

# Волонтерство. Перечни главных вопросов

## Почему программы волонтерства не признаются: большой список сожалений.

1. "Волонтеры не надежны".
2. "Они никогда не поймут то, что мы делаем".
3. "У меня нет времени на работу с волонтерами".
4. "Вы не можете получить от них того, что Вам нужно".
5. "Все они сумасшедшие".
6. "Нас будет преследовать суд".
7. "У нас вообще нет проблем".
8. "Моя работа слишком сложная для того, чтобы ее делал кто-то другой".
9. "В Каламазу это не пройдет".
10. "Волонтеры пожирают клиентов".
11. "Нам больше не нужны женщины-волонтеры".
12. "У нас никогда волонтеров не было, зачем же наживать себе проблемы сейчас?"
13. "Им следует быть дома и присматривать за своими детьми".
14. "Эта организация не устраивает вечеринок с чаем".
15. "Рональд Рейган любит волонтеров".

## Основные критерии: развивать или не развивать работу с волонтерами.

1. Является ли работа, которую необходимо выполнить важной? Является ли она полезной и значимой для агентства, программ, клиентов?
2. Возможно ли объяснить потенциальному волонтеру необходимость работы?
3. Может ли эта работа быть выполнена волонтерами? Можно ли ее разбить на задания, которые можно делать вечерами или на выходных? Можно ли ее выполнять вне рабочего времени? Являются ли навыки волонтеров, необходимые для работы, теми навыками, которые имеют все люди, или же это навыки, которым можно легко научить волонтеров на базе имеющихся у них знаний и опыта?
4. Выгодно ли, когда работу делают волонтеры? Будем ли мы тратить больше времени, энергии, денег на то, чтобы набрать, сориентировать, обучить волонтеров, или же все-таки лучше использовать труд персонала? Будем ли мы использовать труд волонтеров постоянно или же нам они необходимы ненадолго?
5. Есть ли у нас поддержка для того, чтобы проводить программу волонтерства? Есть ли у нас человек, который готов работать в качестве координатора волонтерства, который готов заниматься политикой волонтерства, процедурами, страхуем ли мы волонтеров наравне с другими сотрудниками организации?
6. Хочет ли персонал, чтобы работу выполняли волонтеры? Осознает ли каждый сотрудник свою роль при работе с волонтерами?
7. Можем ли мы предоставить волонтерам работу в соответствии с теми навыками, которыми они владеют?
8. Захотят ли люди того, чтобы работа выполнялась волонтерами? Это полезная и интересная работа, или же мы хотим просто избавиться от работы, которую никто не хочет делать, независимо от того, оплачивается она или нет?
9. Знаем ли мы, что делать с волонтерами после того, как они появятся? Есть ли у нас достаточно места, чтобы разместить их? Знаем ли мы, кто отвечает за них? Знает ли тот человек, что они делают?
10. В конечном счете, выполняет ли агентство свои обязательства перед волонтерами, или же кто-то просто ищет быстрого решения своих проблем?

## Элементы описания работы волонтеров

1. Название работы.
2. Краткое описание работы.
3. Ожидаемые результаты.
4. Название агентства.
5. Адрес и телефон агентства.
6. Оценщик.
7. Временные рамки работы волонтера.
8. Квалификация, необходимая для выполнения работы.
9. Обязанности.
10. Выгоды.
11. То, чему необходимо обучить волонтеров.
12. Контактное лицо, к которому волонтеры будут обращаться, чтобы получить работу.
13. Местонахождение рабочего места волонтера.
14. Требования к оценке работы волонтера.
15. Дата обсуждения работы с волонтером.
16. Дата изменения содержания работы.

## Компоненты политики волонтерства и процедура руководства

1. Необходимость присутствия на рабочем месте.
2. Возможность отсутствия: по болезни, по несчастному случаю, отпуск и т. д.
3. Опоздание.
4. Извещение о грядущем отсутствии.
5. Процедуры ухода (увольнения).
6. Процедуры описания работы.
7. Окончание работы.
8. Процесс подачи апелляций.
9. Выгоды, извлекаемые волонтером.
10. Страхование обеспечения.
11. Необходимость рабочей одежды.
12. Конфиденциальность.
13. Возмещение затрат.
14. Требование хранить все рабочие записи.
15. Использование офисного оборудования, телефонов, транспорта агентства и т. д.
16. Возможность продолжения обучения.
17. Возможность использования оборудования и услуг: парковка, использование шкафчиков, буфета и т. д.
18. Схема организации.
19. Календарный план важнейших событий на год.
20. Телефонная книга агентства и список сотрудников.
21. Краткая история агентства с именами ключевых фигур.
22. Примеры печатных материалов, выпущенных агентством.
23. Связи агентства с другими группами.
24. Процедуры управления рисками: что не следует делать.
25. Копия описания работы волонтера.

### **Сведения о волонтерах**

1. Общее количество волонтеров.
2. Волонтеры по категориям: возраст, пол, раса и т. д.
3. Использование труда волонтера в месяц.
4. Общее количество часов работы волонтеров: в год, совокупное количество.
5. Количество часов по типу работы.
6. Мотивация волонтерства.
7. Мотивация ухода с волонтерской работы.
8. Откуда волонтер узнал об агентстве и "вакансии".
9. Количество новых волонтеров в месяц.
10. Количество ушедших волонтеров.
11. Стоимость труда волонтера.
12. Количество клиентов, обслуженных волонтерами.
13. Количество сотрудников, обслуженных волонтерами.
14. Количество часов работы в офисе в каждом из отделов.
15. Количество часов работы с клиентами.
16. Новые услуги, оказываемые волонтерами.
17. Изменения по типам волонтеров.
18. Отношение количества волонтеров к общей стоимости программы.
19. Отношение часов работы волонтеров к общей стоимости программы.
20. Натуральные пожертвования волонтеров.
21. Невозмещенные расходы волонтеров.
22. Денежные пожертвования волонтеров.
23. Таблицы, в которые заносится количество часов в день, отработанных каждым волонтером: часы и отдел, в котором работал.
24. Схема населенных пунктов, откуда были набраны волонтеры.
25. Участие иностранных волонтеров.

### **Вопросы, которые следует задать, перед тем как купить страховку волонтеру**

1. Существует ли очевидная опасность, которая описана волонтеру или другим сотрудникам?
2. Является ли риск существенным, имея в виду потенциальный вред?
3. Есть ли какие-то признаки появляющегося кризиса, риска?
4. Можем ли мы быстрее преодолеть кризис, смягчая то, что является причиной возникновения кризиса?
5. Можем ли мы быстрее преодолеть кризис, улучшив процесс отбора волонтеров?
6. Можем ли мы быстрее преодолеть кризис, усиливая тренинги для волонтеров?
7. Волонтер уже застрахован?
8. Какой размер страховки нам необходим?
9. Где волонтерам выплачивать страховку: на месте, дистанционно, переводом?
10. Можем ли мы объединиться с другими агентствами, чтобы купить эту страховку?

### **Как можно оценить время волонтеров**

1. Законодательный минимум: обычно составляет \$2.00 в час.
2. Минимальный заработок: принятый в стране - \$3.35 в час, но в некоторых штатах может быть выше.
3. Национально принятая стоимость: грубо подсчитанная - \$8.00 в час, основываясь на данных Gallup Survey 1981 года по вовлечению волонтеров.
4. Средний доход на человека: действителен для всех штатов - приблизительно оценивается национально в \$6.35.
5. Средняя зарплата: Также действительна для всех штатов, приблизительно оценивается по стране в \$13.00 в час.
6. Эквивалент оплаты труда: высчитывается индивидуально в зависимости от вида работы, сначала классифицируется работа волонтеров и затем сверяется с данными местного отдела занятости, чтобы посмотреть, какая зарплата обычно выплачивается в вашем обществе за этот тип работы.
7. Восстановительная стоимость агентства: определяется отелом по кадрам агентства. Он определяет, если бы агентству пришлось нанимать персонал, какую зарплата (и дополнительные выплаты) агентство выплачивало бы этому персоналу, который бы выполнял эквивалентную работу волонтеров.
8. Оценка клиентами: полезный метод, если волонтеры оказывают технические или консалтинговые услуги. Оценка труда волонтеров определяется не тем, сколько обычно агентство платит за такого рода услуги, а какое вознаграждение он бы получил, оказывая аналогичные услуги в своем агентстве.

### **Мотивации, к которым необходимо прибегать при проведении набора волонтеров**

1. Помощь другим.
2. Улучшение сообщества.
3. Приобретение опыта работы.
4. Использование неиспользованных навыков.
5. Приобретение новых навыков.
6. Возможность выбраться из дома.
7. Изменение статус-кво.
8. Возможность быть активным и вовлеченным.
9. Возможность встретиться с другими людьми.
10. Возможность испытать чувство того, что ты кому-то нужен.
11. Возможность попробовать себя в новом деле.
12. Возможность установить профессиональные контакты.
13. Получение академического зачета.
14. Возможность попробовать разные жизненные стили.
15. Обретение чувства самоуверенности.
16. Получение удовлетворения от работы.
17. Использование хобби на хорошее дело.
18. Решение новых проблем.
19. Возможность учиться быть ответственным.
20. Следование традиции.
21. Возможность стать победителем.
22. Возможность проводить время весело со своей семьей и сверстниками.
23. Получение признания других.
24. Применение своих талантов и способностей.
25. Воплощение мечты в реальность.
26. Помощь другу.
27. Охрана прошлого.
28. Воздействие на других.
29. Возможность узнать будущих клиентов.
30. Поиск работы.
31. Возможность быть личностью, а не элементом.
32. Воодушевление других.
33. Возможность познакомиться с другими людьми с теми же ценностями.
34. Возможность быть примером своим детям.
35. Возможность отдать то, что ты получил.
36. Возможность показать, что тебе не все равно.

### **Некоторые мысли, касающиеся набора волонтеров**

1. В вашем городе на встречах с совладельцами предлагайте программы в виде слайд-шоу, показывающие как волонтеры предоставляют услуги клиентам.
2. Предлагайте эти программы крупным компаниям, чтобы те показывали их на своих семинарах для тех, кто собирается на пенсию.
3. Поговорите с менеджером местного кабельного телевидения школы или колледжа, чтобы представить программу о Вашем агентстве.
4. Никогда не уходите с собрания, на котором Вы получили возможность высказаться о Вашем агентстве, не представившись и не предоставив контактной информации тому, кто заинтересовался. Встретьтесь с этими людьми еще раз через неделю, если возможно.
5. Если Вы собираетесь сделать презентацию большой группе, возьмите с собой несколько волонтеров, чтобы те рассказали о своем новом опыте и помогли Вам при работе с заинтересовавшимися кандидатами.

6. Найдите список других организаций вашего города, чтобы посмотреть, может быть, кто-нибудь поможет Вам набрать добровольцев, сделав рекламу Вашей программе, предложив Вам время на своих планерках, распространяя информацию среди своих членов, помещая объявления на страницах своих бюллетеней и т. д. Особенно хорошо это делают церкви.
7. Назначьте того, кто бы провел исследование в клубах, группах, школах и т. д. для того, чтобы найти тех, кто занимается частично тем же, чем и вы по своему проекту. Люди, работающие по таким проектам - отличные потенциальные сотрудники для Вашей программы.
8. Поскольку лучшим инструментом для набора новых волонтеров является реклама, четко изложите Ваш рассказ (рассказ о нуждах клиентов, а не историю организации), найдите бизнесменов, которые покупают рекламное место в газетах и попросите их напечатать ваш рассказ, в котором написано, как люди могут связаться с Вами и стать Вашими волонтерами.
9. Работайте с другими волонтерскими группами вашего сообщества для того, чтобы объединиться и провести Ярмарку Волонтеров в торговом зале или какой-нибудь компании.
10. Попросите Вашу местную газету предоставить Вам бесплатно рекламное место в разделе рекламы, чтобы объявлять "вакансии" для волонтеров. Помещайте и оплачивайте (если необходимо) объявления о "вакансиях" для волонтеров в разделе "Требуется помощь", делая акцент на том, что люди, взамен, могут получить навыки работы и установить рабочие контакты.
11. Попросите, чтобы церкви зачитывали Ваши объявления на своих конгрегациях.
12. Установите контакты с директорами школ, колледжей, которые имеют какое-то отношение к Вашему агентству для того, чтобы обговорить вопрос о включении предмета "Волонтерство" в расписание.
13. Побеседуйте с руководителями отделов кадров компаний, расскажите им о том, что могут получить люди, если они хотят стать волонтерами и поинтересуйтесь, могут ли они направить к Вам своих пенсионеров и сотрудников.
14. Составьте "Список ресурсов" который будет включать группы, людей, средства массовой информации, клубы, бизнесменов, и т.д. Записывайте имена, контактную информацию, историю сотрудничества, публикации и другую полезную информацию.
15. Всегда помните, что Вы можете набрать целые группы людей для работы по Вашему проекту. Привлекайте органы безопасности для обеспечения правопорядка при проведении специальных мероприятий. Пусть Вашим спонсором выступит Клуб Львов. Привлекайте Клуб Тамады, когда Вам необходимо говорить пламенные речи.
16. Когда Вы будете привлекать меньшинства для работы в качестве волонтеров, прежде всего, найдите лидеров в этих группах, чтобы те, в свою очередь, набирали волонтеров из своих сообществ.
17. Когда Вы захотите привлечь учителя, пастора или лидера какой-либо группы для работы с волонтерами, перед тем как идти к нему возьмите с собой человека, который принадлежит к соответствующей группе людей (учителя, пастора...), знает о Вашем агентстве и уже работает у Вас волонтером.
18. Говорите на языке того человека, которого вы хотите привлечь. Спросите себя "Что же мы такое делаем, что могло бы заинтересовать его?" и во время презентаций говорите об этом.
19. Когда Вы будете привлекать группу, узнайте о кредо, миссии той группы и зачитывайте цитаты из этой миссии на своих презентациях. Но не переборщите.
20. Всегда рассказывайте, почему Вам самим интересна Ваша работа, когда будете привлекать других, поскольку это персонализирует работу, которую необходимо сделать.
21. Всегда привлекайте волонтеров по принципу "Клиентам нужна услуга" а не "Агентству необходимо". Люди работают для людей, а не для вещей.
22. Когда Вы будете привлекать бизнесменов, узнайте о их рекламном лозунге и включите его в свою презентацию.
23. Расскажите людям, что они будут делать, как долго, и для кого.
24. Всегда помните, что Вы пытаетесь склонить людей к ответу "Да", а не погрузить их в волонтерство по уши.
25. Никогда не употребляйте слово "Вина", когда привлекаете людей.
26. Будьте честными и прямолинейными в отношении людей, которых собираетесь привлечь. Не вливайте и не преуменьшайте объем работы и сроки, чем они есть на самом деле.
27. Избегайте принципа "первое попавшееся теплое тело в дверь" при привлечении людей. Если Вы не можете найти нужного человека, лучше не берите никого.
28. Попросите бакалейщика, чтобы он вкладывал Ваши объявления о программе в пакетики с товаром.
29. Разбивайте большие задания, которые должны делать волонтеры на более мелкие компоненты, на выполнение которых требуется меньше времени.
30. Будьте осторожны при назначении людей на должности, не объяснив им их обязанностей и функций. "Секретарь" может означать разные вещи для разных людей.
31. Рисуйте диаграммы, на которых будет указана дата, когда волонтеры будут включаться в программу. Это поможет им увидеть свою роль по отношению к другим.
32. ВСЕГДА предлагайте дизайн работы - даже если все задание можно выразить одним предложением. Если Вы будете так делать, это поможет и Вам и им лучше понять задание.
33. Не привлекайте волонтеров до тех пор, пока сами не разберетесь с тем, что Вы делаете, и что должны делать волонтеры.
34. Обратитесь к уже работающим добровольцам, чтобы те привели своих друзей. Организуйте ужин "Приведи друга".
35. Попросите Машину с Подарками, Бюро Посетителей, Торговую Палату, чтобы они распространяли Ваш материал своим клиентам.

#### **Места распространения информации о наборе волонтеров**

1. Конторы по трудоустройству.
2. Фирмы по написанию резюме.

3. Библиотеки.
4. Почтовые отделения.
5. Машины с Подарками.
6. Торговая Палата.
7. Туристические бюро.
8. Бюро по трудоустройству университетов.
9. Средние школы.
10. Сервисные клубы.
11. Бюллетени церквей.
12. Кегельбаны.
13. Прачечные самообслуживания.
14. Общественные центры.
15. Центры волонтерства.
16. Кафетерии.
17. Раздел рекламных объявлений в местной газете.
18. Приемные частных клиник.
19. Комнаты ожидания поликлиник.
20. Передвижные библиотеки.
21. Вестибюли гостиниц.
22. Торговые ряды.
23. Автобусные остановки.
24. Реклама в афишах.
25. Открытый дом агентства.
26. Расклейщики объявлений на транспорте.
27. Футболки.
28. Телевидение и радио.
29. Кабельное телевидение.
30. Бюро Спикеров.
31. Письма профессиональным ассоциациям.
32. Раздел газеты "Возможности для волонтера".
33. Доски объявлений.
34. Закладки.
35. Пакетики для товара бакалейных лавок.
36. Программы корпоративной ориентации.
37. Семинары для тех, кто собирается уходить на пенсию.
38. Клиенты.
39. Банк навыков волонтеров.
40. Юристы, рассматривающие дела, по которым предусмотрены альтернативные виды наказания.
41. Программы переподготовки.
42. Реклама на счетах.
43. Обратная сторона бланков депозитов.
44. Информационные письма других некоммерческих организаций.
45. Реклама в газетах в рубрике "требуются".
46. Телефонные книги вашего города.
47. Финансовые счета.
48. Профессионально-технические училища.
49. Почтовые ящики.
50. Ярмарка волонтеров.

### **Как можно мотивировать безработных, чтобы они стали волонтерами**

1. Посылайте объявления в отделы занятости.
2. Распространяйте брошюры по организациям, занимающимся переподготовкой кадров.
3. Распространяйте брошюры по фирмам, занимающимся написанием резюме.
4. Распространяйте брошюры по консультационным бюро.
5. Предлагайте помощь компаниям, которые находятся в ситуации временной остановки производства.
6. Помещайте объявления в рубрике "Требуются".
7. Объясняйте суть работы, разбивая на задания и необходимые навыки, которые необходимы, в последствие эту работу можно перевести на оплачиваемую основу.
8. Поощряйте работодателей, которые при приеме на работу отдают предпочтение тем людям, которые были добровольцами.
9. При наборе волонтеров акцентируйте слово "Переподготовка".
10. При наборе волонтеров акцентируйте фразу "Выбор карьеры".
11. При наборе волонтеров акцентируйте фразу "Установление контактов".
12. Когда Вы будете проводить интервью, делайте акцент на том, какие навыки можно приобрести в процессе работы.
13. Ведите учет отработанных часов и навыков каждого волонтера.
14. Помогайте волонтерам развивать свои навыки и умения.
15. Работайте с различными объединениями, чтобы привлечь безработных.
16. Проводите тренинги для волонтеров, развивающие навыки в новых областях.
17. Прежде всего, объявляйте о новых "вакансиях" для волонтеров в волонтерских агентствах.
18. Информировать волонтеров о тренингах, которые проводят другие организации.
19. Проверяйте работу волонтеров и помогайте им решать возникающие проблемы.
20. Пишите рекомендательные письма, в которых описывайте умения человека и то, что он делал.

21. Поддерживайте волонтеров, которые занимаются поиском работы.

### **Соображения о том, как удешевить процесс набора волонтеров**

1. Делайте дизайн материалов так, чтобы их было легче читать.
2. Акцентируйте внимание на том, что волонтеры могут развивать навыки работы.
3. Акцентируйте внимание на том, что помогая другим, ты помогаешь себе.
4. Развивайте волонтерство в пределах своего микрорайона.
5. Возмещайте расходы.
6. Подбирайте агентов по найму волонтеров, которые специализируются на тех волонтерах, которые нужны Вам.
7. Не употребляйте жаргон социальной работы.
8. Минимизируйте бюрократию.
9. Минимизируйте промежуток времени между первым обращением к Вам человека, который хочет стать волонтером и предоставлением ему работы.
10. Говорите человеку, который хочет стать волонтером, что он может "выручить кого-нибудь", а не то, что он "волонтер".
11. Распространяйте брошюры там, где это целесообразно.
12. Работа должна быть конкретная.
13. Делайте акцент на методе индивидуального набора.
14. Старайтесь привлекать церкви.
15. Рассказывайте истории успеха.

### **Вопросы, которые не следует задавать при интервьюировании**

1. Место рождения.
2. Национальность.
3. Имена, адреса родственников.
4. Возраст.
5. Семейное положение.
6. Есть ли дети, беременная ли женщина.
7. Какого вероисповедания человек.
8. Был ли судим.
9. Раса.
10. Знание английского языка.
11. Демобилизован ли человек.
12. Имеет ли человек кредитную карточку.
13. Есть ли у человека дом.
14. Срок проживания в том, ином районе.
15. Вес и рост.
16. Все то, что не относится напрямую к способности человека выполнять ту работу, которая от него требуется. Если Вам требуется собрать биографические и демографические данные, сделайте это после того, как Вы приняли человека и в процессе его ориентации на работе.

### **Как можно сказать "нет" потенциальному добровольцу**

1. "Было бы здорово, если бы у нас было что-то для Вас, но, к сожалению, пока ничего нет".
2. "Нет".
3. "Вы нам не подходите, но..."
4. "Мы Вас найдем позже".
5. "Вы когда-нибудь слышали о Центре Волонтеров?"
6. "Время, когда Вы можете работать, не подходит нам".
7. "Мы бы лучше включили Вас в наш Совет Директоров".
8. "Навыки, которыми Вы обладаете, не подходят нам в нашей программе".
9. "Нам не хочется отнимать у Вас время".
10. "Позвольте дать Вам один адресок..."
11. "Место, для которого Вы отлично подходите, к сожалению, уже занято".
12. "Я не думаю, что Вы получите от волонтерства то, что хотите".

### **Темы для обсуждения на ориентационной сессии для волонтеров**

1. Описание и история Агентства.
2. Описание программ и клиентов.
3. Как Агентство сотрудничает с сообществом и другими организациями.
4. Описание программы волонтерства.
5. Схема построения организации и представление основного персонала.
6. Календарный план основных мероприятий организации на год.
7. Представление волонтеру политики организации и других процедур.
8. Представление оборудования: офис, телефон, туалеты, парковка, еда, кофе, и т.д.
9. Обсуждение того, что получает волонтер.
10. Обсуждение расписания тренингов для волонтера.

11. Обсуждение системы мониторинга и кто будет наблюдать за работой волонтера.
12. Покрытие расходов на канцтовары.
13. Описание того, что необходимо делать в случае какой-либо опасности.
14. Описание процесса оценки работы.
15. Ориентация по каждому типу работы для каждого волонтера.
16. Схема изменения графика работы или информирования об отсутствии.
17. Возможности карьерного роста и развития.
18. Процесс набора новых волонтеров.

### **Содержание наставления волонтеру**

1. Описание Агентства: цели, история, программы.
2. Примеры публикаций Агентства.
3. Схема построения организации.
4. Представление основного персонала.
5. Список членов Совета организации.
6. Описание работы волонтера.
7. Примеры того, что необходимо записывать: календарные планы и т.д.
8. Система компенсаций и форм.
9. Процедуры ухода с работы.
10. Униформа.
11. Часы и схема изменения расписания работы, причины отсутствия.
12. Страховка и заявление о приеме.
13. Непредвиденные обстоятельства.
14. Процесс оценки работы.
15. Подача апелляций.
16. Перечень того, что получает волонтер.
17. Перечень неясных технических терминов, которые употребляются в Агентстве с соответствующими расшифровками.
18. Письмо-приветствие директору Агентства и председателю Совета.
19. Информация о правах клиента, конфиденциальности, услугах.
20. Возможности профессионального роста волонтера.
21. Политика использования оборудования Агентства, услуг.
22. Карта местности и помещений Агентства.

### **Что необходимо для того, чтобы провести хороший тренинг**

1. Ясная и значимая цель тренинга.
2. Необходимое оборудование.
3. Удобный график работы.
4. Реалистичные временные рамки.
5. Тренеры, которые понимают как содержание, так и аудиторию.
6. Хорошие материалы для пресс-релизов.
7. Уделение особого внимания логистике.
8. Правильно подобранная методика обучения в соответствии с временными рамками и аудиторией.
9. Правильно подобранные участники тренинга.
10. Различные возможности обучения.
11. Возможность обсуждения и обмена мнениями.
12. Гибкость.
13. Возможность обучения для тех, кто воспринимает информацию визуально, кто воспринимает аудиоинформацию, кто воспринимает информацию принимая участие в практических мероприятиях.
14. Тренеры, которые знают куда идти и как правильно повести за собой группу.
15. Необходимо вкраплять в тренинги различные расслабляющие вещи (игры, например), чтобы не было скучно.

### **Список того, что необходимо для тренинга**

1. Достаточное место для участников.
2. Правильная расстановка столов.
3. Необходимое количество стульев.
4. Теле/радиооборудование: рабочее состояние, правильный размер, хороший оператор.
5. Система удлинителей.
6. Розетки: расположение, тип подсоединения.
7. Освещение и расположение выключателей.
8. Экраны для теле/радиооборудования.
9. Контроль температуры и вентиляции.
10. Туалеты.
11. Стол регистрации.
12. Подиум (трибуна для публичных выступлений).
13. Бейджики.
14. Список участников с адресами с контактной информацией.
15. Флип-чарт, который не падает, подставка.

16. Маркеры.
17. Кассета.
18. Вешалки для одежды.
19. Информация, оборудование для курящих.
20. Стол для информационных материалов.
21. Информация о парковке.
22. Указатели "выход".
23. Записные книжки для участников.
24. Раздаточный материал.
25. Экстра материалы для тех, кто придет позже.
26. Расписание перерывов.
27. Часы.

### **Характеристика лидера**

1. Может предвидеть результат работы.
2. Может объяснить планируемый результат другим.
3. Глубокая преданность своему делу.
4. Человек, которому можно полностью доверять.
5. Может оперировать сложными вещами и превращать их в более простые.
6. Может перенести группу в будущее.
7. Гибкость.
8. Может привить членам группы новые культуры и стратегии.
9. Желает брать на себя ответственность за все изменения.
10. Допускает возможность кардинальных изменений.
11. Способен преодолеть сопротивление других, не желающих изменений.
12. Любит риск.
13. Имеет выходы из непредвиденных обстоятельств.
14. Все продумывает (репетирует ментально).
15. Не любит покоем на лаврах.
16. Строит доверие посредством определения положения человека.
17. Не является человеком, "горящим" на работе - придерживается золотой середины, в жизни все сбалансировано.
18. Верит в себя, но не слишком высокого мнения о себе.
19. Верит в положительный, а не отрицательный результат.
20. Может написать расписание и соблюдать его.

### **Начало перемен**

1. Определите всех людей, группы, которые можно изменить.
2. Определите, кто является "сливками" (лидерами) в каждой из групп.
3. Привлеките лидеров для обсуждения изменений. Попытайтесь добиться того, чтобы они помогли Вам, объяснив другим, для чего необходимы перемены.
4. Объясните реалистичные цели перемен. Они должны быть понятны всем.
5. Объясните, какую пользу принесут перемены.
6. Проводите перемены в кратчайшие сроки.
7. Поощряйте людей, которые помогают инициировать перемены.
8. Публикуйте истории успеха и шаги на пути к переменам.
9. Определите, кто более всего сопротивляется переменам. Выясните причины сопротивления и постарайтесь их ликвидировать напрямую.
10. Не проводите физических изменений одновременно с изменением политики.
11. Проводите тренинги и информационные сессии для людей, чтобы проинформировать их о причинах перемен и о том, какой прогресс был достигнут.
12. Помните, что хотя в данный момент люди настроены кардинально против перемен, через минуту они могут быть полностью за.
13. Ясно, понятно говорите, когда речь идет о практических проблемах.
14. Необходимо быть уверенным в том, что перемены действительно необходимы.
15. Не учите тому, чего сами не пробовали делать.

### **Альтернативы увольнению волонтера.**

1. Определите, что же на самом деле не так.
2. Пересмотрите работу волонтера.
3. Направьте волонтера к новому сотруднику.
4. Поручите волонтеру новую работу.
5. Переподготовьте волонтера, чтобы тот делал работу правильно.
6. Поощрите волонтера, предоставив ему отпуск.
7. Ремотивируйте волонтера.
8. Смените окружение волонтера.
9. Направьте волонтера в другое агентство.
10. Увольте волонтера с почестями.



## **Как уволить волонтера так, чтобы он сам попросил, чтобы его уволили.**

### **1. Сделайте ясное предупреждение волонтерам о том, что возможно их уволят:**

- У Вас должна быть четкая политика увольнения.
- Политика должна быть разумной и относиться к работе, выполняемой волонтерами.
- Выработайте политику временного прекращения деятельности.
- Расскажите волонтерам о политике ориентации и подготовки.
- Раздайте волонтерам копии описания политики в качестве одной из компонентов их персональной инструкции.
- Устанавливайте правила отдельно для каждого волонтера, предоставляя им обновленные, точные, измеримые описания работы.

### **2. Проводите расследование, уточнение, перед тем как уволить волонтера.**

- У Вас должен быть честный и объективный человек, который выяснит, действительно ли политика была нарушена.
- Никогда не увольняйте впопыхах, не проведя расследования: скажите, что человек будет временно отстранен от должности, используйте время для прояснения ситуации.
- Убедитесь, что Вы действительно обладаете доказательством нарушения политики Агентства. Эти доказательства могут быть получены из показаний других или в результате мониторинга работы волонтера, который выявил неудовлетворительные результаты работы.
- Также выслушайте волонтера, может быть, имеются какие-либо смягчающие обстоятельства.
- Тщательно документируйте процесс расследования и его результаты.

### **3. Политика увольнения должна быть справедливой и одинаковой для всех.**

- Выработайте ступенчатую систему наказаний: предупреждение при первом нарушении или незначительных нарушениях, затем, более серьезные наказания.
- Соотносите уровни наказания с серьезностью проступков.
- Наказывайте беспристрастно и без фаворитизма.
- Допускайте процесс апелляции.
- Прибегайте к помощи комитета лидеров волонтеров.

## **Что получает волонтер**

1. Возмещение расходов.
2. Идентификационная карта.
3. Тренинги.
4. Продвижение, карьерный рост.
5. Награды: нашивки, орденские ленты, медали.
6. Рабочее место в офисе.
7. Налоговые отчисления.
8. Страховка автомобиля.
9. Страхование здоровья.
10. Страхование ответственности.
11. Услуги агентства по сниженным ценам или бесплатно.
12. Помощь по уходу за ребенком.
13. Проездной билет на городской транспорт.
14. Приглашения на ежегодные вечеринки.
15. Приобретение навыков.
16. Номинация на награду президента "Движение Волонтеров".
17. Номинация на награду города.
18. Рекомендательное письмо для работодателей.
19. Униформа, бейджики, значки, именные жетоны.
20. Дощечка с указанием имени и должности.
21. Бесплатная парковка.
22. Академический зачет по практике.
23. Время для отпуска.
24. Участие в программе обмена между различными организациями волонтеров.
25. Предпочтение при приеме на работу.

## **Как поощрять волонтера**

1. Напечатайте статью о волонтере в местной газете, в газете колледжа, в котором он учился в рубрике "Наши выпускники", в газете бизнес - центра, в котором он работает или другой организации.
2. Поцелуйте его в щечку.

3. Предложите успокоительное средство волонтеру, если он о чем-то беспокоится.
4. Посылайте свои волонтерам поздравительные открытки, написанные рукой.
5. Попросите священника в церкви, куда ходит волонтер, чтобы он упомянул о нем во время службы.
6. Проводите конкурс "Волонтер месяца".
7. Посылайте волонтерам круглый год открытки ко Дню Святого Валентина.
8. Не забывайте о днях рождения волонтеров и посылайте им поздравления.
9. Давайте волонтеру возможность участвовать во всех тренингах, которые проводит Ваше агентство.
10. Проводите вечеринки для волонтеров, на которых публично поощряйте самых лучших волонтеров.
11. Предлагайте волонтерам бесплатное питание.
12. Назовите кофейник именем волонтера.
13. Подарите каждому волонтеру кофейную кружку, на которой выгравировано его имя.
14. Представляйте волонтерам четкое и ясное описание их работы.
15. Печатайте бюллетень с фотографиями волонтеров и описанием их работы.
16. Посылайте открытки со словами "Спасибо за то, что воспитали такого хорошего сына (мужа, брата...)" родителям, супругам, детям, прародителям и т.д.
17. Приглашайте волонтеров, обладающих какими-либо навыками, чтобы они проводили тренинги для других волонтеров.
18. Приобретайте специальные купоны скидок местных кинотеатров, ресторанов и т.д.
19. Привлекайте волонтеров для долгосрочного планирования деятельности Вашего агентства.
20. Будьте приятны.

### **Темы на обсуждение на сессии совета**

1. История организации.
2. Краткий обзор программ и услуг клиентам.
3. Список членов совета и предписания.
4. Список комитетов совета и задачи каждого комитета.
5. Список персонала и обязанности каждого.
6. Копия устава.
7. Копии других документов.
8. Копия миссии организации.
9. Копии последних отчетов за год и квартал.
10. Копии публикаций.
11. Брошюры агентства.
12. Описание всех юридических моментов.
13. Протокол сессии совета за последний год.
14. Долгосрочные планы.
15. Цели и задачи на год.
16. Политика персонала и процедуры.
17. Годовой бюджет.
18. Итоги годового аудита.
19. Финансовая отчетность за прошедший год.
20. Список источников финансирования, сумм финансирования из каждого источника, цели и ограничения финансирования.

### **Как сделать так, чтобы комитеты работали эффективно.**

1. Убедитесь, что комитет действительно нужен.
2. Убедитесь, что каждый знает, для чего он нужен.
3. В комитете должны быть нужные люди.
4. Уберите из комитета тех, кто не имеет права быть членом комитета, или тех, кто не работает.
5. Не проводите собраний без цели.
6. Заранее предупреждайте участников о предстоящем собрании.
7. Там, где возможно заранее рассылайте материалы.
8. Поощряйте тех, кто участвует в собрании.
9. Не приветствуйте тех, кто не дает высказываться другим.
10. Начиная и заканчивайте собрания вовремя.
11. В программе, прежде всего, отражайте наиболее важные моменты.
12. Определяйте время для обсуждения в соответствии с тем, насколько важна тема для обсуждения.
13. Рассылайте членам план собрания, заостряя внимание на том, какие результаты были достигнуты и на том, какие назначения были сделаны.
14. В комитете не должно быть более 8 человек.
15. Уделяйте особое внимание заданиям и срокам окончания работы.
16. Не обсуждайте, не начинайте обсуждать заново, не продолжайте обсуждать один и тот же вопрос.
17. На каждое собрание составляйте программу.
18. Завершайте каждое собрание тем, что необходимо сделать и кто это должен сделать.
19. Перепроверьте соглашения, достигнутые по наиболее важным вопросам.
20. Не позволяйте того, чтобы во время собраний проводились не относящиеся к делу обсуждения.
21. Убедитесь, что каждый согласен с решениями комитета.
22. Расставьте мебель так, чтобы каждому было удобно работать.
23. Используйте бейджики, в случае если участники не знают друг друга.
24. После каждого собрания проводите встречи для обсуждения.

### **Причины слабых отношений между волонтерами и персоналом**

1. Боязнь смещения с должности.
2. Боязнь понижения качества оказываемых услуг.
3. Боязнь того, что волонтер будет лучше сотрудника и "выживет" его.
4. Малая доля участия персонала в планировании работы волонтеров.
5. Малая доля участия в наборе, опросе, приеме волонтеров.
6. Отсутствие чувства "собственника" в программе волонтерства.
7. Недопонимание роли волонтеров.
8. Отсутствие ясности в вопросе о роли персонала при наблюдении за работой волонтеров.
9. Отсутствие опыта наблюдения за работой волонтеров.
10. Плохой предыдущий опыт работы с волонтерами.
11. Непонимание мотивации волонтера.
12. Недовольство дополнительным объемом работы.
13. Отсутствие системы поощрений персонала за работу с волонтерами.
14. Нереалистичные ожидания от работы волонтеров.
15. Личный антагонизм по отношению к волонтеру.
16. Неправильное назначение работы волонтеру.
17. Боязнь потери контроля над программой.
18. Сотрудник ведет себя резко.
19. Волонтер ведет себя резко.
20. Боязнь осуждения сообществом.
21. Боязнь изменений.
22. Ощущение того, что волонтерская программа является предложением для того, чтобы не решать действительные проблемы.

### **Ориентация персонала в вопросе работы с волонтерами**

1. Расскажите историю волонтерской программы.
2. Объясните типы деятельности, которые обычно выполняются и не выполняются волонтерами.
3. Скажите, что высшее руководство будет помогать персоналу при работе с волонтерами.
4. Расскажите о волонтерах: кто они, их биографические данные.
5. Объясните, какой вклад внесут волонтеры в организацию.
6. Детально объясните роль персонала в планировании работы с волонтерами, наборе, отборе, приеме и наблюдении за работой волонтеров.
7. Приведите примеры того, когда персоналу была полезна, выгодна работа с волонтерами.
8. Расскажите о том, что делать с проблемными волонтерами.
9. Расскажите, как действовать, если сотрудник захочет взять еще одного или несколько волонтеров.
10. Четко объясните различия между ролями координатора и остального персонала.
11. Проясните, кто за кем и за чем наблюдает.
12. Приведите примеры того, что не нужно делать с волонтерами.
13. Расскажите, как вычислить и поощрить хорошего волонтера.
14. Объясните, что значит для персонала волонтерская программа.
15. Вынесите предложения, как можно оценить работу волонтеров.
16. Не допускайте никаких стереотипов, касающихся волонтеров.
17. Постарайтесь сделать так, чтобы на ориентации выступали как руководство, так и персонал, волонтеры.

### **Маркетинг Вашей волонтерской программы**

1. Проведите демографическое исследование в вашем городе - население, средний возраст, доход, профили работы, традиции волонтерства и т.д.
2. Определите сегодняшний тип волонтера: возраст, образование, доход, продолжительность работы, навыки, источники и т.д.
3. Составьте список других групп и агентств, которые работают в той же области предоставления услуг, или же которые предоставляют потенциальных волонтеров.
4. Составьте список лидеров этих групп.
5. Узнайте, к каким группам принадлежат уже работающие у Вас волонтеры.
6. Узнайте, насколько глубоко другие организации работают с теми же группами, которые Вы исследуете.
7. Узнайте, какие мероприятия, программы, услуги и продукты проводятся/продаются другими организациями.
8. Что Вам действительно нужно?
9. Что Вы действительно хотите?
10. Что у кого есть и кто Вам действительно нужен?
11. Что Вы можете предложить взамен получения того, что Вам нужно?
12. Что Вы можете предложить волонтерам за их услуги?
13. Что, кого Вы хотите получить, проведя маркетинговое исследование? Для чего: набор, фандрейзинг, приобретение друзей и т.д.?
14. Какой метод наиболее подходит для проведения Вашего маркетингового исследования: публикации, личные встречи, рекламные мероприятия и т.д.?

15. На каких "рынках" есть то, что Вы хотите, что Вам нужно, какие личные контакты у Вас теперь есть, чтобы придти на эти рынки?
16. Определите, кто открывает двери на эти рынки.
17. Кто является тем человеком, который может дать Вам то, что Вам необходимо?
18. Какой метод является лучшим для определения Ваших потребностей на рынке?
19. Когда будете проводить изучение рынка, говорите, что Вам нужно и что Вы можете предложить взамен. Заранее определитесь, где Вы будете проводить переговоры.
20. Уточняйте мелкие детали: \$100, 20 волонтеров, поддержка и т.д.
21. Узнайте мотивацию людей, перед тем как задавать вопросы. Не ждите ответа "Да", просто потому, что Ваша программа спасет мир.

### **Связи с общественностью и идеи продвижения информации**

1. Поговорите с руководителями театров, чтобы те предоставляли Вам время для объявления о мероприятиях вашего агентства перед спектаклями.
2. Используйте чеки, банковские документы и т.д.
3. Попросите банки, чтобы они приклеивали Ваши объявления к обратной стороне чеков, конвертов и других документов.
4. Попросите церкви, чтобы те вставляли Ваши объявления в свои бюллетени.
5. Завяжите контакт с редакторами пресс-релизов местных клубов, ассоциаций и предоставьте им копию Вашей политики промоушена.
6. Попросите газеты, чтобы они вставляли Вашу рекламу в газеты.
7. Добейтесь того, чтобы газеты завели рубрику "Требуется помощь волонтеров".
8. Раздайте мойщикам машин Вашего города рекламки. Попросите их, чтобы они раздавали их своим клиентам.
9. Попросите владельцев небольших кафе и круглосуточных магазинов, чтобы они прикладывали Ваши рекламки к чекам.
10. Попросите кинотеатры, чтобы те показывали слайды о Вашей программе перед началом сеанса.
11. Разносите рекламки по Машинам с Подарками, чтобы они раздавали их клиентам.
12. Организуйте бюро спикеров для проведения выступлений перед общественностью.
13. Найдите риэлтеров, которые имеют непроданные еще здания и попросите у них разрешения развесить на этих зданиях плакаты с Вашей информацией.
14. Получите разрешение на вывеску больших рекламных полос на оживленных улицах города, с целью оповещения о предстоящем событии Вашей организации.
15. Проведите конкурс в школе на лучший плакат о событии Вашего агентства или услугах Вашего агентства. Плакаты-победители выставьте на улицах города.

### **Как провести мероприятие на местном уровне**

1. Определите миссию/цель мероприятия. Как бы Вам хотелось, чтобы оно прошло? Каким Вы видите завершение мероприятия? Какой результат Вы ожидаете?
2. Определите цели и задачи мероприятия. Сколько людей участвует? Сколько денег потребуется? Сколько печатных материалов требуется? Старайтесь быть реалистичнее.
3. Определите время проведения мероприятия, начиная анализировать, какие мероприятия у Вас уже запланированы.
4. Нарисуйте схему взаимодействия с другими организациями, чтобы спланировать и провести мероприятие.
5. Точно определите роль каждого: кто что будет делать, когда, для кого.
6. Определите издержки: доллары, время, энергия.
7. Определите бюджет.
8. Определите дизайн работы.
9. Для назначения людей на должности проводите мозговой штурм для каждой должности. Назначение на должность производите на основе реальной возможности заявителя, не полагайтесь на легкость набора.
10. Начертите диаграмму всех рабочих мест, чтобы не пропустить чего-нибудь.
11. Сопоставьте диаграмму рабочих мест и время работы с диаграммой директора Вашего агентства.
12. Определите задачи всего мероприятия и задачи каждой части мероприятия.
13. Найдите лидеров программы.
14. Напишите роли участников программы.
15. Установите постоянную связь между потенциальными лидерами.
16. Проводите встречи с лидерами.
17. Сопоставьте работу, которую необходимо сделать с задачами и необходимым для этого временем.
18. Отбросьте работу, которая не соответствует цели.
19. У рабочих перед глазами должна всегда стоять мечта или миссия.
20. Воспринимайте набор рабочих как успех Вашей работы.
21. Учитывайте непредвиденные обстоятельства при составлении календарного плана.
22. Все должно быть как можно проще.
23. Проведите мозговой штурм, чтобы выявить возможные проблемы и иметь готовый план 2.
24. Ничего не предполагайте. Все должно быть точным.
25. По мере приближения даты проведения мероприятия проводите чаще собрания.
26. На первом же собрании определите, как и кем будет оценено мероприятие.
27. Проводите оценку мероприятия, как только оно закончится, но не в тот же день.
28. Выразите благодарность всем, кто помогал в проведении мероприятия.

29. Сообщите о результатах мероприятия всем, кто был вовлечен в него.
30. Документируйте результаты мероприятия для того, чтобы использовать их в будущем.

#### **Расписание специального рекламного мероприятия**

1. **за 6-10 недель до мероприятия:** Рассылка приглашений по почте или объявление о проведении мероприятия.
2. **За 4 недели до мероприятия:** Объявление в СМИ.
3. **За 3 недели до мероприятия:** Поместите объявление о мероприятии в газету.
4. **За 2 недели до мероприятия:** Постарайтесь выяснить от тех, кто вовлечен в мероприятие, как идут дела, что думают о мероприятии другие.
5. **За 1 - 2 недели до мероприятия:** Поместите объявление в еженедельной и местной газете.
6. **За день до мероприятия:** Закончите все подготовительные мероприятия. Соберите волонтеров для встречи с представителями СМИ.
7. **Через неделю после проведения мероприятия:** Распространите результаты мероприятия. Поблагодарите всех, кто принимал участие в мероприятии.