх грошей вкладаєш, потім менше. Це треба час»*).
- Не всі іноземні донори можуть «завести» гроші до Запоріжжя, оскільки їх банки вважають місто окупованим (*«Якісь свої карти в них, де Запоріжжя ніби окуповане чи щось таке»*).



Різне:

- Обсяги фінансування від донорів знизились.
- Донорської підтримки волонтерів мало (*«Допомагають, але могли б більше, думаю»*).
- Великі донори звикли працювати у країнах, де люди є менш розвиненими. Не враховується і менталітет українців.

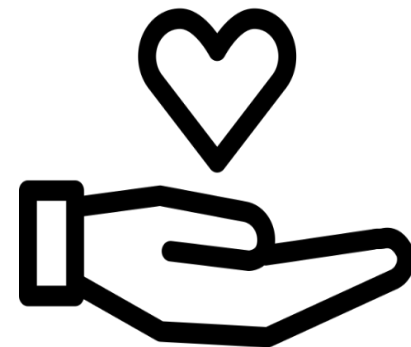
«Незакриття» певних потреб:

- Міжнародні фонди зазвичай не допомагають волонтерам, які забезпечують військових (*«міжнародні фонди більше на цивільне населення, по військовим важче з ними»*).
- Не завжди проекти донорів щодо допомоги є актуальними, але донори не завжди проявляють гнучкість (*«Це як два потяги, які поїхали, а вони добігають»*, *«Вони понадавали купу їжі, її люди продають, бо вони не можуть її з'їсти і хочуть трохи заробити»*).
- Донори не хочуть фінансувати великі проекти у прифронтових містах (*«попросити реабілітаційний центр ми не можемо, гроші не дадуть, бо «розбомблять вас»*).

Волонтери сказали, що для допомоги військовим краще розраховувати не на фонди, а на бізнес (*«По військовим – то треба на великі бізнеси орієнтуватись, хто зацікавлений, щоб їх бізнес не пошкодили»*).

Представники влади у Сумах розповіли, що до них донори звертались по інформацію щодо потреб цільової аудиторії та контакти тих, кому потрібна допомога. Але в жодному разі не хотіли асоціюватись *«з політичною силою чи депутатом по округу, чи з міською радою»*.

Тільки переконавшись у можливості прозоро працювати із місцевою владою, донори погоджуються на співпрацю (*«Коли вони побачили відкритість цього, що ми відкриті до них, що ось – будь ласка, кожна сім'я, то хочу сказати, що збільшилась даже і допомога»*).



Теза про «обережність» донорів щодо співпраці із організаціями, дотичними до влади, підтверджується і досвідом із Запорізьких груп, де влада дискредитована через інформацію про розкрадання гуманітарної допомоги.

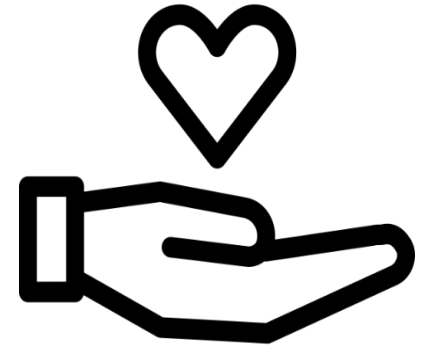
У певних моментах (наприклад, небажання взаємодіяти із владою) донорів як мінімум розуміють. У певних – розуміння менше. Або є емоційна реакція. Наприклад, як велика несправедливість сприймається віднесення Запоріжжя до окупованої території.

Для волонтерів:

- Чітке і прозоре звітування, відкритість (*«у нас є донори, з якими досі працюємо, не сумніваються в нашій порядності, ми відкриті»*).
- Зрозумілі, обгрунтовані і конкретні запити (*«Якщо у нас 560 сімей, то вони реагують нормально, бо розуміють, що це реальні цифри, реальні сім'ї»*).
- Об'єднання волонтерів у більш масштабні та сталі організації, яким довірятимуть донори.
- Знаходити нові донорські організації, які тільки розпочинають роботу у місті (*«вони не знають про середовище наше, і ти знаходиш спонсора на те, що робив на волонтерських засадах»*).

Для донорів:

- Урахувати у програмах підтримки реальні можливості волонтерів (*«деякі люди заправити авто навіть не можуть, макарони й мука в цьому не допоможе», «Коробки отримали й робіть що хочете. А як доставити їх зі Львова до Запоріжжя – це ваше питання вже»*).
- Варто бути більш гнучкими і оперативно змінювати програми підтримки відповідно до реальних потреб.



Тези доречно врахувати у рамках підготовки рекомендацій, тренінгів тощо для волонтерів по роботі із донорами.

Донорським структурам доречно більш глибоко вивчати потреби реципієнтів, наприклад, замовляючи соціологічні дослідження. Це дасть змогу максимально якісно адаптувати програми допомоги під потреби, які постійно змінюються.

Форми допомоги волонтерів один одному, які було названо:

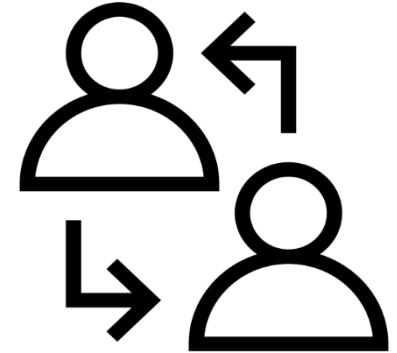
- Навчання «новачків» більш досвідченими волонтерами.
- Обмін досвідом.
- Консультування щодо певних непростих питань (наприклад, звітності).
- Поширення інформації (*«Якщо збір якийсь, то поширять, скажуть, куди подзвонити»*).
- Обмін інформацією (*«Потреби на раз-два передаються, комунікація»*).
- Домовленості про розподіл завдань (*«друг з другом спілкуються, комунікують і знають хто, куди, що возить»*).
- Допомога ресурсами (люди, транспорт тощо) (*«діляться також своїми людьми на заходах чи проектах, людський ресурс»*).
- Відчуття, що «ти не один» (*«Просто підтримка, що поруч є хтось, ти не один, легше разом пройти»*).
- Психологічна підтримка, зокрема, організація заходів з підтримки волонтерів самими волонтерами (*«І волонтерам теж психологічна підтримка треба від інших волонтерів»*).

Про наявність взаємодопомоги між волонтерами було сказано у всіх групах. За відгуками респондентів, цей аспект є дуже важливим і корисним.

У різних групах зазначалось, що волонтери спілкуються не лише на локальному рівні, але й по всій Україні. Дехто навіть співпрацює із закордонними колегами.

Способи організації взаємодії, які було згадано як корисні:

- Онлайн-взаємодія (чати, форуми тощо).
- Офлайн-заходи, тимбілбінг, тренінги тощо (*«події збирають людей активних, ти можеш привітатись, побачити один одного, і це мотивує лишатись у волонтерстві»*). Приклад, який згадали у Запоріжжі і Сумах – «Кураж Базар» у Києві.
- Обміни.
- Проведення фокус-групової дискусії (*«можливо даже такі зустрічі, як ви нас зібрали, щоб волонтери зібралися і ділилися своїм досвідом»*).



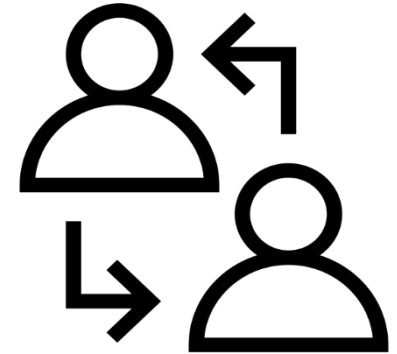
Ефекти від допомоги волонтерів один одному:

- Поширення волонтерської активності (*«прийшли поволонтерили, досвід отримали й пішли самі заходи робити і допомагати військовим»*).
- Спрощення комунікації між великими організаціями за рахунок особистих зв'язків між волонтерами (*«Якщо дві великі організації, то вони іноді не можуть контактувати нормально. Все через волонтерів і особисті зв'язки йде»*).
- Підвищення довіри і бажання співпрацювати з боку міжнародних організацій, донорів.
- Більш рівномірне охоплення допомогою за рахунок координації зусиль волонтерів (*«зустрілись, поділили лікарні між собою, і не носяться всі, а кожен їздить, возить в свою лікарню»*).
- Кращі можливості для навчання та розвитку.
- Вирішення питань, які не змогла (або не схотіла) вирішити влада (*«Влада мала об'єднати. А їм не треба це. Ми пробуємо самі це зробити»*).



Окремі вислови про те, що все це робить Україну більш «просунутою» в плані розвитку волонтерства у порівнянні з іншими країнами (*«Україна у волонтерстві крокує на три голови вище, ніж всесвітній досвід навіть»*).

Одне твердження про те, що знайомство між волонтерами зараз відбувається легше, бо стало меншим завантаження (*«Спочатку працювали з понеділка по неділю з 9 ранку до 6 вечора, коли ж нам спілкуватись і знайомитись»*).



Перспективні напрями для співпраці та взаємодопомоги, які було згадано:

- Об'єднання у тематичні кластери, створення і ведення спільного реєстру отримувачів допомоги. Йшлося, зокрема, про ситуації, коли дехто з ВПО у Запоріжжі отримує за місяць 5 коробок допомоги, а дехто – одну.
- Організація та проведення волонтерами заходів для волонтерів (як для обміну досвідом, так і просто для відпочинку, відновлення та протидії вигоранню).



Напрями, які варто підтримувати першочергово.



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Психологічна підтримка

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

Найбільш часто у відповідь на запитання про потреби у психологічній допомозі волонтерам лунали твердження про те, що така допомога потрібна не лише волонтерам, а й взагалі всім громадянам (*«Кожна людина сьогодні потребує підтримку таку»*).

Нерідко волонтери думають, що можуть впоратись із психологічними проблемами самостійно. Але реально можуть не завжди (*«Всі сильні наче, самі впораємось. Але не завжди – відчуваєш, що не справляєшся вже»*).



Основні психологічні проблеми волонтерів, які було згадано:

- Вигорання. У всіх без винятку групах згадувалось (нерідко спонтанно) як велика проблема.
- Емоційна втома (*«Буває, приходиш, так втомишся і ще на дітях зірвешся»*, *«Навіть великий потік людей в доброму настрої – це теж важко, навіть касиру в цирку»*).
- Накопичення стресу від того, що вони бачать і «пропускають через себе».
- Формування певної «черствості» (*«Волонтери зачерствіли трохи за 1,5 року»*).
- Складність самодіагностування (*«Людина не може сама собі поставити діагноз, що їй потрібна психологічна підтримка»*).
- Різні проблеми (наприклад, попередні емоційні травми та вигорання) можуть поєднуватись і ще більше ускладнювати ситуацію.

Дехто з волонтерів (не масово) сказав, що вже працюють із психологом.

Йшлося і про **організаційні проблеми**, пов'язані із наданням психологічної допомоги:

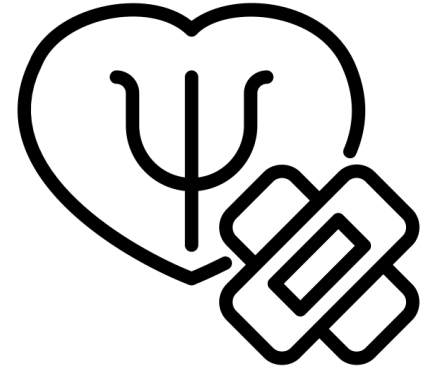
- Великі організації, зокрема, донорські, не мають розуміння психологічних потреб волонтерів.
- Немає структур, які би опікувались психологічною допомогою системно, на це не виділяються бюджети.
- Не скрізь у організаціях чи місцевих органах влади є ресурси (кадри, фінанси), аби організувати психологічну допомогу.
- Волонтери працюють без вихідних і відпусток (тому не всі можуть виділити час на себе).
- Некваліфікована допомога або невідповідність кваліфікації спеціалістів проблемі (*«Рада біженців Данська приїжджає, проводить тренінг у стилі «ми писали, пальчики устали»*).

Види допомоги психологів, які було згадано як корисні:

- Різноманітні техніки психологічної допомоги: арттерапія, ігри, велотуризм, екотуризм, іпотерапія, апітерапія, звукотерапія, кімнати релаксу, холотропне дихання тощо.
- Групові заходи для відпочинку волонтерів. Наприклад, тренінги, ретрити (*«Треба, як формат ретрит, відновити сили, відновитись самому. Кажуть, працює. Групове щось треба»*).
- Індивідуальна робота психологів із волонтерами (*«коли з'являються глибокі проблеми, які зазвичай на люди не винесеш»*).
- Надання порад щодо самовідновлення (*«чудово б якби отримували настанови якісь, що допомагали би працездатність підтримувати»*).
- Пропрацьовування не лише «волонтерських», а й особистих питань у рамках надання допомоги (*«у них є і особисті проблеми, особисті кризи, а не лише волонтерські»*).
- Допомога у знаходженні тих методів та тих фахівців, які найкраще підійдуть конкретному волонтеру.



Одним з ефективних способів залучити волонтерів до емоційного розвантаження вбачається проведення всеукраїнських «зльотів» волонтерів для обміну досвідом, в рамках яких паралельно буде передбачено і психологічні техніки для розвантаження. Волонтер з більшою ймовірністю погодиться поїхати на такий захід, адже це не просто відпочинок (який собі часто не дозволяють), а можливість здобути нові контакти та можливості для своєї роботи.



«Організаційна» допомога з боку влади:

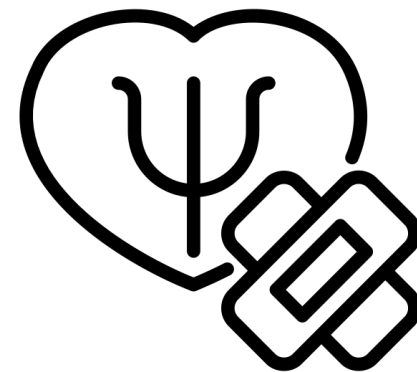
- Залучення до штату співробітників місцевої влади відповідних спеціалістів (*«може додати 1-2 людини, які спеціалізувались би на вигоранні і підбирали тренінги по спеціалізації»*). Можливо, запровадити для цього зміни на рівні законодавства.
- Законодавче розширення прав волонтерів на доступ до допомоги (*«Я би прирівняв волонтерів до військових. Не на нулі, але на 1-2 лінії, бо багато з них їздять туди гуманітарку возять і під обстріл попадали»*).
- Створення реєстру послуг щодо психологічної допомоги, з якого волонтери могли би обирати те, що їм найбільше підходить.

Підтримка від пересічних громадян:

- Шана і повага (*«Поважати працю їх, ставитись шанобливо і цінувати людей, які неоплачувано працюють»*).
- *«Допомагати по мірі можливостей»*.
- Вдячність за діяльність (*«Просто дякувати і донатити»*).

Згадано як важливі аспекти організації психологічної допомоги:

- Введення психологічної допомоги у «культуру», промоція.
- Створення спеціальної організації (*«має бути організація, яка волонтерів навчати буде, застерігати від вигорання», «Центри допомоги врятованим»*).
- Здійснення періодичного аналізу стану волонтерів у організаціях (наведено німецький досвід проведення бесід, тестів тощо із працівниками).
- Залучення психологів для визначення шляхів допомоги у різних ситуаціях.
- Опитування самих волонтерів щодо того, яка саме психологічна допомога їм могла би бути корисною.



До такої роботи можуть бути залучені різні сектори суспільства: громадські організації та донори, бізнес, влада.

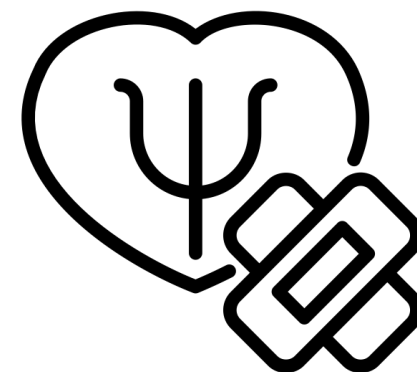
Варто просувати ці тези якомога активніше у широкому загалі. Адже, попри їх очевидність, громадяни нерідко забувають елементарно дякувати волонтерам.

Згадано шляхи допомоги, які можуть здійснити самі волонтери:

- Виговоритись. Можна психологу, можна просто комусь, хто може послухати (*«знайти психолога і виговоритись, багато накіпає», «Вислухає, кум, кума, подруга – самі собі психологи, такий менталітет»*).
- Влаштувати собі відпочинок (*«можна взяти цей 1 день відпочинку після тривалого періоду», «Я трохи вмію, як розвантажитись, в гори піти, в Карпати, відпустка така»*).
- Свідомо змінити вид діяльності з метою «переключення» (*«То зміна така була б найкраще»*).
- Зооволонтери «наповнюються» від своїх підопічних (*«даєш любов тваринці, яка приїхала з важкої точки, а потім взамін отримуєш потік емоцій від неї»*).
- Для деякого волонтерство і є самодопомогою (*«90% - переселенці з Маріуполя, і вони волонтерили, і так себе відновлювали»*).
- Влаштовувати «розгрузку» у своєму колективі (*«Коли розгрузка треба, то йдемо на рибалку чи ще щось, перезагрузка»*).

Поодинокі твердження про те, що психологічна допомога не є потрібною:

- Люди самі мають із цим давати собі раду (*«Якщо знати, як працює мозок людини і інші прості процеси, то зможеш з цим працювати. Людина навчатись сама має контролювати свій стан»*).
- Просто неясно, у чому проблема (*«Я не розумію, що таке депресія взагалі. Я далекий від цього, не стикався і не розумію цього. Для мене це не проблема»*).



Якщо збірник порад на кшталт «Як собі допомогти у разі психологічної втоми» існує, його потрібно активно розповсюджувати у волонтерському середовищі. Якщо такого збірника не існує, його варто розробити.

Варто максимально сприяти забезпеченню волонтерів можливостями займатись самодопомогою – нагадувати про необхідність вихідного, надавати можливості поїхати на нетривалий відпочинок тощо.

Лунали згадування про те, що інколи самі волонтери не надто охоче долучаються до заходів щодо психологічної допомоги («На початку колектив проти був, я була ініціатором, потім дякували, що навчились»).



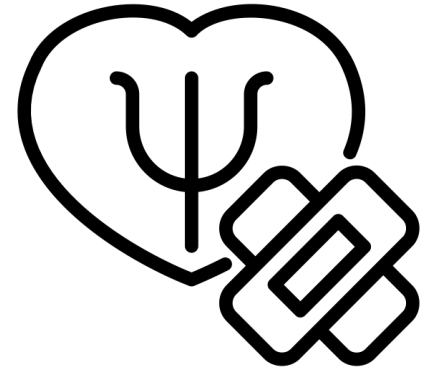
Серед основних причин названо такі:

- Нерозуміння необхідності («Деякі знають але не ходять, нехтують»).
- Недовіра, неготовність суспільства («у нас психологія сприймається не дуже»).
- Стереотипи («є стереотипи, що пішов до психолога – ти ненормальний»).
- Відсутність культури і звичок роботи з психологом («У нас українці не звикли взагалі до такого»).
- Сумніви у кваліфікації психологів («психологія як кафедра у ВНЗ буде дуже актуальна і популярна. Я не певен що люди, які вийдуть з тих закладів, будуть ефективні», «одне невірне слово – і людина закриється просто»).



Зауважено, що **охопити волонтерів допомогою** можна було би краще завдяки наступним аспектам:

- Позитивні відгуки від їх колег («Якби в оточенні хтось сказав, що ходив і допомогло»).
- Донесення думки про те, що говорити із психологом – це нормально.
- Пояснення волонтерам, що з ними може відбуватись («люди часто думають, що це норма, і це потім переростає в розлади»).
- Називати психолога «консультантом», «тренером» тощо («людина сама навіть не зрозуміє, що це такий спеціаліст був і допоміг»).
- Рекомендації з боку донорів та представників інших поважних структур.
- Надання допомоги волонтерам від волонтерів («І волонтерам теж психологічна підтримка треба від інших волонтерів»).
- Навчання актуальним навичкам (у декількох групах згадано комунікацію із людьми, які мають непрості життєві обставини).



Деякі волонтери (не масово) сказали про те, що заходи щодо психологічної підтримки вже проводяться («Програми працюють. Спонсорують великі донори»).

Донори можуть відіграти роль у забезпеченні волонтерів допомогою і як ті, хто забезпечить це ресурсами, і як «агітатори».

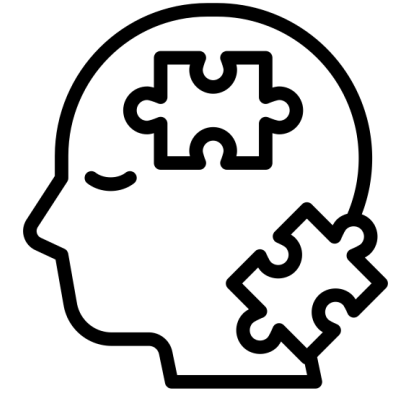
Менторську та консалтингову підтримку згадували як актуальний напрям, але набагато менш активно, ніж психологічну («Дійсно, з наставником легше, структурованіше», «Розгляд зі сторони завжди буде більш об'єктивним, ніж зсередини»).

Інколи цей різновид підтримки плутали із психологічною.

Не у всіх є чітке розуміння того, що таке менторинг та консалтинг.

Згадано як актуальні наступні напрями підтримки:

- Моральна підтримка працівників.
- Зміна культури і світогляду.
- Налагодження порозуміння між волонтерами та владою.
- Звітність, рахунки та інша «бухгалтерія».
- Соціалізація отримувачів послуг («Курси перекваліфікації, отримання нової кваліфікації і т.д. ... бо вони соціальні інваліди»).
- Робота із волонтерами («Як залучати волонтерів, як віддячувати, як їх думку дізнаватись»).
- «Збільшити якість допомоги і кількість волонтерів».
- Коучинг («Ментор щоб приїзжав до ГО і наводив думки, які питання і як вирішити. Більше як коуч, тренер»).
- Вироблення спільних концепцій роботи («Якщо одна концепція для всіх – я тільки за»).
- Обмін досвідом загалом («можливо, даже такі зустрічі, як ви нас зібрали: щоб волонтери зібралися і ділилися своїм досвідом»).



Тези називались переважно волонтерами, але, ймовірно, представники бізнесу та влади, які тісно співпрацюють з волонтерами, теж не відмовились би від консультаційної допомоги за цими напрямками.

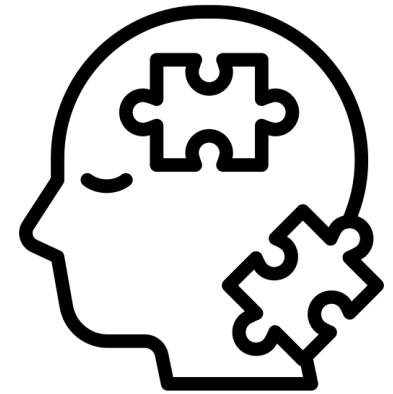
Лунали і думки про те, що менторство та консалтинг є актуальними для волонтерів, тому що:

- Навчання – завжди добре (*«може я не сильно бачу потребу, але навчання завжди непогано», «безкоштовну можливість даємо волонтерам підвищити знання»*).
- Це – свіжий погляд (*«Це корисно, бо ГО копаються у своєму болоті і не бачать, що вони відійшли від того, що робити хотіли»*).
- Так можна отримувати допомогу у вирішенні питань (*«От у мене пробелма чи питання, і хтось грамотний підкаже у вирішенні»*).



Для тих, кому така допомога є актуальною, співпрацю з ментором можна поєднати з певним «розвантаженням» волонтерів (*«Якщо ментор хоче приїхати до нас, то супер. Якщо дуже зайняті, то ми до вас – і розвантажимось»*).

Волонтери, за твердженнями респондентів різних груп, менторської і консалтингової підтримки не потребують, оскільки мають достатньо досвіду, щоби самим когось навчати (*«В нас вже досвід такий, що інші вчитись у нас будуть»*).



Волонтерів, які вважають себе готовими ділитись досвідом, можна запросити менторами для тих, хто заявляє про потребу в менторстві. Це могло би бути корисним для обох сторін (принаймні у плані зміни діяльності і розвантаження).

У різних групах говорили про те, що якщо менторська чи консалтингова підтримка потрібна бізнесу, він її знаходить. Тому великого додаткового запиту на це немає («бізнес самодостатній, якщо він існує то все добре в нього»).



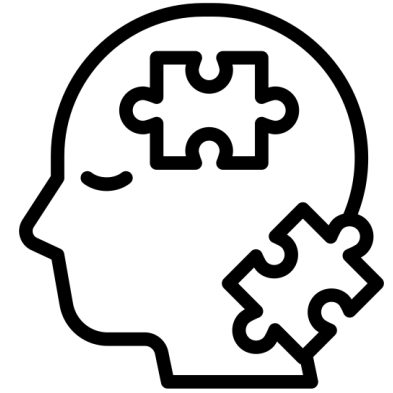
Для влади таку підтримку назвали більш актуальною («Бізнес сам закриває, а для держави було б непогано»). Передусім, тому, що є чимало прогалин у законодавстві.

Ризики і застереження щодо надання підтримки:

- Профанація, робота «для галочки» (згадано, що так часто працює влада).
- Сумніви у тому, що владі така підтримка допоможе («з іноземних органів самоврядування приїжджали та вчили, а чи буде сенс з цього?»).
- Потрібно із обережністю сприймати досвід інших, аби не повторити помилки («З аналітичного підходу дивитись, що брати і чому навчитись»).
- Виникнення непродуктивної конкуренції («враховуючи наш менталітет, починають мірятися, а хто ж більше кому що допоміг»).

Декілька згадувань про те, що підтримка має бути від іноземних партнерів. Зокрема, з європейських країн.

Запропоновано також взяти до вивчення досвід, напрацьований міжнародними структурами (ООН та іншими) («сценарії, кейси – можна обирати й корегувати по особливостям своїм»).



Актуальним проектом може бути аналіз та систематизація напрацювань міжнародних структур, укладання посібника із практичними рекомендаціями для волонтерів, влади та бізнесу (якщо така робота вже проведена, то донести її результати до цільової аудиторії).



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Майбутнє волонтерства

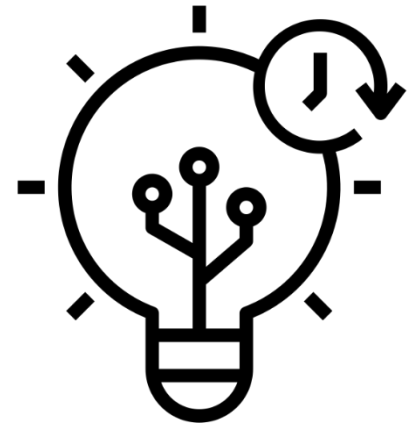
Досліджуємо громадську думку з 2011 року

Здебільшого учасники дискусій прогнозують, що у волонтерів після перемоги буде багато роботи (*«Робота буде багато років у справжніх волонтерів»*).

Окремі респонденти сказали, що, на їх думку, люди будуть занадто втомлені, тому рівень волонтерства знизиться.

Напрями діяльності волонтерів, які назвали актуальними після перемоги:

- Повернення до мирного життя військових, їх ресоціалізація (*«Коли вони повертаються сюди на гражданку, вони не можуть себе знайти»*).
- Психологічна допомога сиротам, людям, які пережили втрати тощо (*«Психологічна підтримка – це в першу чергу. Вона вже повинна бути»*).
- Відновлення житла і загальна відбудова (розбір завалів, будівництво та облаштування житлових будинків) (*«перекваліфікуємось у будівельні компанії»*).
- Створення безбар'єрного середовища та благоустрій (облаштування пандусів, універсальний дизайн тощо) (*«Буде багато інвалідів. Вони повинні користуватися благами максимально на рівні»*).
- Медична допомога загалом і протезування зокрема (*«у нас на майбутнє центр протезування заплановано, з донорами говоримо»*).
- Мінна безпека (*«треба нагадувати, що просто по лісам там шаритись не можна»*).
- Боротьба із корупцією.
- Допомога ВПО, дітям та людям поважного віку.
- Організація продовольчої допомоги (Фуд-хаби, розподіл продуктової допомоги тощо).
- Допомога тваринам.
- Екологічне волонтерство.



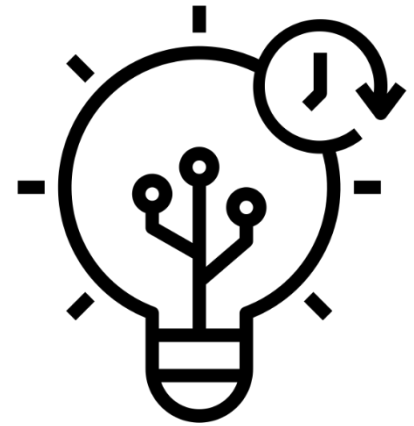
Найбільш часто називались напрями, пов'язані з подоланням наслідків війни (відбудова житла, реабілітація постраждалих) та поверненням до мирного життя (адаптація військових).

Загальні перспективи та тенденції, які прогнозуються після перемоги:

- Економічні труднощі («Зараз ми пока на хайпі, наш бюджет дотується з Євросоюзу і Америки. Після війни це все закінчиться, і в нас буде дуже велика економічна історія»).
- Надходження грантових ресурсів на відбудову з-за кордону (переважно з ЄС).
- Покращення боротьби із корупцією, бо до неї долучаться досвідчені волонтери («Це ті люди, які не матимуть матеріальної зацікавленості. Це незаангажовані і знають систему зсередини. Це ідеальні викривачі»).
- Велика кількість військових, яких потрібно адаптувати до мирного життя («Ми зрозуміємо, що люди, які прийшли з передової і отримували по 100000 грн зарплатні, мало хто захоче піти працювати за 15000 грн»).
- Значно більший, ніж до 2022 року, відсоток соціально незахищених людей: сиріт, осіб із інвалідністю тощо.

Основні перспективи та тенденції, які прогнозуються щодо волонтерства:

- Подальше звуження профілів волонтерських організацій («Наприклад, є люди, які залюбки будуть саджати дерева, але ніколи не підуть на безхатченків»).
- Волонтери зможуть займатись саме тим, що їм найбільше «до душі», а не тим, що критично необхідно («Зараз волонтерство як обов'язок більше. Потім буде в задоволення і добровільно»).
- Частина волонтерів стане менторами і сприятиме подальшому розвитку волонтерського руху вже у цій якості.
- Волонтерство стане престижним і модним («ланка бізнесу чи інша стурктура, маючи на роботі волонтера, пишалась би цим»).
- «На законодавчому рівні приймуть закон про волонтерів».
- Багато людей (у тому числі і волонтерів) будуть втомлені, а отже – не активні.
- Політизація волонтерського руху («Багато підуть на вибори, багато долучитися до різних команд»).



З урахуванням цих тенденцій варто працювати на майбутнє вже зараз: наприклад, готувати відповідних фахівців, навчати потенційних волонтерів, шукати партнерську та донорську підтримку тощо.



EMBASSY OF THE UNITED STATES
KYIV, UKRAINE

Висновки

Досліджуємо громадську думку з 2011 року

1. Волонтерське середовище істотно трансформувалось з моменту початку повномасштабного вторгнення. З хаотичного стану, коли всі хотіли щось робити, але не мали ані структур, ані розвитку, волонтерство перетворилось на структуровану галузь, де діють, нехай і не проговорені, але досить чіткі правила.
2. Відбувається як професіоналізація волонтерства, так і підвищення якості роботи окремих волонтерів. Дуже часто це супроводжується народженням нових організацій (не обов'язково зареєстрованих), об'єднанням існуючих, зростанням успішних і занепадом не дуже успішних ініціатив.
3. Все це викликає певну відносно здорову конкуренцію. Конкурують, в першу чергу, за залучення ресурсів, за волонтерів, за увагу медіа.
4. Ця конкуренція змушує, з одного боку, бути більш креативними, а з іншого – заважає повноцінній координації організацій між собою.
5. Одночасно з цим координація для волонтерських центрів дуже потрібна. Тож робити її має зовнішня структура з чіткими, прозорими і прийнятними для всіх правилами.
6. Завдяки зростанню професійності волонтерів певною мірою компенсувалось зниження кількості волонтерів, про яку говорили в усіх групах.
7. Кількість волонтерів не є стабільною. Швидше вона коливається у залежності від декількох факторів. До таких факторів найчастіше відносили появу нових трагедій, найпотужнішою з яких за останній час був підриг Каховської ГЕС. Однак, і інші події (такі як знищення житлових будинків чи торговельних центрів, які супроводжувались загибеллю людей) викликали сплески волонтерства, хоч і не такі потужні.
8. Дуже часто волонтери припиняють свою діяльність у фондах. Зазвичай це пов'язано з психологічними чи матеріальними причинами: «вигоріли» або змушені шукати роботу, щоби забезпечити свої сім'ї. Інколи – через те, що бачать, що проблема, заради якої працювали, вирішена (наприклад, постачання їжі військовим) або вже неактуальна.
9. Назавжди з волонтерства люди практично ніколи не йдуть. Через певний час вони повертаються у статусі волонтерів, або донаторів, або, щонайменше, тих, хто підтримує інформаційно.

10. Волонтери здатні переносити власну активність з одного напрямку на інший. Проте, зазвичай, якщо таку трансформацію роблять, то залишаються з тією самою цільовою аудиторією, можливо, трохи змінюючи її.
11. Головною мотивацією участі у волонтерських рухах залишається бажання допомагати іншим, «поклик серця». Для таких людей важливо бачити наочну корисність від своїх дій, а також відчувати моральну і матеріальну підтримку з боку суспільства.
12. Під час обговорення розвитку організацій заявлялась значна потреба у навчанні, яке допоможе стати волонтерським рухам більш фаховими. Напрямки такого навчання можна звести до нетворкінгу, способів комунікації між собою і з донатерами, а також засобам «убезпечення» себе від держави (в контексті перевірок, податків тощо).
13. Основний маркер «якості» роботи волонтерів – прозорість і прозора звітність. Саме через неї має бути видно ефективність розподілу ресурсів, адекватність заходів тощо. Організація має бути прозорою саме для суспільства.
14. Другий маркер «якості» – баланс між «системністю» (тобто передбачуваністю і стабільною роботою) і гнучкістю (тобто здатністю швидко переключитись на більш важливий напрямок).
15. У розмовах про взаємодію з владою перша реакція була найчастіше негативною. Навіть представники органів влади говорили про неефективність роботи влади з волонтерами. Серед негативів можна окремо виділити страх покарання від влади через неправильно оформлені волонтерські картки для зборів, складність бюрократичної системи, неможливість знайти спільну мову, досвіду того, що «влада вставляє палки в колеса». Потужний негатив – образа на те, що представники влади приходять «попіаритись» на роботі волонтерів. У Запоріжжі додатковим негативом були чутки про розкрадання гуманітарної допомоги, через які стало набагато складніше отримати «гуманітарку» від донорів.
16. Серед позитивів називалось надання різних нефінансових ресурсів. В першу чергу – приміщень, які даються безкоштовно або за символічну оплату. Було згадано і про харчування для ВПО за рахунок бюджету. Нечасто, але лунали згадування про фінансування владою певних проектів через конкурси. Щоправда, додавалось переконання у тому, що, маючі ті ресурси, які є у влади, допомога могла би бути значно більшою.

16. Другим важливим позитивом роботи влади називали надання різноманітної інформації (про тих, хто потребує допомоги, про тих, хто надає допомогу тощо). Там, де орган влади зміг стати координатором процесу бодай частково, це вирішило значну частину організаційних труднощів.
17. Бізнес у якості партнера для волонтерів називали частіше і значно більш позитивно, аніж владу. Бізнес менше забюрократизований, швидко приймає рішення, не вимагає складних процедур. Окрім того, бізнесмени самі стають волонтерами, тож знаходяться одночасно у двох позиціях, можуть налагодити комунікацію з колегами по обох «цехах».
18. Відповідно запит на налагодження стосунків з бізнесом досить потужний. Для цього можна було б проводити спеціальні конференції та заходи для нетворкінгу.
19. Виявлено також потужний запит на створення комунікаційних майданчиків як між різними волонтерами (ідеально – з різних регіонів), так і між волонтерами, владою і бізнесом (однак немає однозначної думки щодо того, хто зможе зробити це ефективно).
20. Дуже важливою стала підтримка системних донорів. Завдяки їм вдається здійснювати системний розвиток, продовжувати роботу. Щоправда, донори мають свої обмеження. Наприклад, працюють лише з певними категоріями організацій. Окрім того, часто міжнародні донори працюють, виходячи зі свого уявлення про правильність, а не з реальних потреб. Деякі донори принципово не допомагають ні з чим, що бодай якось пов'язано військовими.
21. Незважаючи на скарги щодо проблем у комунікації, допомога волонтерів один одному є важливою ознакою руху. Обговорюються різні методи такої співпраці. Вона може бути постійною або тимчасовою (у рамках певного проекту). Присутній запит на посилення такої взаємодії.
22. Про потребу у психологічній допомозі говорили у всіх групах досить активно. Як дуже розповсюджену проблему згадано емоційне вигорання. Але на сьогодні далеко не скрізь волонтери охоплені необхідною їм психологічною допомогою.
23. Відповіддю на цей виклик, паралельно з розвитком мережі психологічної допомоги, могло би стати навчання волонтерів методам психологічної самопомоги, а також проведення заходів, які би поєднували нетворкінг волонтерів та їх психологічне розвантаження.