

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский Технический Институт

институт

Экономика и гуманитарные дисциплины

кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

« 24 »

Т.Б. Коняхина  
\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

июня 2021 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01 Экономика

код, наименование специальности

Экономический подход к исследованию волонтерства  
на примере Республики Хакасия

тема

Научный руководитель	_____	доцент, к. э. н	М.А. Кузнецова
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____		С.И. Рахмалевич
	подпись, дата		инициалы, фамилия
Выпускник	_____		А.В. Таранова
	подпись, дата		инициалы, фамилия
Рецензент	_____		
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Абакан 2021



**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы: Экономический  
подход к исследованию волонтерства на примере Республики Хакасия

ВКР выполнена на [ ] страницах с использованием [ ] таблиц, [ ] приложений, [ ] использованных источников, [ ] формул, [ ] листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: [ \_\_\_\_\_ ]

Автор работы, гр. №	<u>77-1</u>	_____	<u>А.В. Таранова</u>
		подпись	инициалы, фамилия
Автор работы, гр. №	<u>77-1</u>	_____	<u>С.И. Рахмалевич</u>
		подпись	инициалы, фамилия
Руководитель работы		_____	<u>М.А. Кузнецова</u>
		подпись	инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2021

Цель – [ ]

Задачи: [ ]

Научная новизна: [ ]

**SUMMARY**  
**GRADUATION THESIS**

**Bachelor's thesis**

The title of the bachelor's thesis is: The study of volunteering in Republic of Khakassia from the economic point of view

The bachelor's thesis is composed of three chapters on [ ] pages [ ], containing [ ] tables, [ ] addenda, [ ] citations, [ ] formulas and [ ] slides.

Keywords: [ \_\_\_\_\_ ]

Research's author, student's group. №	<u>77-1</u>	signature	<u>A.V Taranova</u> first and patronymic names' initials, surname
Research's author, student's group. №	<u>77-1</u>	signature	<u>S.I. Rakhmalevich</u> first and patronymic names' initials, surname
Scientific supervisor		signature	<u>M.A. Kuznetsova</u> first and patronymic names' initials, surname

The bachelor's thesis defense year – 2021

The major objective of this thesis is to \_\_\_\_\_

Goals of this bachelor's thesis are: \_\_\_\_\_

Actuality: \_\_\_\_\_

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский Технический Институт

институт

Экономика и гуманитарные дисциплины

кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Т.Б. Коняхина  
подпись инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

в форме бакалаврской работы

Студенту \_\_\_\_\_ Рахмалевич Сергею Игоревичу  
\_\_\_\_\_ фамилия, имя, отчество

Группа \_\_\_\_\_ 77-1 \_\_\_\_\_ Направление (специальность) \_\_\_\_\_ 38.03.01  
\_\_\_\_\_ номер \_\_\_\_\_ код

\_\_\_\_\_ Экономика  
\_\_\_\_\_ наименование

Тема выпускной квалификационной работы: \_\_\_\_\_ Экономический подход к  
\_\_\_\_\_ исследованию волонтерства на примере Республики Хакасия

Утверждена приказом по институту № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_ М.А. Кузнецова, к. э. н., доцент  
\_\_\_\_\_ инициалы, фамилия, должность, ученое звание

Исходные данные для ВКР

Перечень разделов ВКР

Перечень графического материала (слайдов)

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_ М.А. Кузнецова  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ С.И. Рахмалевич  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ инициалы, фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Студенту \_\_\_\_\_ Тарановой Анастасии Владимировне  
фамилия, имя, отчество

Группа \_\_\_\_\_ 77-1 \_\_\_\_\_ Направление (специальность) \_\_\_\_\_ 38.03.01  
номер код

\_\_\_\_\_ Экономика  
наименование

Тема выпускной квалификационной работы: \_\_\_\_\_ Экономический подход к  
исследованию волонтерства на примере Республики Хакасия

Утверждена приказом по институту № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_ М.А. Кузнецова, к. э. н., доцент  
инициалы, фамилия, должность, ученое звание

Исходные данные для ВКР

Перечень разделов ВКР

Перечень графического материала (слайдов)

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_ М.А. Кузнецова  
подпись инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ А.В. Таранова  
подпись инициалы, фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	9
1 Теоретико-методологические аспекты волонтерской деятельности.....	12
1.1 Понятия и виды эффективности волонтерской деятельности.....	12
1.2 Подходы и экономическая оценка волонтерской деятельности.....	14
1.3 Роль государства в поддержке волонтерской деятельности, как инструмент повышения экономического эффекта .....	20
2 Анализ и оценка эффективности волонтерской деятельности в республике Хакасия.....	25
2.1 Анализ волонтерской деятельности в Республике Хакасия.....	25
2.2 Результаты проведенного социального исследования.....	28
3 Корпоративное волонтерство.....	81
3.1 Роль корпоративного волонтерства в государственной политике.....	81
3.2 Корпоративное волонтерство, как выгодный проект для коммерческих компаний .....	88
3.3 Корпоративное волонтерство: опыт российских компаний. ....	96
3.4 Взаимодействие коммерческих организаций с органами региональной власти в области развития и продвижения волонтерской деятельности на примере Республики Хакасия .....	103
Заключение .....	108



## ВВЕДЕНИЕ

В последнее время, добровольчество становится значительно популярным, при чем не только среди отдельных граждан Российской Федерации, но и среди коммерческих компаний. Это большая заслуга федеральных органов власти.

В выступлении на расширенном заседании Государственного совета было отмечено, что «Развитие человека – это и основная цель и необходимое условие прогресса современного общества... абсолютный национальный приоритет» [1].

Добровольческая деятельность является значительным ресурсом для решения социально-значимых проблем местных сообществ. Возможности для объединения граждан и привлечения их к добровольческой общественно-полезной деятельности, которые предоставляет Федеральный закон №131-ФЗ, сегодня практически не используются. Чем больше будет создано возможностей для применения добровольческих усилий в различных сферах общества, тем лучше.

На международном уровне Организация Объединенных Наций и Европейский Союз признают за волонтером важную роль в социальном и даже экономическом развитии стран. Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций объявила 2001 год международным годом волонтерства [2]. В частности, резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 56/38 [3] гласит, что:

- волонтерская деятельность позволяет гражданам участвовать в демократическом процессе;
- волонтерская деятельность является благом для добровольца, его близких родственников, различных сообществ и всего общества;
- волонтерская деятельность вносит вклад в интеграцию в общество людей, ранее изолированных и маргинальных;
- волонтерская деятельность является средством постоянного обучения и образования и содействует повышению степени готовности к работе;
- волонтерская деятельность объединяет и порождает межсекторное партнерство;

– волонтерская деятельность обладает огромной экономической ценностью.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что добровольчество выгодно:

– для государства, поскольку добровольцы, независимо от своего социального и должностного положения, места жительства, политических и религиозных убеждений, участвуют в делах общества, помогая более эффективно выполнять задачи, стоящие перед государством и обществом;

– для становления отечественного гражданского общества, поскольку добровольческая деятельность служит повышению роли общественных и некоммерческих организаций, как институтов гражданского общества, в решении местных, региональных и общенациональных задач;

– для социального развития, поскольку позволяет привлечь значительные ресурсы для решения социально значимых проблем;

– для экономического развития, поскольку добровольческая деятельность является важным элементом повышения занятости населения, экономии государственных расходов на социальную деятельность;

– для бизнеса, поскольку работники компаний, участвующие в добровольческой деятельности помогают местному сообществу, получают новые знания и навыки, развивают свои организаторские способности, а компания получает положительный образ в обществе;

– для системы образования, поскольку добровольческая деятельность детей и молодежи – это эффективный метод формирования и развития их знаний и навыков, духовно-нравственного и трудового воспитания, а также средство реализации профессионального интереса для карьерного роста, особенно в части получения опыта общения в коллективе и получения специальных знаний и навыков, необходимых в семье, в составе которой есть граждане пожилого возраста, инвалиды, дети и пр.

– для средств массовой информации, поскольку работа добровольцев полна интересных случаев взаимопомощи и работы по улучшению условий жизни местных сообществ.

Целью бакалаврской работы является определение вектора развития корпоративного волонтерства в Республике Хакасия.

Объект: анализ эффективности волонтерской деятельности на территории Республики Хакасия

Предмет: мнение граждан в вопросах волонтерской деятельности и мероприятия, принимаемые органами муниципалитета, для повышения уровня активности добровольческой деятельности.

На основе поставленной цели сформулированы следующие задачи:

1) Рассмотреть теоретические аспекты, а именно разобрать определение волонтерству, рассмотреть виды волонтерства. Указать влияние роли государства в поддержке добровольческой деятельности;

2) Провести анализ и оценку эффективности волонтерской деятельности на территории Республики Хакасия. Узнать мнения граждан путем социального опроса в онлайн форме и полевым исследованием;

3) Узнать, как волонтерство влияет на экономику предприятий и регионов.

Для написания работы были использованы следующие источники информации: нормативно-методическая литература, мнение граждан по отношению к волонтерской деятельности, труды отечественных авторов в области анализа волонтерской деятельности в целом и корпоративного волонтерства, а также учебная литература, периодические издания и публикации материалов с сайтов Интернет [4].

# 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## 1.1 Понятия и виды эффективности волонтерской деятельности

История волонтерской деятельности берет свое начало с введения воинской обязанности. В странах Европы в следствие войн было необходимо существенное число солдат, однако из-за недостатка денежных средств было обговорено, что за победу наградой станет только слава и военная добыча [5].

В результате выяснилось, что этого хватает для продуктивной деятельности людей. Вскоре стали появляться сообщества добровольцев, которые касались различных сфер жизнедеятельности как способа экономии ресурсов [5].

Непосредственно следует ознакомиться и с самим понятием волонтерство. Волонтерство – это добровольная деятельность людей, направленная на оказание бескорыстной помощи тем, кто в ней нуждается.

Волонтерской деятельности присущи следующие основные характеристики:

– Поощрение. Волонтер не занимается добровольческой деятельностью с целью получения денежной прибыли, и любое финансовое возмещение не должно превышать стоимость выполненной работы;

– Добрая воля;

– Эффект от деятельности. Должен существовать круг лиц, получающий выгоду помимо семьи или друзей волонтера;

– Организационный состав. Добровольчество может быть скоординированным или нескоординированным, осуществляться в частном порядке или в группе, общественных или частных организациях.

Специфика функций добровольческой деятельности достаточно многообразна [6]:

– содействие в создании и формировании гражданского общества;

– передача общественных ценностей и традиций;

- гражданская социализация отдельной личности;
- объединение общества посредством ассоциации граждан, формирование социального капитала;
- кооперация усилий с целью охраны прав и интересов граждан;
- самоуправление и совместное решение вопросов общества на базе социальных инноваций;
- защита незащищенных слоев общества, а также их общественная адаптация;
- свободное самовыражение и творчество людей в социальной сфере общества.

Также добровольческая деятельность может быть квалифицирована по различным направлениям. В таблице 1 представлена данная классификация.

Таблица 1 – Классификация волонтерской деятельности по различным направлениям.

Профессиональная помощь	Помощь незащищенным группам населения	Помощь в проведении мероприятий
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Медицинское волонтерство</li> <li>– Волонтерство в чрезвычайных ситуациях</li> <li>– Волонтерство в сфере культуры</li> <li>– Волонтерство в сфере образования</li> <li>– Экологическое волонтерство</li> <li>– Корпоративное волонтерство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Социальное волонтерство</li> <li>– Семейное волонтерство</li> <li>– Инклюзивное волонтерство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Волонтеры победы</li> <li>– Событийное волонтерство</li> <li>– Серебряное волонтерство</li> </ul>

Волонтерская деятельность имеет следующие сущностные характеристики [7]:

- Социальный и экономический эффект;

- Эффект в сфере науки и техники;
- Эффект в сфере экологии;
- Религиозный эффект;
- Отсутствие или минимальная оплата труда;
- Выгода для людей, не являющихся волонтеру близкими родственниками;
- Свободный выбор работы волонтером без принуждения и внешних обязательств;
- Равноценность характера работы волонтеров в рамках организации и вне организованных видов деятельности [там же].

Отсюда следует, что волонтерская деятельность делает ценный вклад в общественную сферу государства и улучшает качества жизни людей, образует новые стандарты в поведении граждан, включая в системе производственных взаимоотношений. Общее распространение добровольческого движения объясняет повышение социальной ответственности в социуме, что имеет отражение также и в трудовой культуре населения [там же].

## **1.2 Подходы и экономическая оценка волонтерской деятельности**

В течение последних лет происходит стабильный прирост граждан и организаций, принимающих участие в добровольческой деятельности. Добровольческая деятельность предоставляет условия для развития страны и региона на основе добровольной, сознательной деятельности по большому спектру направлений. Отсюда добровольчество стало объектом для исследования целого ряда наук [там же].

В настоящее время имеются различные подходы к изучению волонтерской деятельности, и одним из них, как раз-таки, является экономический подход.

Сегодня существуют различные подходы к изучению волонтерской деятельности:

- Социальный подход. Добровольческий труд крепко переплетается с независимым социальным сектором, который состоит из институтов гражданского общества, некоммерческих организаций. Он следует их ценностям

свободы, альтруизма, взаимопомощи, самореализации, характеризуется такими качествами, как духовность, морально-положительная направленность.

Получаемые благодаря добровольческому участию в деятельности некоммерческих организаций услуги объясняются как социально значимые блага, производство и потребление которых связано с значительными внешними эффектами.

– Социально-экономический подход. Хотя добровольческая деятельность существует на безвозмездной основе, социально-экономическая оценка показывает существенную степень развития добровольчества на уровне города, региона и страны. Для анализа этого подхода в первую очередь нужно убедить общество в важности волонтерской помощи и в том, что она вносит серьезный вклад в развитие города, региона и страны. Потом оценивать добровольческий труд по следующим показателям: время, затраченное волонтером на оказание помощи, и эффективность сделанной работы, а не только проекта.

– Социокультурный подход. Данный подход направлен на изучение добровольчества как важной части социальной системы, его влияния на общество или наоборот путем анализа социального мнения относительно волонтерства и оценки отношения волонтеров к своей деятельности. Подход включает субъективные и объективные оценки. Такое знание позволяет изучить добровольчество с разных точек зрения, понять его комплексно как социальный институт и социальную общность.

– Институциональный подход. Этот подход к изучению добровольчества позволяет изучить развитие волонтерства в конкретных общественных, культурных, исторических условиях, перевоплощение самоорганизации людей, влияние волонтерства на социализацию, профессионализацию, становление личности, общества. Этот подход определяет типы и методы целенаправленного влияния и регулирования социальных связей и взаимодействий в рамках системы добровольчества, существующих и эффективных в конкретных социо-исторических условиях [8].

Рассмотрим наиболее подробно социально-экономический подход к исследованию волонтерской деятельности.

Экономический подход дает возможность прояснить связь среди добровольческой деятельности и социально-экономическими выгодами для человека, общности и социума в целом. Хозяйственные науки дают возможность дать оценку стоимости волонтерского труда. Эти науки основаны на сравнительном анализе ценности труда волонтера и наемного работника, сравнении цены оказания услуг в рыночных условиях и в некоммерческом секторе.

Дополнительно экономический подход дает возможность прояснить экономические и политические возможности, производить оценку результативности системы управления волонтерской деятельностью, оценивать ее как ресурс общественного развития. Имплементация экономического подхода возможна при изучении существующих проблем трудовой занятости населения, развития и функционирования рынка волонтерского труда.

Изучение добровольческой деятельности с точки зрения экономического подхода, уровни и характеристики которой отображены в таблице 2, подразумевает изучение экономической ценности волонтерской деятельности на трех уровнях.

Таблица 2 – Исследование волонтерской деятельности с позиции экономического подхода.

Уровень анализа экономической ценности добровольческой деятельности	Характеристика
микроуровень	оценка экономической ценности труда добровольца как для него самого, так и тому, кому он оказывает помощь
организационный уровень	измерение стоимости мероприятий, проектов, которая организация смогла реализовать благодаря



Уровень анализа экономической ценности добровольческой деятельности	Характеристика
	деятельности волонтеров
макроуровень	оценка вклада волонтерского труда в общественное развитие на уровне страны (региона) и в глобальном масштабе

Добровольческая деятельность, как и любая другая, существует с целью получения определенного результата от нее. В конкретном случае, изучая добровольческую деятельность с точки зрения хозяйственного подхода, мы ожидаем получить экономический эффект.

Экономический эффект проявляется посредством установления добровольчества как одного из разновидностей результативной деятельности, как труда, который добавляет ценность использованию товаров и услуг, чем увеличивает значительно свою рыночную стоимость.

В теории волонтерская деятельность рассматривается как один из четырех видов труда, а волонтеры определяются как рабочая сила.

Хозяйственный эффект волонтерской деятельности расценивается через труд, как экономическая категория. В Международной организации труда (МОТ) отмечены следующие характеристики по оцениванию волонтерского труда:

- экономический эффект;
- бесплатность (допустимо возмещение расходов или небольшое вознаграждение);
- выгодность для разных слоев населения, а не только для малого круга лиц;
- равноценность формального (через организацию) и неформального (индивидуальная работа волонтера без организации) характера труда добровольца [7].

При исследовании добровольчества как особого явления на рынке труда выделяют три уровня анализа:

1) макроэкономический – с точки зрения добровольчества как нестандартной формы занятости,

2) микроэкономический аспект – анализ функционирования организации, привлекающей волонтеров,

3) наноуровень – изучение поведения отдельно взятого волонтера.

На макроуровне работа на добровольной основе изучается:

1) как занятость, имеющая конкретный хозяйственный эффект. В этом случае объясняется, каким образом результаты труда добровольцев отражаются в национальных счетах, какова стоимость произведенных ими товаров и услуг и как контролировать деятельность добровольцев, чтобы они работали в единых правовых условиях;

2) как деятельность, которая имеет непосредственное влияние на трудовые ресурсы страны. Показывается, каким образом масштабы распространения волонтерства влияют на объемы, структуру и динамику официальной занятости;

3) как явление, которое оказывает влияние на общественную ситуацию в стране. Прослеживается изменение уровня общественной энтропии в стране, меняется ли уровень жизни населения, уровень удовлетворенности жизнью и как меняется общественное напряжение и риск возникновения общественных потрясений.

Микроэкономический аспект подразумевает полное изучение деятельности отдельно взятой добровольческой организации и волонтеров, как нанимаемых работников.

На наноуровне изучения добровольчества, в качестве объекта исследования приводят отдельного волонтера. По этой причине на первый план анализа выходит его мотивация к волонтерскому труду, его социально-демографический портрет, индивидуальные результаты от участия в добровольческой деятельности и т.д.

При изучении волонтерства как отдельного сектора рынка труда, в настоящее время используются в основном экспертные методы оценки экономических эффектов, что, к сожалению, приводит к основательному разбросу данных и трудности их сравнения.

Для оценивания масштабов распространения такого явления можно учитывать тремя путями:

– как число людей, привлеченных в добровольческую деятельность в течение конкретного периода. Такой способ очень условен, потому что при расчете в равной мере учитываются те, кто уделяет время добровольчеству на постоянной основе и те, кто участвовал в каком-либо волонтерском проекте лишь один раз;

– как суммированное количество часов, которые жители страны уделили добровольческой деятельности за конкретный период;

– как стоимость произведенных волонтерами товаров и услуг за отдельно взятый период.

Первый и последний методы можно разделить на абсолютный и относительный: количество добровольцев в относительном измерении можно посчитать, как долю от всего населения или только трудоспособного, а стоимость товаров и услуг – как долю ВВП.

Также необходимо это учитывать при сравнительной характеристике стран. С хозяйственной перспективы более перспективным показателем является стоимость произведенных волонтерами товаров и услуг, для оценки которой предлагается использовать следующую технологию:

1) Узнать количество добровольцев и время, которое каждый из них потратил на волонтерство в определенный промежуток времени. Эти данные определяются на базе экспертных оценок: как правило, результаты опроса небольшой выборки населения экстраполируются на все население страны.

2) Посчитать общее количество времени, посвященное добровольчеству в конкретный промежуток времени.

Суммарное количество отработанных волонтерами часов умножается на денежную стоимость, в результате чего получается условно исчисленная «стоимость времени», затраченного на волонтерскую деятельность, то есть ее экономический эффект.

Далее этот метод можно развить и отдельно посчитать количество рабочих часов добровольцев, занятых на разных видах работ, с тем чтобы применять различную ставку условной заработной платы.

Далее стоимость часа волонтерского труда может определяться как:

- стоимость часа работы добровольца, исходя из его зарплаты на основном месте работы;
- стоимость часа волонтерской работы, в соответствии со средней оплатой за такой вид деятельности;
- рыночная стоимость этого товара, если дело связано с производством товара [9].

Подводя итог всему вышесказанному можно сделать вывод, что целью добровольца не является получение прибыли, но его труд приносит материальный или нематериальный результат, которому целесообразно дать оценку: его деятельность оказывает влияние на благополучателей, на него самого, на организации, через которые волонтер был привлечен к работе, и в целом на качество жизни общества.

### **1.3 Роль государства в поддержке волонтерской деятельности, как инструмент повышения экономического эффекта**

Одним из наиболее важных направлений государственной политики в Российской Федерации считается вовлечение граждан в добровольческое движение в разных сферах: формируется событийное, спортивное, культурное, социальное, экологическое и медицинское волонтерство [10].

Это подтверждает Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ "О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)", а именно статья 17.4 [11].

Органы государственной власти и органы местного самоуправления осуществляют поддержку добровольческой (волонтерской) деятельности в формах, предусмотренных настоящим Федеральным законом и другими нормативными правовыми актами Российской Федерации [12].

В настоящее время в России особое внимание стало уделяться поддержке волонтерства для достижения максимального экономического эффекта от данного вида деятельности. Об этом свидетельствует такой документ, как План мероприятий по развитию добровольческого (волонтерского) движения в Российской Федерации был утвержден Правительством Российской Федерации 5 июля 2017 г. № 4723п-П44 [13].

В рамках настоящего плана представлены следующие разделы по развитию волонтерского движения в Российской Федерации.

1. Реализация межсекториальных мер, направленных на развитие добровольчества (волонтерства). Совершенствование механизмов государственного регулирования, содействующих развитию добровольчества (волонтерства), в том числе формирование условий для привлечения финансирования организаций добровольческой (волонтерской) деятельности.

2. Мероприятия по совершенствованию механизмов взаимодействия добровольческих (волонтерских) организаций с органами государственной власти и заинтересованными организациями.

3. Мероприятия по развитию механизмов поддержки добровольчества (волонтерства).

4. Реализация мер, направленных на развитие добровольческого (волонтерского) движения по приоритетным направлениям.

5. Контрольные показатели реализации плана мероприятий.

В рамках указанного плана федеральными органами исполнительной власти Российской Федерации осуществлялись меры по поддержке добровольчества, достигнутые результаты отражены в докладах по реализации плана, которые готовились каждые полгода. Помимо этого, начиная с 2018 г.

Минэкономразвития России ежегодно готовит доклад о развитии добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации.

Также согласно данному плану были утверждены следующие нормативно-правовые документы, регламентирующие развитие волонтерской деятельности на территории Российской Федерации:

– 27 декабря 2018 г. распоряжением Правительства Российской Федерации от № 2950-р была утверждена Концепция содействия развитию добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года [14].

– 20 июня 2019 г. Правительством Российской Федерации был утвержден план мероприятий по реализации Концепции содействия развитию добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года №5486п-П44 и план мероприятий по популяризации добровольчества, деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций и благотворительности № 5377п-П44 [15] [16].

– 27 декабря 2018 г. распоряжением Правительства Российской Федерации от № 2950-р была утверждена Концепция содействия развитию добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года [17].

– 20 июня 2019 г. Правительством Российской Федерации был утвержден план мероприятий по реализации Концепции содействия развитию добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года № 5486п-П44 и план мероприятий по популяризации добровольчества, деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций и благотворительности № 5377п-П44 [16].

Еще одним не менее важным документом по развитию волонтерской деятельности является План мероприятий по популяризации добровольчества, деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО) и благотворительности, утвержденный Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации от 19 июня 2019 года № 5377п-П44.

Данный план включает в себя следующие разделы по популяризации добровольчества:

1. Создание контента о волонтерстве, деятельности социально ориентированной некоммерческой организации и благотворительности;
2. Увеличение открытости деятельности СОНКО, в том числе благотворительных, и волонтерских объединений, повышение их потенциала по взаимодействию со СМИ;
3. Оказание государственной информационной поддержки СОНКО, в том числе благотворительным, и добровольческим объединениям;
4. Помощь запуску и льготному размещению социальной рекламы, созданной СОНКО и добровольческими объединениями.

Все вышеперечисленные нормативно-правовые документы создаются на основании того, что, в первую очередь, государство заинтересованно в развитии волонтерского движения не только для достижения социального эффекта, но и экономического, в том числе. Это подтверждает и генеральный директор Агентства стратегических инициатив Российской Федерации Светлана Чупшева в своем интервью Российской газете (Федеральный выпуск № 13 (7476)):

«Репортер: Светлана Витальевна, понятно, что волонтеры, вообще добровольчество, помогают решать многие социальные вопросы. Но и им надо помогать развиваться. Стране это и с точки зрения экономики выгодно. Каковы перспективы этого направления?»

Светлана Чупшева: С одной стороны, волонтеров может напугать вопрос экономического эффекта. Конечно, это не рабский добровольческий труд. По оценкам минэкономразвития, в деятельности НКО в 2016 году участвовали добровольцы, и их вклад в экономику оценен примерно в 16 миллиардов рублей. Как он получается? По сути это минимальный размер оплаты труда в расчете на одного добровольца, умноженный на число задействованных в этом процессе человек. Мы рассчитываем, что системные меры поддержки добровольчества позволят вовлечь до 25 миллионов человек в масштабах страны, соответственно можно прикинуть - 125 миллиардов рублей.

Р: Кто и как долго будет работать на достижение таких цифр?

С.Ч.: Социологические исследования называют цифру от 2 до 10 процентов населения, привлеченных в добровольческое движение. Наш горизонт планирования – пока пять лет, именно за это время, мы считаем, вклад добровольцев в экономику может стать соизмерим со вкладом крупных отраслей нашей страны.» [18].

Таким образом, можно сделать вывод, что государство проявляет неподдельный интерес в развитии как добровольчества в целом, так и в рассмотрении его как явления способного принести максимально полезный эффект с экономической точки зрения.



## **2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ**

### **2.1 Анализ волонтерской деятельности в Республике Хакасия**

Сегодня волонтерство рассматривается как одна из ключевых форм проявления деятельности людей по всему миру. Государственная молодежная стратегия Правительства РФ, а также субъектов РФ ставит перед собой задачу систематического привлечения молодых людей в социальную жизнь. Главным направлением является помощь и формирование молодежных инициатив, создающих добровольческий труд молодежи.

В Республике Хакасия наряду с государственными нормативными документами существуют документы, регламентирующие развитие и поддержку волонтерской деятельности на региональном уровне. Одним из таких документов является Региональная программа "Развитие добровольчества (волонтерства) в Республике Хакасия на 2019-2024 годы", разработанная Министерством образования и утвержденная постановлением Президиума Правительства Республики Хакасия от 30.12.2019 № 195-п [19].

Исполнение поставленных в Программе целей подразумевает проведение на систематической основе комплекса мероприятий по следующим направлениям, которые сформированы в соответствии с Планом мероприятий по реализации Концепции содействия развитию добровольчества в Российской Федерации до 2025 года, утвержденным Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации от 20.06.2019 № 5486п-П44:

- Улучшение нормативного правового регулирования и правоприменительной практики в сфере развития волонтерства;
- Создание инфраструктуры поддержки волонтерской деятельности;
- Исполнение мер поощрения и поддержки граждан, участвующих в волонтерской деятельности;
- Повышение волонтерской деятельности отдельных категорий граждан;

– Помощь реализации отдельных направлений волонтерской деятельности;

– Помощь волонтерства в Республике Хакасия;

– Помощь в развитии волонтерства в корпоративном секторе;

– Надзор над развитием волонтерской деятельности.

Программа подразумевает исполнение комплекса взаимосвязанных мероприятий, которые могут позволить создать достаточные условия и возможности для развития волонтерства на территории Республики Хакасия и повышения уровня вовлеченности в добровольческую деятельность граждан всех возрастов по следующим направлениям добровольчества:

– Волонтерство в сфере образования;

– Волонтерство в сфере здравоохранения;

– Волонтерство в сфере социальной поддержки и социального обслуживания населения;

– Волонтерство в сфере культуры;

– Волонтерство в сфере охраны природы;

– Волонтерство в сфере предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;

– Волонтерство в сфере развития городской среды и туристической деятельности;

– Волонтерство в сфере гражданско-патриотического воспитания;

– Волонтерство в сфере содействия в поиске пропавших людей, а также помощь органам внутренних дел и иным правоохранительным органам в охране общественного порядка в добровольных народных дружинах;

– Инклюзивное волонтерство;

– Добровольческая деятельность старшего возраста;

– Корпоративное добровольчество;

– Иные направления волонтерства.

На сегодняшний день на территории Республики Хакасия существует целый ряд добровольческих организаций и движений, направленных на оказание

помощи в различных сферах жизнедеятельности людей. Список действующих волонтерских организаций представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Список волонтерских организаций, действующих в Республике Хакасия, с описанием деятельности.

Организация	Описание деятельности
«Поиск пропавших детей-Абакан»	Вид деятельности связан с поиском пропавших людей. Является частью большой всероссийской организации волонтеров, главный штаб которой находится в г. Москва
Группа помощи бездомным животным «ЗооЗабота»	Направление деятельности организации – помощь бездомным животным. Оказывает помощь в пристройстве бездомных животных, лечении, поиске передержек. Главная цель – гуманное сокращение численности бездомных животных путем их стерилизации.
«Волонтеры-медики РХ»	Направления деятельности: помощь в сфере здравоохранения. Занимается помощью медицинскому персоналу, профориентацией школьников, занимается медицинским сопровождением спортивных и культурных мероприятий.
Добровольческое агентство «Бумеранг»	Направления деятельности – социальная помощь пожилым людям, ветеранам ВОВ, людям с ОВЗ, помощь детям с ограниченными возможностями, детям категории СОП и ТЖС, помощь животным, помощь учреждениям социальной сферы, мед. добровольчество, помощь молодым семьям.
Хакасское региональное отделение Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы»	Направления деятельности: – Помощь ветеранам; – Благоустройство памятных мест; – Участие в организации парадов Победы; – Организация исторических квестов, акций, мероприятий, с целью патриотического воспитания молодежи.
«Дом Волонтера»	Направления деятельности – социальное волонтерство, событийное волонтерство. «Дом Волонтера» – это

Организация	Описание деятельности
	координационный центр, с помощью которого проводятся масштабные городские акции и мероприятия.
Хакасская региональная общественная организация молодых семей «Семейная академия»	Направления деятельности – поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, организация обучения волонтеров в работе с семьями, находящимися в трудной жизненной ситуации.
«Чистые Игры Хакасия»	Экологический образовательный волонтерский проект по сбору и сортировке мусора. Суть проекта заключается в организации и проведении командных соревнований по сбору и сортировке мусора, которые проводятся на загрязненных территориях.

Исходя из вышесказанного, Республика Хакасия действительно заинтересована в развитии волонтерства и привлечении к занятию данным видом деятельности как можно большего числа молодежи. От модели государственной молодежной политики, которая объективно опиралась на количественные показатели (рост охвата молодежи, ее вовлеченности в различные молодежные практики), следует переходить к повышению качества по всем направлениям деятельности молодежи и ее развития.

В связи с этим, чтобы определить дальнейший план действий по привлечению молодежи в волонтерскую деятельность, было проведено исследование, путем анкетирования молодых людей от 14-ти до 35-ти лет, на выявления характера отношения молодежи к волонтерской деятельности, результаты которого приведены в разделе 2.2.

## 2.2 Результаты проведенного социального исследования

Был проведен анкетированный опрос населения республики Хакасия на тему «Оценка отношения граждан к добровольческой деятельности и реализации государственной молодежной политики». Результаты проведенного исследования представлены ниже.

1. Половая принадлежность респондентов (рисунок 1).

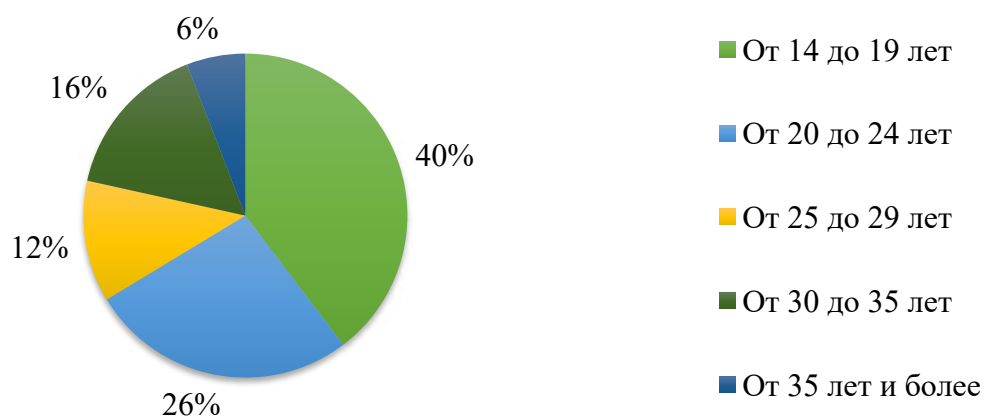


Пол респондента	Количество человек	Структура
Мужской	2 430	48,60
Женский	2 570	51,40

Рисунок 1 – полученные данные на вопрос №1 из проведенного социального исследования

В опросе приняли больше женщин (51,4%), чем мужчин (48,6%) из всей численности опрошенных респондентов.

2. Возрастная категория жителей республики Хакасия (рисунок 2).



	Количество человек	Структура
От 14 до 19 лет	1 985	39,69
От 20 до 24 лет	1 333	26,65
От 25 до 29 лет	607	12,13
От 30 до 35 лет	784	15,68
От 35 лет и более	291	5,86

Рисунок 2 – полученные данные на вопрос №2 из проведенного социального исследования

Наибольшая доля респондентов – респонденты в возрасте от 14 до 19 лет (39,69%). Наименьший удельный вес занимают отвечающие в возрасте старше 35 лет.

### 3. Семейное положение респондентов (рисунок 3).

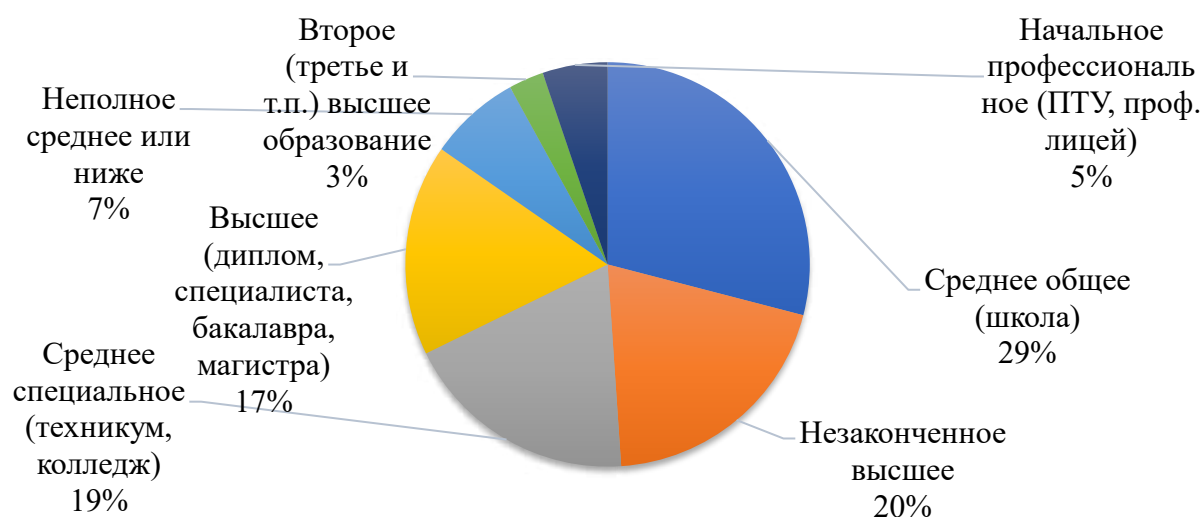


	Количество человек	Структура
Не замужем / холост	3 478	69,55
Замужем / женат	970	19,39
В гражданском браке	552	11,06

Рисунок 3 – полученные результаты на вопрос №3 из проведенного социального исследования

Исходя из выше представленных данных, можно сделать вывод, что большинство граждан, прошедших опрос, представляют категорию не замужем / холост – 69,55 %, замужем / женаты – 19,39% опрошиваемых, и 11,06% респондентов состоят в гражданском браке.

#### 4. Образование респондентов (рисунок 4).



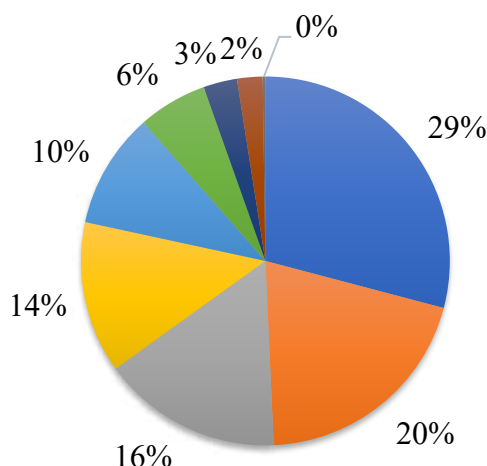
	Количество человек	Структура
Среднее общее (школа)	1 452	29,04
Незаконченное высшее	994	19,88
Среднее специальное (техникум, колледж)	941	18,81
Высшее (диплом, специалиста, бакалавра, магистра)	846	16,91
Неполное среднее или ниже	367	7,34
Начальное профессиональное (ПТУ, проф. лицей)	260	5,20
Второе (третье и т.п.) высшее образование	140	2,81

Рисунок 4 – полученные результаты на вопрос №4 из проведенного социального исследования

Наибольший удельный вес занимает категория опрошиваемых с средним образованием– 29,04%, затем с незаконченным высшим – 20%. Наименьший удельный вес занимают следующие категории опрошиваемых: неполное среднее образование или ниже – 7,34%, начальное профессиональное образование – 5,2% и второе высшее образование – 2,81%.

## 5. Основной род деятельности респондентов (рисунок 5).

- Студент вуза
- Учащийся техникума, колледжа
- Работаю по найму на предприятии
- Работаю в бюджетной сфере
- Учащийся школы, гимназии, лицея
- Военнослужащий, полицейский
- Имею собственное дело
- Безработный
- Другое



	Количество человек	Структура
Студент вуза	1 456	29,11
Учащийся техникума, колледжа	1 009	20,18
Работаю по найму на предприятии	789	15,79
Работаю в бюджетной сфере	666	13,32
Учащийся школы, гимназии, лицея	507	10,13
Военнослужащий, полицейский	303	6,06
Имею собственное дело	148	2,95
Безработный	112	2,23

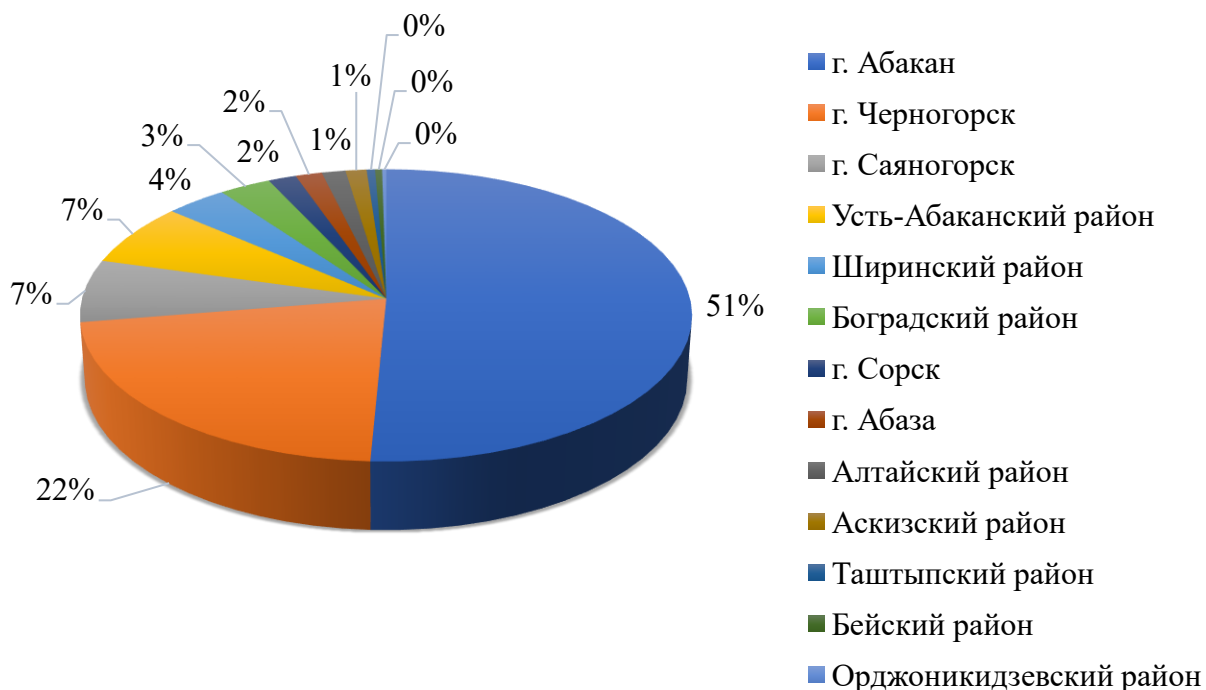
Рисунок 5 – полученные результаты на вопрос №5 из проведенного социального исследования

Большая часть граждан, прошедших опрос, являются студенты вузов – 29,11% и учащийся техникумов и колледжей – 20,18%, 15,79% опрошенных – рабочие по найму на предприятиях, рабочие в бюджетной сфере – 13,32%.



Наименьшую долю участников опроса занимают военнослужащие и полицейские – 6,06%, самозанятые – 2,95% и безработные граждане – 3,4%.

6. Регион проживания жителей республики Хакасия (рисунок 6).

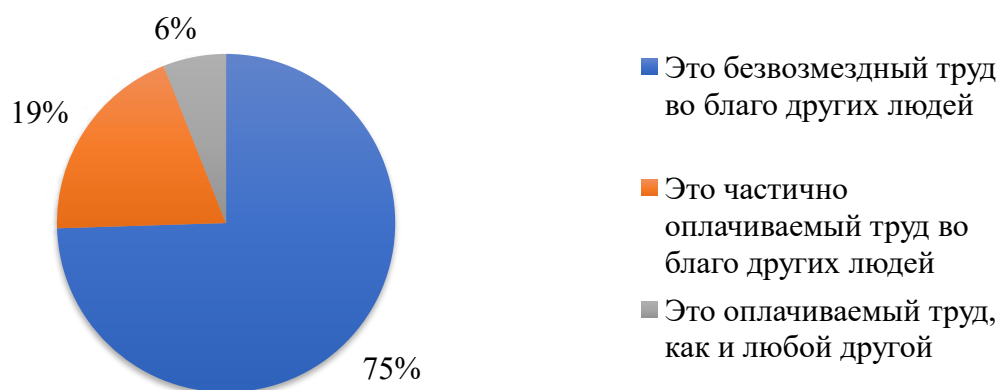


	Количество человек	Структура
г. Абакан	2 537	50,74
г. Черногорск	1 085	21,70
г. Саяногорск	347	6,93
Усть-Абаканский район	347	6,93
Ширинский район	182	3,63
Боградский район	153	3,05
г. Сорск	83	1,65
г. Абаза	79	1,57
Алтайский район	70	1,40
Аскизский район	62	1,24
Таштыпский район	25	0,50
Бейский район	21	0,41
Орджоникидзевский район	13	0,25

Рисунок 6 – полученные результаты на вопрос №6 из проведенного социального исследования

Наибольшая доля участников опроса проживает в городе Абакане – 50,74%. Далее по убыванию: в г. Черногорске – 21,70%, г. Саяногорске – 6,93%, жители Усть-Абаканского района – 6,93%, Ширинского района – 3,63%, Боградского района – 3,05%, городов Сорск – 1,65% и Абазы – 1,57%, Алтайского района – 1,40% и Аскизского района – 1,24%. Наименьшую долю опрошенных приходится на жителей Таштыпского – 0,5%, Бейского – 0,41% и Орджоникидзевский районов – 0,25%.

7. Представление содержания добровольческой (волонтерской) деятельности гражданами (рисунок 7).



	Количество человек	Структура
Это безвозмездный труд во благо других людей	3 725	74,50
Это частично оплачиваемый труд во благо других людей	974	19,47
Это оплачиваемый труд, как и любой другой	301	6,02

Рисунок 7 – полученные результаты на вопрос №7 из проведенного социального исследования

Наибольшее количество опрошиваемых – 74,50% представляет содержание добровольческой деятельности, как безвозмездный труд во благо

других людей, 19,47%, принявших участие в опросе, считают, что добровольческая деятельность – это частично оплачиваемый труд во благо других людей, и только 6,02% респондентов думают о добровольческой деятельности, как о оплачиваемом труде других людей.

8. Мнение граждан на то, кто чаще становится участником волонтерской деятельности (рисунок 8).



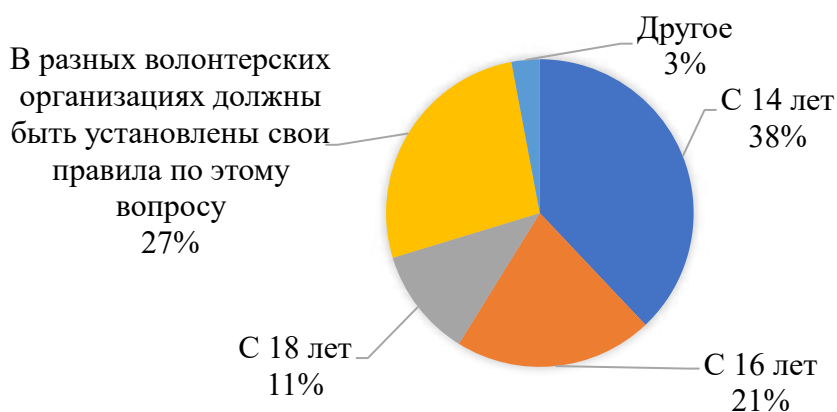
	Количество человек	Структура
Студенты ВУЗов	1 625	27,09
Учащиеся учебных заведений начального и среднего профессионального образования	1 336	22,26
Учащиеся школ	935	15,59
Молодые люди, которые не учатся и не работают	732	12,20
Работающая молодежь	652	10,87
Взрослые люди	529	8,81
Пенсионеры	190	3,17

Рисунок 8 – полученные результаты на вопрос №8 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов считают, что участниками волонтерской деятельности чаще всего становятся студенты ВУЗов – 27,09% и учащиеся

заведений начального и среднего профессионального образования – 22,26%.  
 Меньше всего, по мнению респондентов, в волонтерской деятельности участвуют пенсионеры – 3,17%.

9. Мнение опрошенных на то, со скольких лет можно стать волонтером (рисунок 9).

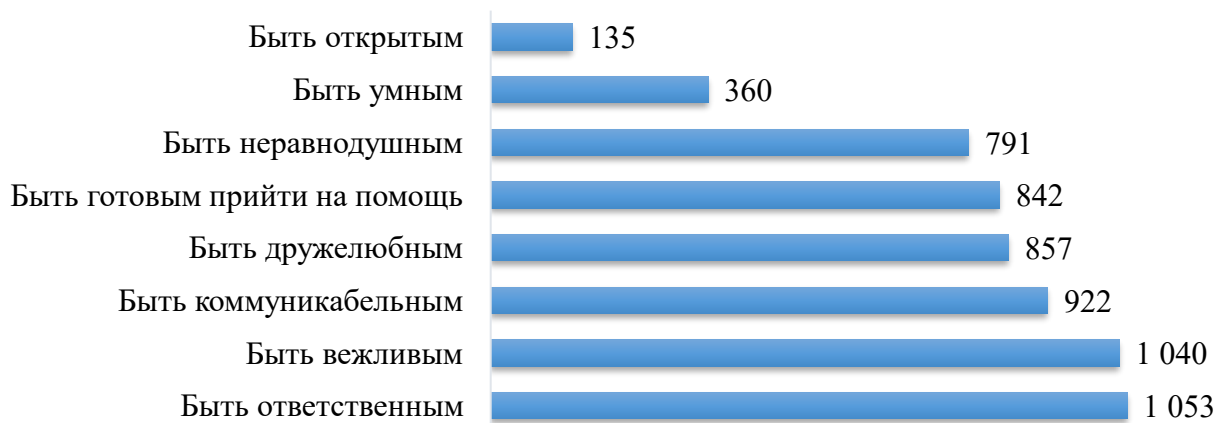


	Количество человек	Структура
С 14 лет	1 898	37,95
С 16 лет	1 044	20,87
С 18 лет	574	11,47
В разных волонтерских организациях должны быть установлены свои правила по этому вопросу	1 337	26,73
Другое	149	2,97

Рисунок 9 – полученные результаты на вопрос №9 из проведенного социального исследования

В основном участники опроса склонны полагать, что волонтером можно стать с 14-ти лет – 37,95%. Также большинство респондентов отмечают, что волонтером можно стать с 16-ти лет – 20,87%. Наименьшая доля (3%) прошедших опрос, считает иначе.

10. Мнение на то, какими качествами должен обладать волонтер (рисунок 10).



	Количество человек	Структура
Быть ответственным	1053	17,55
Быть вежливым	1040	17,34
Быть коммуникабельным	922	15,37
Быть дружелюбным	857	14,28
Быть готовым прийти на помощь	842	14,03
Быть равнодушным	791	13,19
Быть умным	360	6,00
Быть открытым	135	2,24

Рисунок 10 – полученные результаты на вопрос №10 из проведенного социального исследования

По мнению большинства респондентов, волонтер должен обладать следующими качествами: быть ответственным – 17,55%, быть вежливым – 17,34%, быть коммуникабельным – 15,37%, быть дружелюбным – 14,28%, быть готовым прийти на помощь – 14,03%, быть равнодушным – 13,19%.

11. Значимость общественной волонтерской работы для граждан (рисунок 11).



	Количество человек	Структура
Возможность принести людям пользу	1 926	32,10
Участие в общественной жизни	966	16,10
Общественная деятельность в свободное время	810	13,49
Воля человека проявлять свою активность	748	12,47
Приобретение нового опыта	689	11,48
Общение с интересными людьми	514	8,56
Реализация собственных идей	262	4,36
Затрудняюсь ответить	75	1,25
Другое	12	0,19

Рисунок 11 – полученные результаты на вопрос №11 из проведенного социального исследования

Для большинства опрошиваемых общественная волонтерская работа – это, в первую очередь, возможность приносить помощь людям – 32,10%, примерно равное количество респондентов считает, что волонтерская работа – общественная деятельность в свободное время – 13,49%; воля человека проявлять свою активность – 12,47%; а также приобретение нового опыта – 11,48%, и только 1,25% участников опроса затруднились ответить на данный вопрос.

12. Мнение граждан на то, что является основным мотивом к осуществлению добровольческой деятельности (рисунок 12).

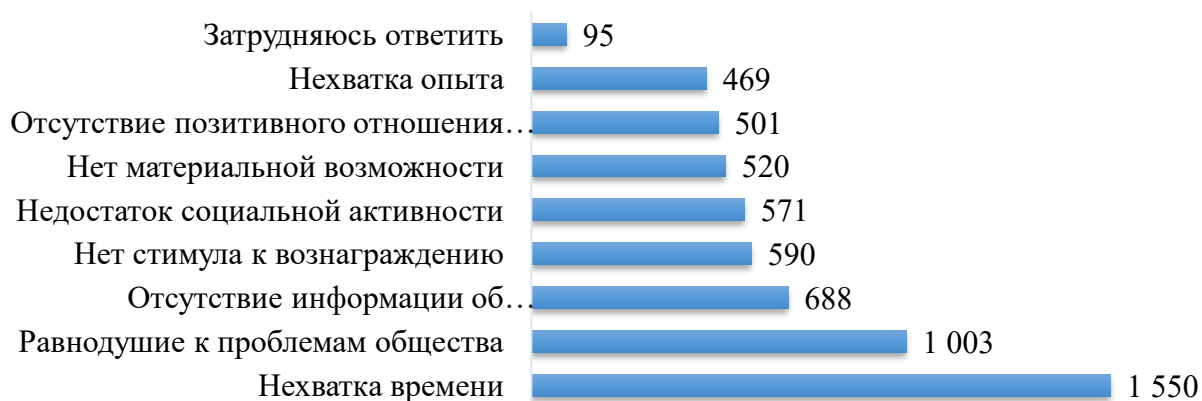


	Количество человек	Структура
Возможность перспектив (поездка, обучение на семинаре и т.д.)	1 660	27,67
Наем на работу по результатам деятельности в волонтерском движении	1 213	20,22
Публичное признание заслуг перед обществом с привлечением прессы	1 190	19,82
Вручение грамоты или личная благодарность от известного человека	963	16,05
Возможность получения материального вознаграждения	707	11,77
Другое	268	4,47

Рисунок 12 – полученные результаты на вопрос №12 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов – 27,67%, считает, что основным мотивом к осуществления добровольческой деятельности является возможность перспектив (поездка, обучение на семинаре и т.д.) и наем на работу по результатам деятельности в волонтерском движении – 20,22%. Наименьшее же количество опрошенных – 11,77%, говорят о том, что основным мотивом к осуществления добровольческой деятельности является возможность получения материального вознаграждения. 4,47% респондентов выбрали другой вариант ответа.

13. Мнение граждан на то, что может препятствовать им для участия в добровольческой деятельности (рисунок 13).



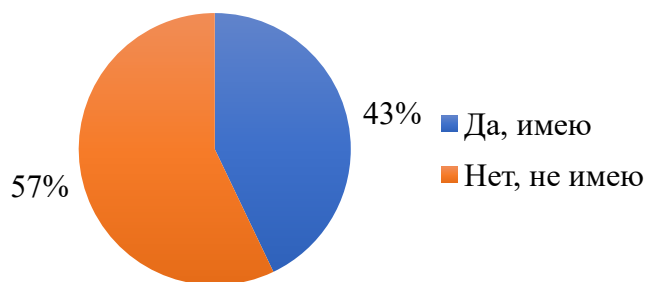
	Количество человек	Структура
Нехватка времени	1 550	25,83
Равнодушие к проблемам общества	1 003	16,71
Отсутствие информации об организациях, которые этим занимаются	688	11,74
Нет стимула к вознаграждению	590	9,82
Недостаток социальной активности	571	9,51
Нет материальной возможности	520	8,66
Отсутствие позитивного отношения общества к подобной деятельности	501	8,35
Нехватка опыта	469	7,81
Затрудняюсь ответить	95	1,58

Рисунок 13 – полученные результаты на вопрос №13 из проведенного социального исследования

Наиболее распространенной причиной, препятствующей участию в волонтерской деятельности, является нехватка времени, так ответили 25,83% прошедших опрос. Меньше всего участников опроса – 7,81%, считают, что препятствием для участия в волонтерской деятельности является нехватка опыта. 1,58% респондентов затруднились ответить.



14. Наличие опыта у респондентов осуществления добровольческой деятельности (рисунок 14).

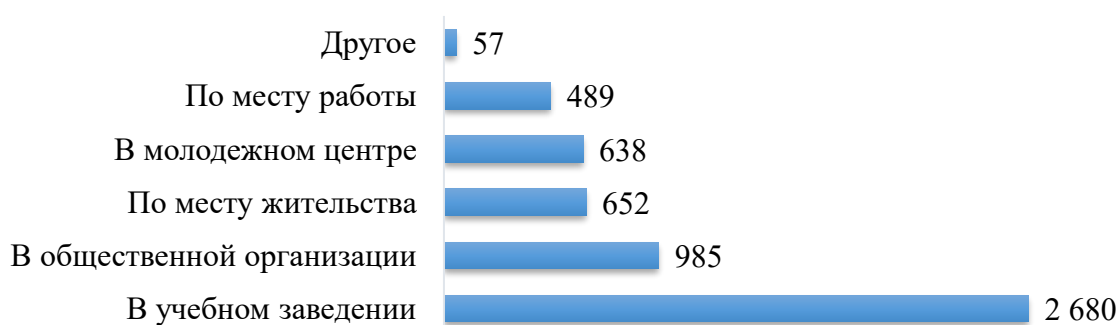


Полученный ответ	Количество человек	Структура
Да, имею	2 145	42,90
Нет, не имею	2 855	57,10

Рисунок 14 – полученные результаты на вопрос №14 из проведенного социального исследования

Исходя из выше представленных данных, можно сделать вывод, что тех участников опроса, которые имеют опыт волонтерской деятельности меньше – 42,90%, чем тех, которые этого опыта не имеют – 57,10%.

15. Место получения опыта волонтерской деятельности (рисунок 15).



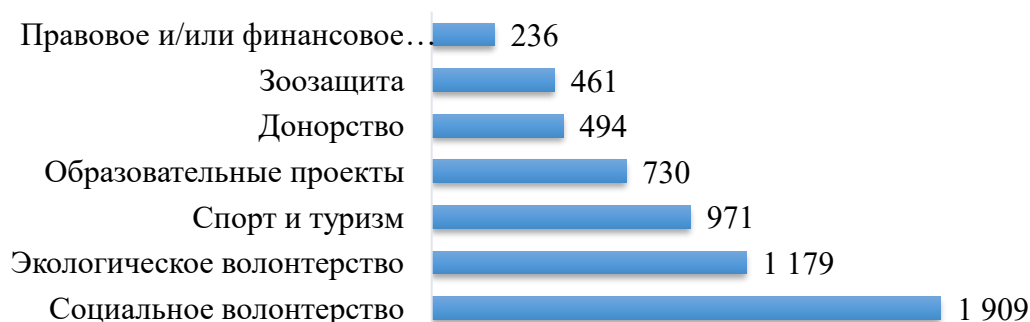
Полученный ответ	Количество человек	Структура
В учебном заведении	2 680	48,71
В общественной организации	985	17,91
По месту жительства	652	11,86
В молодежном центре	638	11,60

Полученный ответ	Количество человек	Структура
По месту работы	489	8,89
Другое	57	1,03

Рисунок 15 – полученные результаты на вопрос №15 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов получили опыт волонтерской деятельности в учебном заведении – 48,71%, примерно равное количество опрошенных получили опыт волонтерской деятельности по месту жительства – 11,86% и в молодежном центре – 11,60%. Меньше всего респонденты выбирали другой вариант ответа – 1,03%.

16. Данные, полученные на вопрос «В каких сферах общественно-полезной деятельности Вы принимали / принимаете участие?» (рисунок 16).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Социальное волонтерство	1 909	31,81
Экологическое волонтерство	1 179	19,65
Спорт и туризм	971	16,18
Образовательные проекты	730	12,16
Донорство	494	8,23
Зоозащита	461	7,68
Правовое и/или финансовое просвещение граждан	236	3,93

Рисунок 16 – полученные результаты на вопрос №16 из проведенного социального исследования

Исходя из выше представленных данных, можно сделать вывод, что на вопрос: «В каких сферах общественно-полезной деятельности Вы принимали / принимаете участие?» больше всего респондентов ответили, что это социальное волонтерство – 31,81% и только 3,31% ответили, что это правовое и / или финансовое просвещение граждан.

17. Виды социальной добровольческой деятельности, в которых участвовали респонденты (рисунок 17).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Помощь пожилым гражданам	2 437	40,61
Помощь людям с ограниченными возможностями	1 225	20,42
Помощь детям-сиротам	817	13,61
Помощь в условиях пандемии	705	11,75
Помощь в поиске граждан	533	8,89
Другое	283	4,72

Рисунок 17 – полученные результаты на вопрос №17 из проведенного социального исследования

Исходя из выше представленных данных, можно сделать вывод, что, в основном, респонденты принимали участие в следующих видах добровольческой деятельности – помощь пожилым гражданам – 40,61%. Помощь людям с ограниченными возможностями оказывали 20,42% опрошенных, помощь детям-сиротам – 13,61%, помощь в условиях пандемии –

11,75% и помощь в поиске граждан – 8,89%. 4,72% респондентов выбрали другой вариант ответа.

18. Сферы общественно-полезной деятельности, в которых респонденты хотели бы принять участие (рисунок 18).



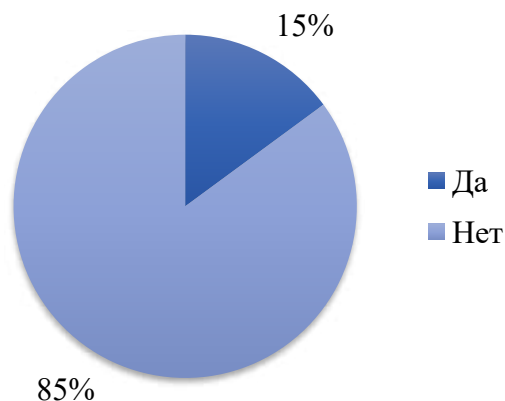
Полученный ответ	Количество человек	Структура
Экологическое волонтерство	894	14,90
Донорство	871	14,51
Зоозащита	840	13,99
Спорт и туризм	829	13,82
Помощь детям - инвалидам	736	12,26
Образовательные проекты	674	11,23
Не могу оказывать помощь, в связи с недостатком свободного времени	537	8,94
Правовое и/или финансовое просвещение граждан	394	6,56
Не хочу оказывать помощь	200	3,32
Другое	28	0,47

Рисунок 18 – полученные результаты на вопрос №18 из проведенного социального исследования

Исходя из выше представленных данных, можно сделать вывод, что, в основном, респонденты хотели бы принимать участие в следующих сферах общественно-полезной деятельности: экологическое волонтерство – 14,90%, донорство – 14,51%, зоозащита – 13,99%, спорт и туризм – 13,82%, помощь

детям-инвалидам – 12,26%, образовательные проекты – 11,23%. Меньше всего граждан, проходивших опрос, не хотят оказывать никакую помощь – 3,32%.

19. Состоят ли опрошенные на данный момент в добровольческих организациях (рисунок 19).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Да	746	14,91
Нет	4 254	85,09

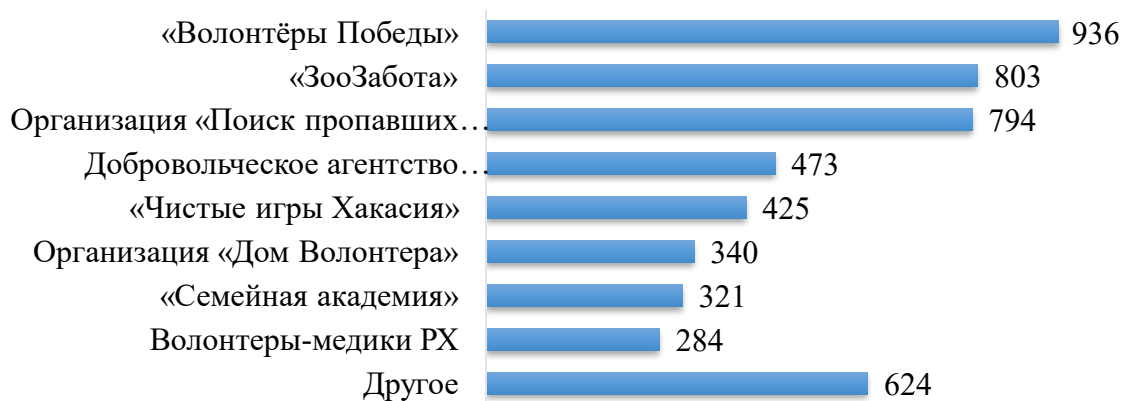
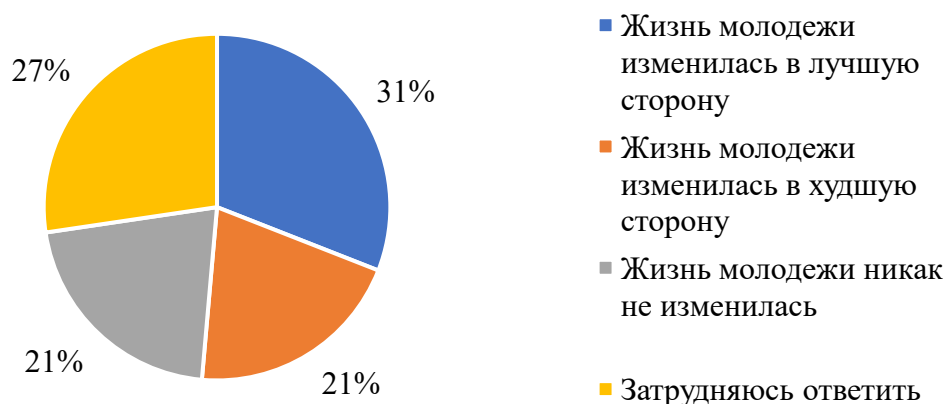


Рисунок 19 – полученные результаты на вопрос №19 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов не состоят в добровольческих организациях (85,09%). Большая часть респондентов, которая ответила утвердительно, состоит в «Волонтерах Победы». Также большинство принимает участие в следующих организациях: «ЗооЗабота», «Поиск пропавших детей - Абакан».

20. Мнение граждан на то, как за последние два года изменилась жизнь молодежи в республике Хакасия (рисунок 20).



Полученный ответ	Количество человек
Жизнь молодежи изменилась в лучшую сторону	1548
Жизнь молодежи изменилась в худшую сторону	1022
Жизнь молодежи никак не изменилась	1063
Затрудняюсь ответить	1367

Рисунок 20 – полученные результаты на вопрос №20 из проведенного социального исследования

По представленным данным большинство респондентов считают, что жизнь молодежи изменилась в лучшую сторону (31%). Многие граждане имели затруднения с ответом на данный вопрос (27%). Меньше всего респондентов (21%) считают, что жизнь молодежи стала хуже.

21. Мотивы респондентов на то, что им бы могло помочь внести свой вклад в улучшение жизни молодежи (рисунок 21).

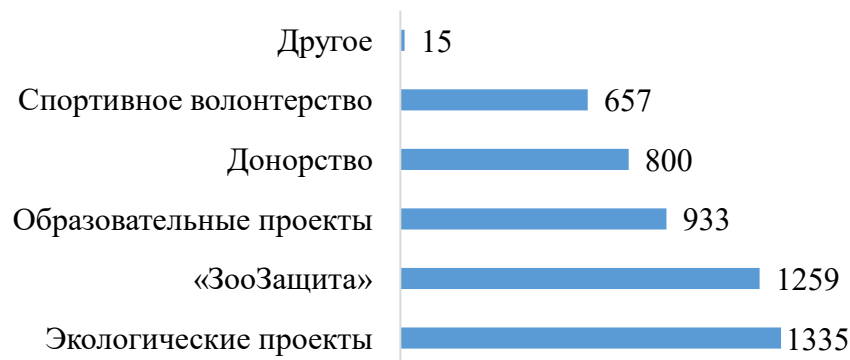


Полученный ответ	Количество человек
Наличие свободного времени	993
Финансовая поддержка	857
Наличие команды единомышленников	825
Вера в то, что это кому-то нужно	675
Желание помочь другим людям	686
Наличие идей, проектов	785
Затрудняюсь ответить	179

Рисунок 21 – полученные результаты на вопрос №21 из проведенного социального исследования

Респонденты склонны к мнению, что наличие свободного времени (20% опрошенных), финансовая поддержка (17% опрошенных), наличие команды единомышленников (16.5% опрошенных) и наличие идей, проектов (15.7%) – главные мотиваторы, которые помогли бы им внести вклад в улучшение жизни молодежи.

22. Направления волонтерской деятельности, которые требуют поддержки со стороны органов исполнительной власти (рисунок 22).

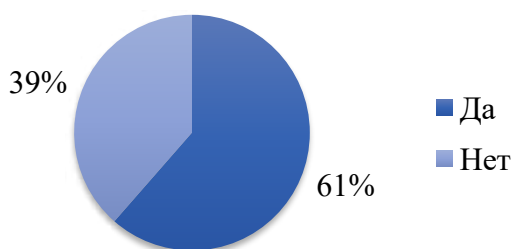


Полученный ответ	Количество человек
Экологические проекты	1 335
«ЗооЗащита»	1 259
Образовательные проекты	933
Донорство	800
Спортивное волонтерство	657
Другое	15

Рисунок 22 – полученные результаты на вопрос №22 из проведенного социального исследования

По мнению опрошенных, наиболее востребованные направления волонтерской деятельности в поддержке со стороны органов исполнительной власти – экологические проекты (26.7%), зоопроекты (25.19%), а также образовательные проекты (18.7%) и донорство (16%).

23. Мнение граждан на то, проводится ли в их населенном пункте целенаправленная работа с молодежью (рисунок 23).



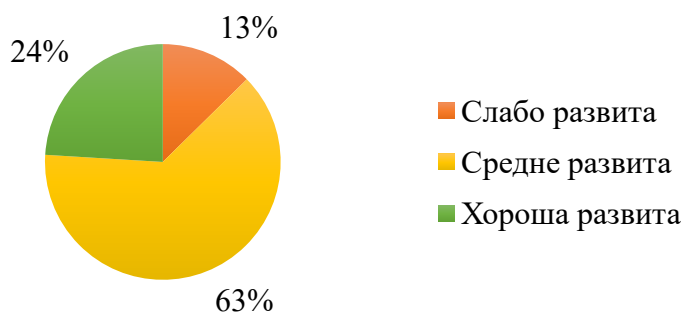


Полученный ответ	Количество человек
Да	3 050
Нет	1 950

Рисунок 23 – полученные результаты на вопрос №23 из проведенного социального исследования

Большинство (61%) опрошенных уверены, что в их населенном пункте проводится целенаправленная работа с молодежью.

24. Оценка молодежной политики муниципального района (города) (рисунок 24).

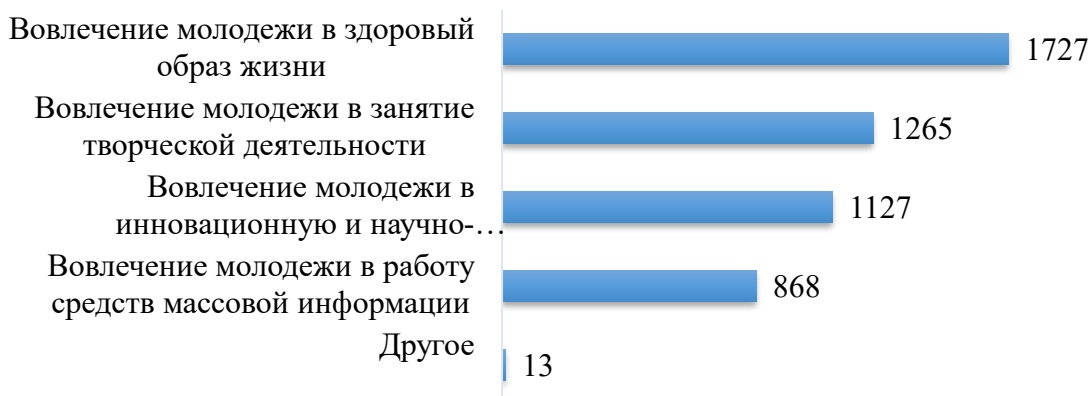


Полученный ответ	Количество человек
Слабо развита	650
Средне развита	3 150
Хорошо развита	1 200

Рисунок 24 – полученные результаты на вопрос №24 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов считают, что молодежная политика муниципального их места проживания развита средне (63%). 13% опрошенных считают, что молодежная политика развита слабо, 24% - молодежная политика развита хорошо.

25. Наиболее востребованное направление государственной молодежной политики в муниципальном районе (городе) (рисунок 25).



Полученный ответ	Количество человек
Вовлечение молодежи в работу средств массовой информации	868
Вовлечение молодежи в инновационную и научно-техническую деятельность	1 127
Вовлечение молодежи в занятие творческой деятельности	1 265
Вовлечение молодежи в здоровый образ жизни	1 727
Другое	13

Рисунок 25 – полученные результаты на вопрос №25 из проведенного социального исследования

Наиболее востребованным, по мнению опрошенных, является направление по вовлечению молодежи в здоровый образ жизни (1727 респондентов). Далее по убыванию востребованности идут следующие направления: вовлечение молодежи в занятие творческой деятельности (1265 человек), вовлечение молодежи в инновационную и научно-техническую деятельность (1127 человек) и вовлечение молодежи в работу средств массовой информации (868 человек).

26. Способы оценки эффективности государственной молодежной политики на региональном уровне (рисунок 26).

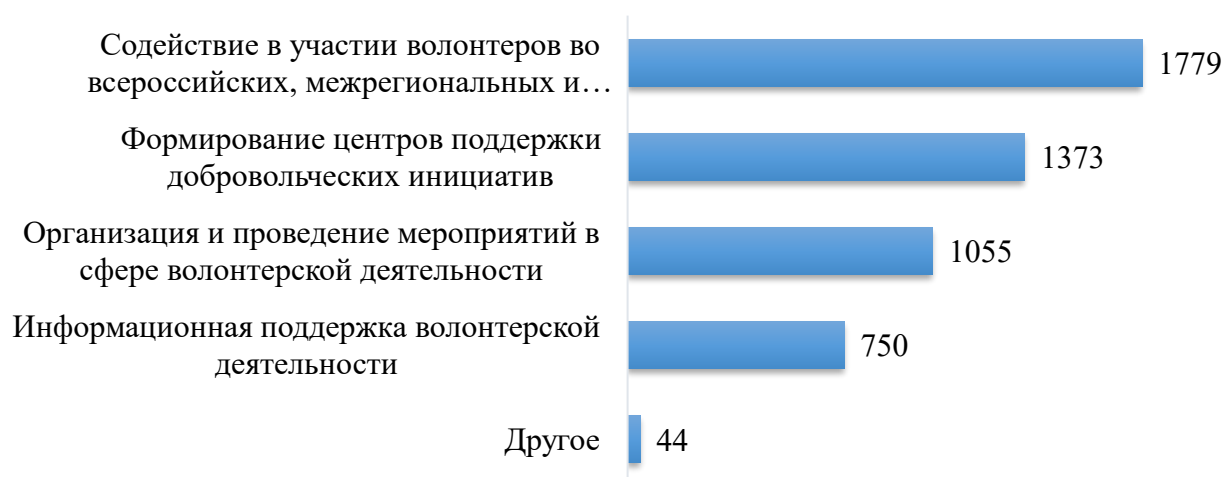


Полученный ответ	Количество человек
По количеству молодых людей, вовлеченных в молодежные движения и мероприятия	1 582
По показателям социального развития (уровень образования, здравоохранения, достижений в области науки, спорта и т.п.)	1 308
По количеству проводимых мероприятий в регионе муниципальном образовании	1 145
По объему финансирования, выделяемого на реализацию значимых молодежных мероприятий	708
Затрудняюсь ответить	257

Рисунок 26 – полученные результаты на вопрос №26 из проведенного социального исследования

Эффективность государственной молодежной политики на региональном уровне, по мнению респондентов, определяется в большей степени по количеству вовлеченных молодых людей в молодежные политики и мероприятия. Опрашиваемые в меньшей степени считают, что эффективность политики определяется по объему финансирования денежных средств на молодежные мероприятия.

27. Наиболее эффективные меры поддержки волонтерской деятельности со стороны органов исполнительной власти (рисунок 27).

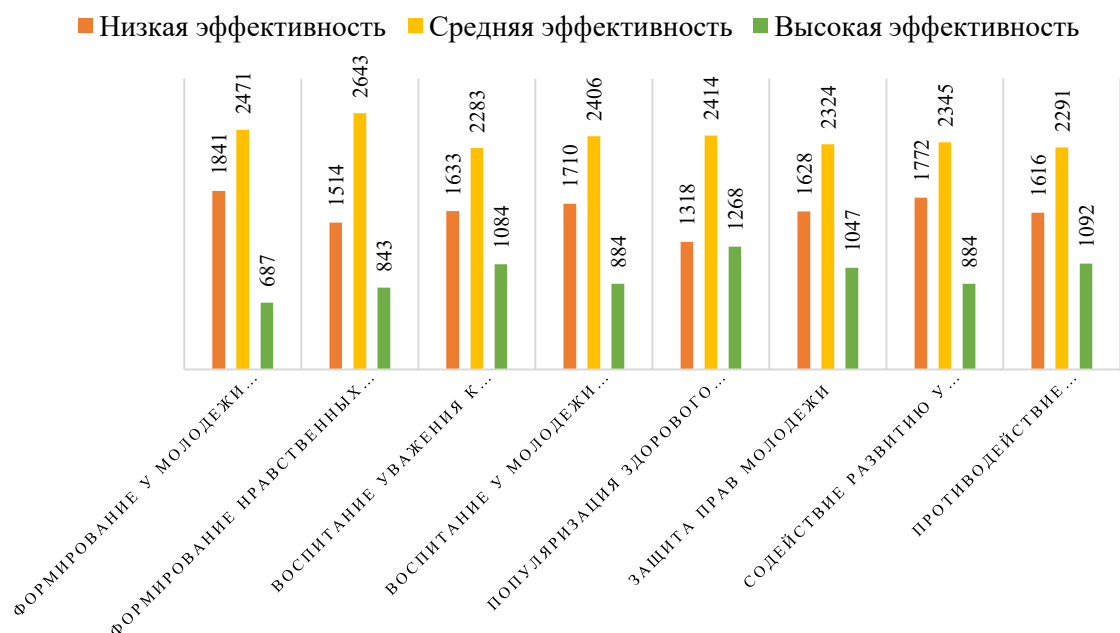


Полученный ответ	Количество человек
Информационная поддержка волонтерской деятельности	750
Организация и проведение мероприятий в сфере волонтерской деятельности	1 055
Формирование центров поддержки добровольческих инициатив	1 373
Содействие в участии волонтеров во всероссийских, межрегиональных и республиканских конкурсах и мероприятиях для добровольцев, в слетах, обучающих семинарах и тренингах, фестивалях	1 779

Рисунок 27 – полученные результаты на вопрос №27 из проведенного социального исследования

Респонденты считают, что наиболее эффективной меры поддержки волонтерской деятельности со стороны государства является содействие в участии волонтеров во всероссийских, межрегиональных и республиканских конкурсах и мероприятиях для добровольцев, в слетах, обучающих семинарах и тренингах, фестивалях (36%). Следующей эффективной мерой считается формирование центров поддержки добровольческих инициатив (28%). Респонденты также предлагают финансирование деятельности и возможное бесплатное обучение (1%).

28. Оценка эффективности разных направлений работы с молодежью для общества (рисунок 28).



Полученный ответ	Низкая эффективность	Средняя эффективность	Высокая эффективность
Формирование у молодежи чувства патриотизма и интернационализма	1841	2471	687
Формирование нравственных идеалов и активной жизненной позиции	1514	2643	843
Воспитание уважения к правам и свободам личности, культуре и традициям других народов, национальной и религиозной терпимости	1633	2283	1084
Воспитание у молодежи бережного отношения к историческому, культурному и природному наследию	1710	2406	884
Популяризация здорового образа жизни, организация спортивных мероприятий	1318	2414	1268

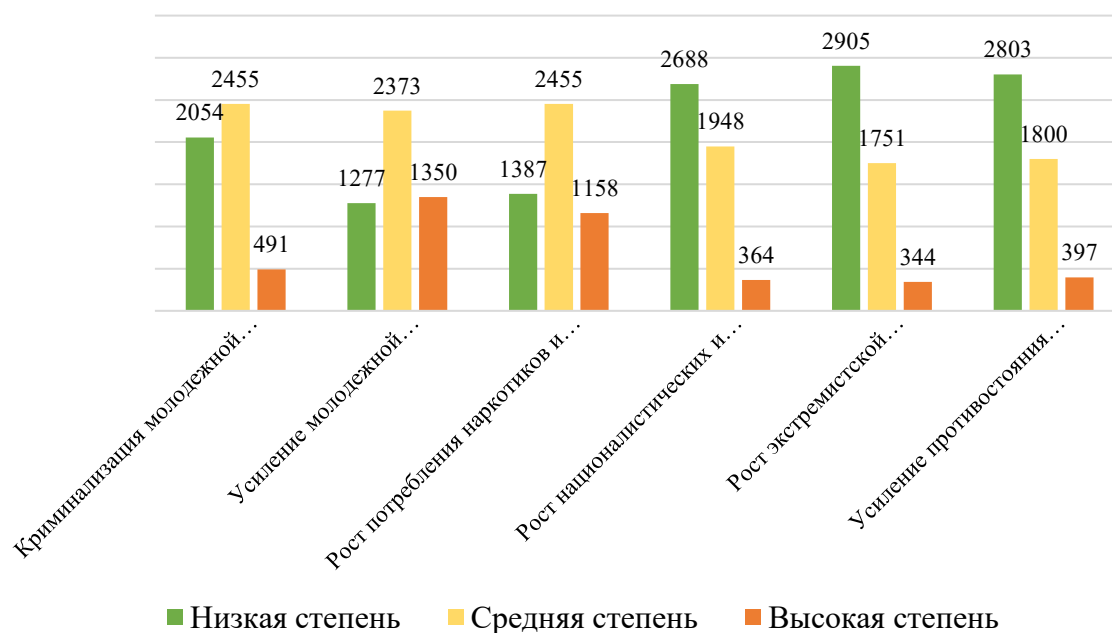
Полученный ответ	Низкая эффективность	Средняя эффективность	Высокая эффективность
Защита прав молодежи	1628	2324	1047
Содействие развитию у молодежи положительной трудовой мотивации, высокой деловой активности	1772	2345	884
Противодействие распространению преступности, наркомании, алкоголизма, токсикомании и иных зависимостей, и антисоциальных явлений	1616	2291	1092

Рисунок 28 – полученные результаты на вопрос №28 из проведенного социального исследования

По всем показателям прослеживается мнение, что работы с молодежью для общества реализуются со средней эффективностью реализации.

В среднем, 1 629 респондентов уверены, что каждое направление имеет низкую эффективность реализации, 2 397 – направления реализуются со средней эффективностью, 974 – работы с молодежью для общества реализуются с высокой эффективностью.

29. Наличие в населенном пункте проживания граждан негативных явлений в молодежной среде, и какие из них выражены в большей степени выражены (рисунок 29).



Полученный ответ	Низкая степень	Средняя степень	Высокая степень
Криминализация молодежной среды	2 054	2 455	491
Усиление молодежной безработицы	1 277	2 373	1 350
Рост потребления наркотиков и алкоголя	1 387	2 455	1 158
Рост националистических и ксенофобских настроений	2 688	1 948	364
Рост экстремистской деятельности молодежных групп, повышение угрозы массовых беспорядков	2 905	1 751	344
Усиление противостояния местной молодежи и приезжей молодежи	2 803	1 800	397

Рисунок 29 – полученные результаты на вопрос №29 из проведенного социального исследования

По мнению опрошенных в их населенных пунктах наблюдаются негативные явления, такие как: криминализация молодежной среды (средняя степень), усиление молодежной безработицы (средняя степень), рост потребления наркотиков и алкоголя (средняя степень). Отмечается низкая степень по таким негативным явлениям, как: рост националистических и

ксенофобских настроений, рост экстремистской деятельности молодежных групп, повышение угрозы массовых беспорядков, а также по противостоянию местной к приезжей молодежи.

30. Мнения граждан на то, в чем в наибольшей степени нуждается молодое поколение (рисунок 30).



■ Требуется поддержка    ■ Не требуется поддержка    ■ Затрудняюсь ответить

Полученный ответ	Требуется поддержка	Не требуется поддержка	Затрудняюсь ответить
В помощи при трудоустройстве	3 898	663	439
В профориентации и получении образования	3 382	1 061	557
В помощи на получение жилья или субсидий на жилье	3 602	756	642
В поддержке молодых семей	3 533	821	646
В организации спортивных и досуговых мероприятий	2 886	1 435	679
В поддержке при создании бизнеса	3 077	1 102	821
В помощи в трудной жизненной ситуации	3 679	744	577
В проведении культурных мероприятий	2 756	1 553	691

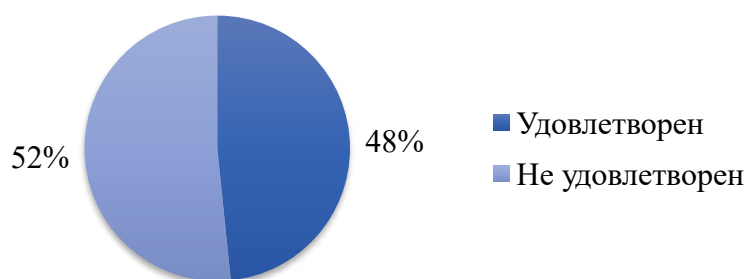


Полученный ответ	Требуется поддержка	Не требуется поддержка	Затрудняюсь ответить
В поддержке талантливой молодежи	3 447	923	630
В профилактике преступности и безнадзорности среди несовершеннолетних	3 537	886	577
В поддержке молодежных общественных инициатив и объединений	3 411	866	724
В поддержке молодых специалистов	3 785	703	512

Рисунок 30 – полученные результаты на вопрос №30 из проведенного социального исследования

Респонденты отмечают, что поддержка требуется по всем показателям. Изучая структуру, можно отметить, что поддержка требуется в большей степени при трудоустройстве на работу (3 898 чел.), наименьшая – в проведении культурных мероприятий (2 756 чел.).

31. Удовлетворенность уровнем реализации молодежной политики в городе (районе) респондентами (рисунок 31).



Полученный ответ	Количество человек
Удовлетворен	2 419
Не удовлетворен	2 581

Рисунок 31 – полученные результаты на вопрос №31 из проведенного социального исследования

Мнения респондентов на вопрос №32 разделились почти поровну. С небольшим отличием (на 4%) преобладает неудовлетворенность реализацией молодежной политики.

32. Мнения граждан на то, какими должны быть задачи молодежной политики в республике Хакасия (рисунок 32)



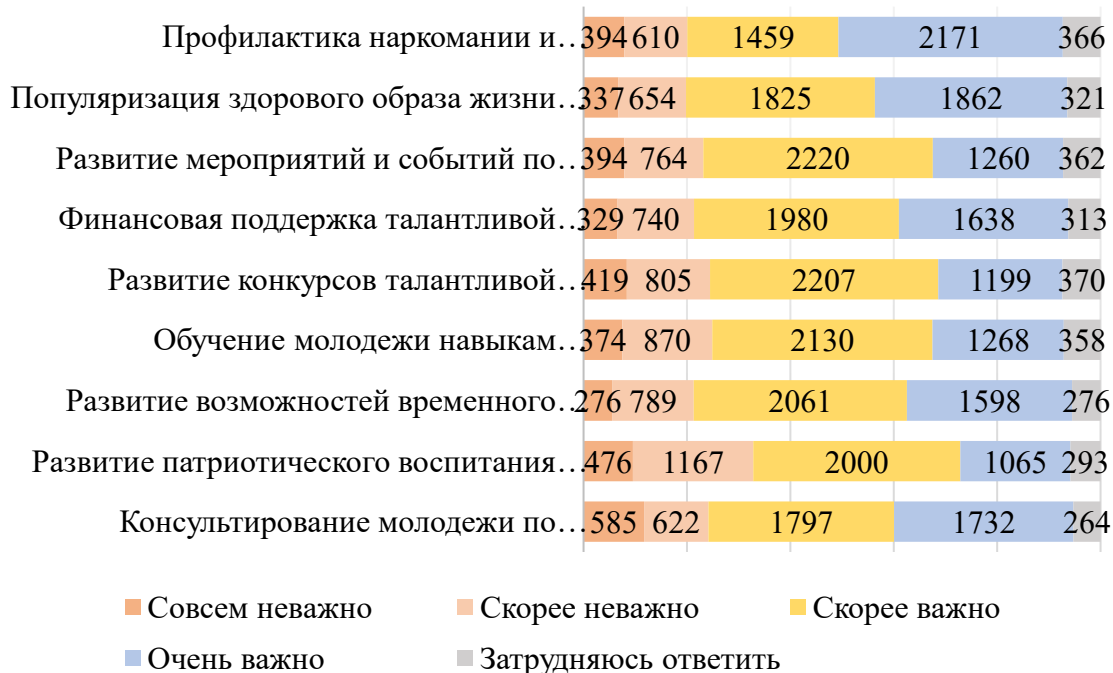
Полученный ответ	Количество человек	Структура
Финансовая поддержка социально незащищенных групп молодежи	1 010	16,82
Развитие публичных досуговых пространств для молодежи (арт-площадки, дискуссионные клубы и т.д.)	827	13,77
Создание и поддержка домов молодежи, молодежных многофункциональных центров	685	11,41
Выделение грантов и проведение конкурсов проектов, созданных молодежью	628	10,77
Развитие региональной системы поддержки талантливой молодежи	642	10,70

Полученный ответ	Количество человек	Структура
Проведение массовых мероприятий для молодежи (форумов, акций, праздников и т.д.)	621	10,35
Предоставление молодежи информации о карьерных и образовательных возможностях	600	9,99
Развитие системы поддержки молодежного предпринимательства	530	8,83
Разработка и внедрение нормативно-правовых актов (законов) в области молодежной политики	317	5,29
Затрудняюсь ответить	124	2,07

Рисунок 32 – полученные результаты на вопрос №32 из проведенного социального исследования

Наиболее важными, по мнению респондентов, задачами молодежной политики являются: финансовая поддержка социально незащищенных групп молодежи (16,82%), развитие публичных досуговых пространств для молодежи (13,77%), создание и поддержка домов молодежи, молодежных многофункциональных центров (11,41). Самой неприоритетной задачей считается разработка и внедрение нормативно-правовых актов (законов) в области молодежной политики (5,29%). Также 124 респондента имели трудности с ответом.

33. Наиболее важные направления развития молодежной политики в республике Хакасия (рисунок 33).



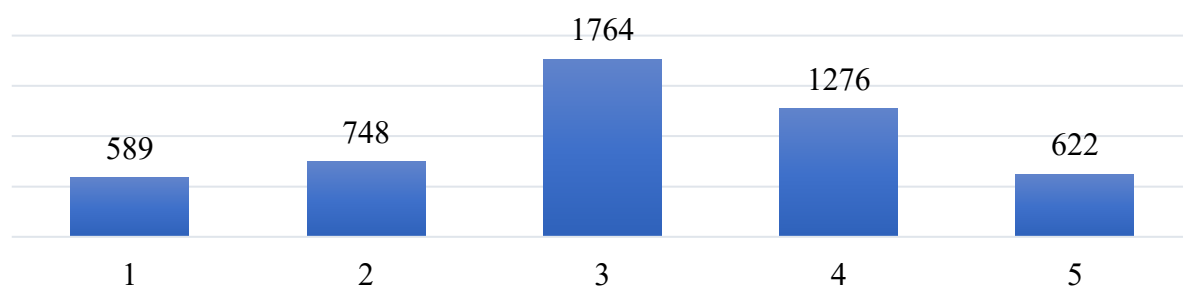
	Совсем неважно	Скорее неважно	Скорее важно	Очень важно	Затрудняюсь ответить
Консультирование молодежи по вопросам трудоустройства	585	622	1 797	1 732	264
Развитие патриотического воспитания молодежи	476	1 167	2 000	1 065	293
Развитие возможностей временного трудоустройства школьников и студентов	276	789	2 061	1 598	276
Обучение молодежи навыкам предпринимательства	374	870	2 130	1 268	358
Развитие конкурсов талантливой молодежи	419	805	2 207	1 199	370
Финансовая поддержка талантливой молодежи	329	740	1 980	1 638	313
Развитие мероприятий и событий по организации досуга молодежи	394	764	2 220	1 260	362
Популяризация здорового образа жизни среди молодежи	337	654	1 825	1 862	321

	Совсем неважно	Скорее неважно	Скорее важно	Очень важно	Затрудняюсь ответить
Профилактика наркомании и алкоголизма в молодежной среде	394	610	1 459	2 171	366

Рисунок 33 – полученные результаты на вопрос №33 из проведенного социального исследования

По представленным данным можно сделать вывод, что наиболее важным направлением развития молодежной политики является профилактика наркомании и алкоголизма в молодежной среде. Скорее важным считается развитие мероприятий и событий по организации досуга молодежи. Неважным направлением развития молодежной политики является развитие патриотического воспитания молодежи .

34. Удовлетворенность респондентами информационной открытостью региональных и местных органов исполнительной власти, реализующих молодежную политику (рисунок 34).

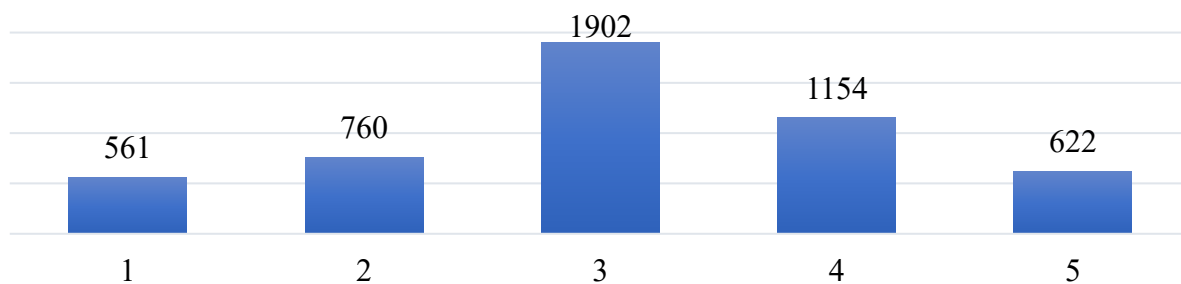


не удовлетворен	1 б.	2 б.	3 б.	4 б.	5 б.	удовлетворен
	589	748	1 764	1 276	622	

Рисунок 34 – полученные результаты на вопрос №34 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов (35%) выразили среднюю (по шкале от 1 до 5 баллов – 3) удовлетворенность информационной открытостью региональных и местных органов исполнительной власти.

35. Удовлетворенность респондентами результатами работы региональных и местных органов исполнительной власти, реализующих молодежную политику (рисунок 35).



не удовлетворен	1 б.	2 б.	3 б.	4 б.	5 б.	удовлетворен
	561	760	1 902	1 154	622	

Рисунок 35 – полученные результаты на вопрос №35 из проведенного социального исследования

Из представленной диаграммы можно сделать вывод о том, что подавляющая часть респондентов, а именно 38% сохраняют нейтралитет в отношении результативности работы региональных и местных органов исполнительной власти, реализующих молодёжную политику, а 12,4% в целом довольны работой органов местного самоуправления.

36. Какие государственные программы и проекты поддержки молодежи, реализуемые в республике Хакасия, знакомы отвечающим (рисунок 36).

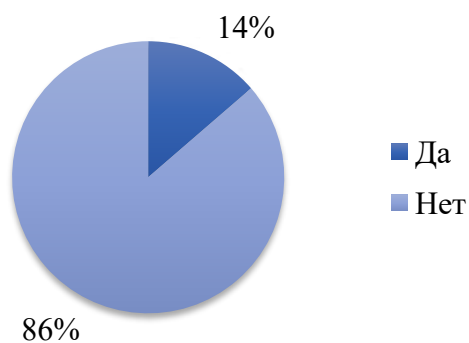


Полученный ответ	Количество человек	Структура
«Новые возможности для каждого»	157	2,62
«Успех каждого ребенка»	397	6,61
«Социальная активность»	425	7,09
«Современная школа»	523	8,71
«Учитель будущего»	577	9,61
«Цифровая образовательная среда»	636	10,60
«Молодые профессионалы»	681	11,34
«Поддержка семьей, имеющих детей»	737	12,28
Никакие	1 868	31,13

Рисунок 36 – полученные результаты на вопрос №36 из проведенного социального исследования

Данная диаграмма показывает неосведомлённость о государственных программах поддержки молодежи у 31,13% респондентов, однако популярным проектом является «Поддержка семьей, имеющих детей», информированность о нём присутствует у 12,28% респондентов от представленной выборки.

37. Принимают ли респонденты участие (или принимали ранее) в каких-либо социально значимых проектах (мероприятиях) на территории региона или страны в целом (рисунок 37).

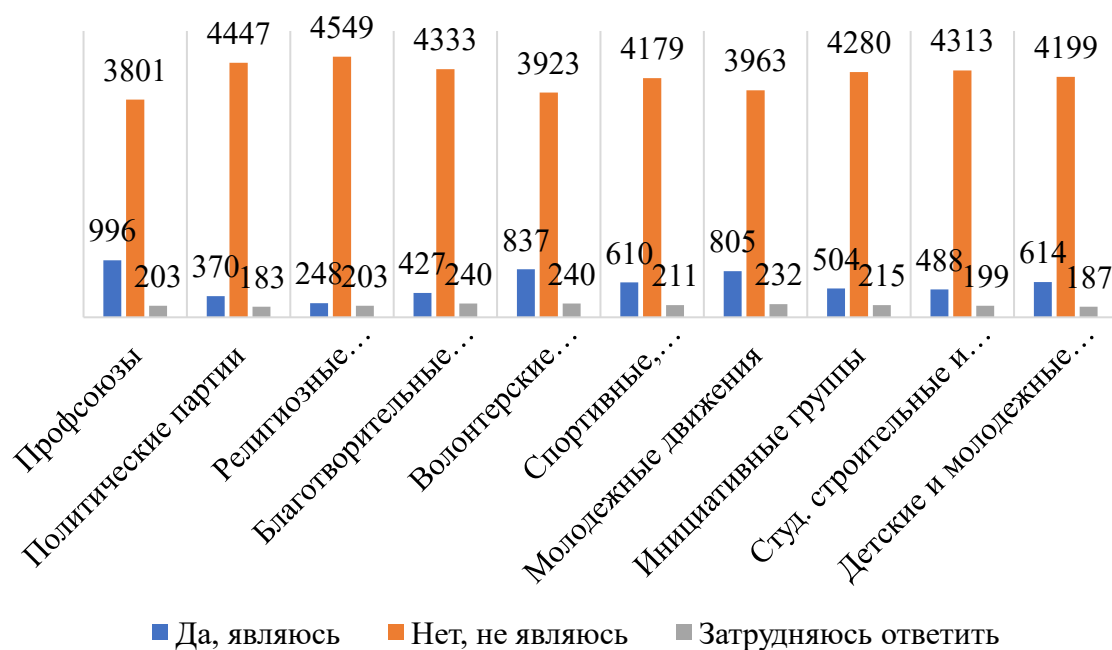


Полученный ответ	Количество человек
Да	683
Нет	4 317

Рисунок 37 – полученные результаты на вопрос №37 из проведенного социального исследования

По представленным данным отмечается, что 86% респондентов никогда не были задействованы в каких-либо социально значимых проектах на территории региона или страны.

38. Типы организаций, участниками которых являются респонденты (рисунок 38).





Полученный ответ	Да, являюсь	Нет, не являюсь	Затрудняюсь ответить
Профсоюзы	996	3 801	203
Политические партии	370	4 447	183
Религиозные организации	248	4 549	203
Благотворительные организации	427	4 333	240
Волонтерские организации	837	3 923	240
Спортивные, оборонно-спортивные, военно-патриотические клубы	610	4 179	211
Молодежные движения	805	3 963	232
Инициативные группы	504	4 280	215
Студ. строительные и педагогические отряды	488	4 313	199
Детские и молодежные общественные организации, объединения	614	4 199	187

Рисунок 38 – полученные результаты на вопрос №38 из проведенного социального исследования

Исходя из данных диаграммы становится ясно, что большинство опрошенных задействованы в профсоюзах, волонтерских организациях и молодежных движениях.

39. Препятствия для привлечения молодежи к реализации социальных проектов в республике Хакасия (рисунок 39).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Пассивная позиция молодежи региона и отсутствие заинтересованности	1 845	30,75
Слабая информированность молодежи о реализуемых проектах и мероприятиях	1 691	28,18
Недостаток финансирования таких проектов в регионах	1 302	21,69
Участие в данных мероприятиях недоступны для простых людей, а только для элиты общества	677	11,28
Затрудняюсь ответить	479	7,99
Другое	6	0,10

Рисунок 39 – полученные результаты на вопрос №39 из проведенного социального исследования

Основными причинами низкой вовлечённости молодежи к реализации социальных проектов в РХ, по мнению респондентов, является пассивная позиция молодежи региона и отсутствие заинтересованности (30,75%) и слабая информированность молодежи о реализуемых проектах и мероприятиях 28,18%. 479 респондентов имели трудности с ответом на данный вопрос.

40. Какие субъекты должны принимать участие в разработке и реализации молодежной политики и патриотического воспитания в республике Хакасия по мнению респондентов (рисунок 40).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Образовательные учреждения	1 354	22,57
Департамент по молодежной политике, физической культуре и спорту	1 087	18,12
Администрация города, села	1 013	16,88
Бизнес-структуры	666	11,10
Политические партии	518	8,63
Силловые структуры, военкоматы	469	7,81
Некоммерческие организации	402	6,70
Религиозные организации	203	3,38
Затрудняюсь ответить	289	4,81

Рисунок 40 – полученные результаты на вопрос №40 из проведенного социального исследования

Исходя из данных диаграммы по мнению респондентов в разработке и реализации молодежной политики должны заниматься образовательные учреждения (22,57%), департамент по молодёжной политике, физической культуре и спорту (18,12%), и администрация города (16,88%).

41. Нужны ли стране и молодежи российские студенческие отряды по мнению респондентов (рисунок 41).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Да, так как они выполняют очень важную функцию по социальному развитию страны и отдельных регионов	2 325	46,50
Да, так как это дает возможность молодым людям путешествовать и общаться	1 654	33,09
Нет, они не несут значимой социальной функции	268	5,37
Не знаю, чем они занимаются и насколько необходимы	752	15,04

Рисунок 41 – полученные результаты на вопрос №41 из проведенного социального исследования

Респонденты отмечают важность РСО для страны, так как они выполняют очень важную функцию по социальному развитию страны и отдельных регионов (46,50%) и дают возможность молодым людям путешествовать и общаться (33,09%).

42. С деятельностью каких студенческих отрядов знакомы респонденты (рисунок 42).

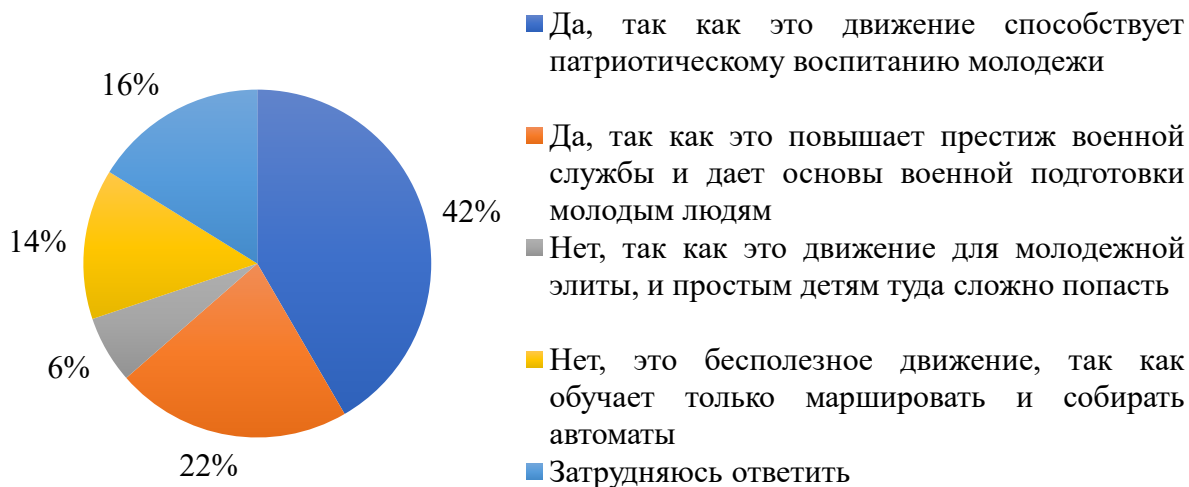


Полученный ответ	Количество человек	Структура
Отряды правопорядка	232	3,86
Путинные отряды	301	5,02
Сервисные отряды	313	5,22
Сельхоз отряды	448	7,47
Спасательные отряды	429	7,15
Социальные отряды	376	6,27
Отряды проводников	554	9,24
Медицинские отряды	427	7,11
Педагогические отряды	528	8,80
Экологические отряды	538	8,96
Строительные отряды	833	13,98
Не слышал(-а) ни о каких отрядах	1 015	16,91

Рисунок 42 – полученные результаты на вопрос №42 из проведенного социального исследования

Самыми известными являются студ. отрядами являются: строительные отряды 13,98%, экологические 8,96% и педагогические 8,80%. Самые непопулярные отряды: отряды правопорядка (3,86%) и путинные отряды (5,02%).

43. Нужно ли стране молодежное движение «Юнармия» по мнению граждан (рисунок 43).



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Да, так как это движение способствует патриотическому воспитанию молодежи	2 082	41,63
Да, так как это повышает престиж военной службы и дает основы военной подготовки молодым людям	1 098	21,95
Нет, так как это движение для молодежной элиты, и простым детям туда сложно попасть	313	6,26
Нет, это бесполезное движение, так как обучает только маршировать и собирать автоматы	699	13,98
Затрудняюсь ответить	809	16,18

Рисунок 43 – полученные результаты на вопрос №43 из проведенного социального исследования

Исходя из представленных данных движение Юнармия имеет высокую социальную значимость: 42% опрошенных уверены, что это движение способствует патриотическому воспитанию молодежи, а для 22% такое движение повышает престиж военной службы и дает основы военной подготовки молодым людям.

44. Какие ценности в жизни являются главными для отвечающих (рисунок 44).



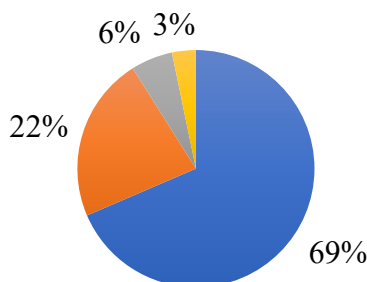
Полученный ответ	Количество человек	Структура
Здоровье	811	16,23
Семья	740	14,80
Материальный достаток	607	12,14
Дружба	464	9,28
Справедливость	458	9,16
Успешная карьера	418	8,36
Безопасность	272	5,44
Права человека	264	5,27
Творческая самореализация	249	4,99
Законность	247	4,95
Духовность	142	2,84
Патриотизм	124	2,47
Власть	104	2,08
Общественное признание	53	1,06
Затрудняюсь ответить	42	0,84
Другое	5	0,10

Рисунок 44 – полученные результаты на вопрос №44 из проведенного социального исследования

Респонденты считают следующие ценности главными: здоровье (16,23%), семья (14,8%), материальный достаток (12,14%). Самыми неважными выделяются следующие ценности: общественное признание (1,06%), власть (2,08%), патриотизм (2,47%). 50 респондентов имели трудности с ответом на данный вопрос.

45. Нужна ли человеку семья по мнению респондентов (рисунок 45).

- Семья нужна для удовлетворения потребности в защите и взаимопомощи, эмоциональной поддержке
- Семья нужна для рождения и воспитания детей
- Семья нужна для социального статуса
- Семья не нужна



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Семья нужна для удовлетворения потребности в защите и взаимопомощи, эмоциональной поддержке	3 427	68,54
Семья нужна для рождения и воспитания детей	1 126	22,52
Семья нужна для социального статуса	286	5,69
Семья не нужна	163	3,25

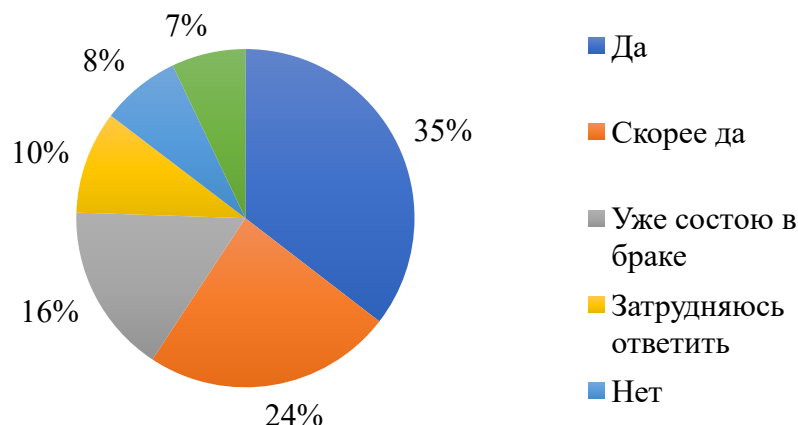
Рисунок 45 – полученные результаты на вопрос №45 из проведенного социального исследования

Для 69% опрошенных семья нужна для удовлетворения потребности в защите и взаимопомощи, эмоциональной поддержке, 22% считают, что семья



нужна для рождения и воспитания детей. Можно сделать вывод о высоком развитии семейных ценностей в регионе.

46. Собираетесь ли вы вступать в официальный брак респонденты (рисунок 46).

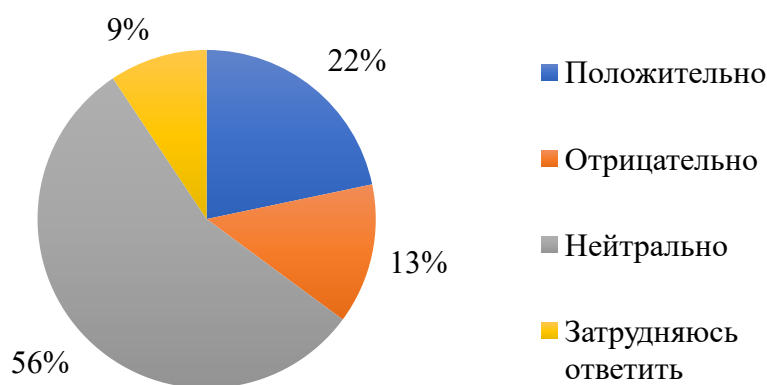


Полученный ответ	Количество человек	Структура
Да	1 773	35,45
Скорее да	1 191	23,82
Уже состою в браке	813	16,26
Затрудняюсь ответить	492	9,84
Нет	378	7,56
Скорее нет	354	7,07

Рисунок 46 – полученные результаты на вопрос №46 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов уверены, что вступят в брак (35,45%). 23,82% опрошенных в целом поддерживают идею создания брачных союзов, а 16,26% уже состоят в нём. 9,84% респондентов имели трудности с ответом на данный вопрос.

47. Как Вы относитесь к незарегистрированному (гражданскому) браку?



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Положительно	1 086	21,71
Отрицательно	671	13,41
Нейтрально	2 777	55,53
Затрудняюсь ответить	468	9,35

Рисунок 47 – полученные результаты на вопрос №47 из проведенного социального исследования

Наибольшая часть опрошенных относится нейтрально к незарегистрированным бракам (55,53%). 21,71% относятся положительно к таким бракам, а 13,41% опрошенных – отрицательно. 9,35% опрошенных имели трудности с ответом на данный вопрос.

48. Какие причины являются основными для вас, чтобы вступить в официальный брак?



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Отрицательное отношусь к браку и не имею оснований заводить семью.	126	2,09
Материальная выгода	137	2,28
Беременность (рождение ребенка)	307	5,12
Независимость от родителей	425	7,09
Желание иметь детей	1 021	17,01
Желание создать семью	1 940	32,32
Любовь	2 045	34,09

Рисунок 48 – полученные результаты на вопрос №48 из проведенного социального исследования

Респонденты отмечают, что для них главными причинами, чтобы вступить в официальный брак, являются: любовь (34%), само желание вступить в брачный союз (32%) и желание иметь детей (17%). Меньше всего выделяют следующие причины для вступления в брак: материальная выгода (2,28%), беременность (5,12%) и независимость от родителей (7,09%). 2,09% респондентов отрицательно относятся к браку и не собираются заводить семьи.

49. Считаете ли вы, что семьи, в которых супруги имеют разные национальности, могут быть крепкими и счастливыми?



Полученный ответ	Количество человек	Структура
Да, если супруги любят друг друга	3 096	51,60
Да, если супруги воспитаны в одной культуре	604	10,07
Да, если этот брак одобрен родителями обоих супругов	533	8,88
Да, если супруги выросли (долго живут) в одной стране	432	7,20
Да, если супруги исповедуют одну религию	432	7,20
Да, если в семье воспитываются дети	416	6,93
Да, если один из супругов принял религию и культуру родительской семьи другого супруга	208	3,47
Нет, такой брак недолговечен.	205	3,41
Да, если в основе семейной жизни – существенная материальная выгода	75	1,25

Рисунок 49 – полученные результаты на вопрос №49 из проведенного социального исследования

Большинство респондентов (51,6%) уверены, что супруги, имеющие разные национальности, могут иметь крепкий и счастливый брак, если они любят друг друга. 3,41% респондентов посчитало, что такой брак недолговечный.

Наименьший удельный вес занимает мнение, что такой брак может быть при условии материальной выгоды.

50. Какие семейные ценности являются наиболее значимыми для вас?



	Количество человек	%
Забота друг о друге, взаимоуважение, поддержка	1 341	26,82
Любовь	997	19,93
Эмоционально-психологический комфорт	646	12,92
Доверие, сходство во взглядах, взаимопонимание	594	11,87
Дети	544	10,89
Материальная обеспеченность	323	6,46
Совместное времяпрепровождение	220	4,40
Помощь родителям, старшему поколению	188	3,75
Общение с близкими родственниками	85	1,69
Преемственность поколений	57	1,14
Другое	6	0,12

Рисунок 50 – полученные результаты на вопрос №50 из проведенного социального исследования

Для опрошенных наиболее важными ценностями являются: забота друг о друге, взаимоуважение, поддержка (26,82%), любовь (19,93%) и эмоционально-психологический комфорт (12,92%). Наименее важными: преемственность поколений (1,14%), общение с близкими родственниками (1,69%), помощь родителям и старшему поколению (3,75%). Также респонденты выделяют свои варианты, удельный вес которых 0,12%.

Таким образом, можно сделать вывод, что современное состояние добровольчества в муниципальных образованиях РХ свидетельствует о том, что в большей степени добровольчество реализуется через деятельность некоммерческих организаций. В свою очередь, исследование показывает, что добровольчество становится все более популярным не только в молодежной среде РХ, но и появляется интерес к нему со стороны бизнес-сообщества.

В результате мероприятий по развитию добровольчества со стороны государственных органов управления РХ, наблюдается тенденция устойчивого роста молодежи, участвующей в добровольческой деятельности. Значительную роль в этом сыграла поддержка развития добровольчества со стороны органов государственной власти, органов местного самоуправления, общественных и некоммерческих организаций.

Однако, имеющиеся положительные тенденции развития добровольчества в РХ, сопровождаются ростом отрицательных факторов, наличие которых сдерживает потенциал добровольчества в регионе.

РХ имеет значительные ресурсы, как человеческие, так и производственные, определенный опыт управления этими ресурсами, но при этом для дальнейшего развития добровольчества необходимо решить ряд проблем, как-то:

- несовершенство нормативной правовой базы в сфере добровольческой деятельности;
- неразвитость инфраструктуры развития и поддержки добровольчества;

– несовершенство стандартов деятельности государственных и муниципальных учреждений, которые не предусматривают организацию добровольного труда;

– несовершенство методического обеспечения организации добровольческой деятельности;

– отсутствие системы профессиональной подготовки кадров для специалистов, работающих в сфере добровольчества;

– отсутствие механизмов системной поддержки добровольческой деятельности;

– неразвитость общего информационного и интерактивного пространства для взаимного обучения и обмена опытом;

– невысокий уровень информированности молодежи о возможности участия в добровольческой деятельности.

Для развития волонтерства в РХ необходимо дать рекомендации в плоскости следующих субъектов:

– органов исполнительной власти области в сфере молодежной политики, физкультуры и спорта, социальной поддержки, образования, труда и занятости, здравоохранения РХ и муниципальных образований РХ;

– органов местного самоуправления;

– учреждений социальной сферы;

– общественных организаций;

– бизнес-сообщества РХ.

Статистический анализ показал, что основные направления добровольческой деятельности в РХ – это помощь пожилым гражданам, помощь людям с ограниченными возможностями, помощь детям-сиротам, помощь в условиях пандемии и помощь в поиске граждан.

Основные направления и формы добровольческой деятельности, реализуемые в РХ, могут быть значительно расширены. Наиболее предпочтительными для молодежи РХ являются такие формы добровольческой

деятельности, как досуговая деятельность (организация свободного времени детей, подростков и молодежи), спортивная, туристическая и военная подготовка, экологическая защита, творческое развитие (организация творческих мероприятий, конкурсов, праздников), информационное обеспечение.

Помимо направлений добровольческая деятельность имеет разные формы: разовые мероприятия и акции, реализация проектов, конференции, круглые столы, фестивали, конкурсы, лагеря, благотворительные сезоны и т.д.



## **3 КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО**

### **3.1 Роль корпоративного волонтерства в государственной политике**

Корпоративное волонтерство – это добровольное участие сотрудников организаций в различных социальных программах при поддержке своей компании [2, с. 15]. Специалисты определяют корпоративное волонтерство как элемент корпоративной социальной ответственности и стратегии устойчивого развития предприятия. Во всем мире корпоративное волонтерство стало развиваться большими темпами во время финансово-экономического кризиса как следствие сокращения бюджетов на КСО.

Если говорить о добровольной работе человека, то считается только социальный эффект, однако возникает вопрос: может ли волонтерство приносить реальный экономический эффект в связи с корпоративным волонтерством? Государственные органы, а также международные организации, сфокусированные на макроэкономических и социальных вопросах, обратили внимание на труд добровольцев как составную часть функционирующих в экономике трудовых ресурсов, способную внести существенный вклад в развитие отраслей социальной сферы и в конечном счете найти отражение в таком интегральном макроэкономическом показателе, как валовой внутренний продукт страны (ВВП) и в его региональном «аналоге» – валовом региональном продукте (ВРП). [2, с. 59]

Необходимость в расчетах таких показателей появилась после того, как волонтерские программы стали частью государственной политики стран и деятельности крупных промышленных предприятий. Это связано с тем, что потребовалось дополнительное финансирование, а затраты того рода требуют экономического обоснования. На макроуровне стоимостная оценка труда добровольцев по замещающим затратам может быть рассчитана в конкретный год как двенадцатикратная среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников, умноженная на коэффициент 0,5 и умноженная на годовую численность добровольцев в пересчете на полную занятость (40 час. в

неделю). Получившийся результат при соотнесении с величиной ВВП/ВРП (в текущих ценах) за год расчета дает результирующий показатель величины вклада труда добровольцев в ВВП/ВРП.

1) Формула расчета вклада труда добровольцев в ВВП (ВТД<sub>ВВП</sub>) (для оценки на национальном уровне), в процентах от ВВП за год расчета:

$$\text{ВТД}_{\text{ВВП}} = \frac{12 \times \text{СННЗП (СР)} \times 0,5\text{к} \times \text{ЧД} \times 100\%}{\text{ВВП}}, \quad (3.1.1)$$

где СННЗП – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников;

0,5к – понижающий коэффициент для учета более низкого уровня квалификации добровольцев по сравнению со средним по категории социальных работников;

ЧД – численность добровольцев в пересчете на полную занятость (40 час. в неделю);

ВВП – величина валового внутреннего продукта в текущих ценах (по данным Росстата) за год расчета.

2) Формула расчета вклада труда добровольцев в ВРП (ВТД<sub>ВРП</sub>) (для оценки на региональном уровне), в процентах от ВРП за год расчета:

$$\text{ВТД}_{\text{ВРП}} = \frac{12 \times \text{СННЗП (СР)} \times 0,5\text{к} \times \text{ЧД} \times 100\%}{\text{ВРП}}, \quad (3.1.2)$$

где СННЗП – то же, что и в формуле (3.1.1);

0,5к – то же, что и в формуле (3.1.1);

ЧД – то же, что и в формуле (3.1.1);

ВРП – величина валового регионального продукта в текущих ценах (по данным Росстата) за год расчета.

Чтобы лучше разобраться в данной теме и наглядно увидеть, как отношение граждан РФ к волонтерской деятельности, рассчитаем стоимость

труда волонтеров на национальном и региональном (на примере республики Хакасия) уровнях за 2019 и 2020 гг.

Номинальный объем ВВП в 2019 году составил 109 361,5 млрд рублей. Среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций по РФ в 2019 году, по предварительным данным, составила 49 300 рублей. По данным Росстата, число волонтеров по РФ в 2019 году составило 2,5 млн человек (источник: Росстат). Произведем расчет вклада труда добровольцев в ВВП за 2019 год (формула 3.1.3)

$$ВТД_{ВВП} = \frac{12 \times 49\,300 \times 0,5 \times 2\,500\,000 \times 100\%}{109\,361\,500\,000} = 676\%, \quad (3.1.3)$$

Номинальный объем ВВП в 2020 году составил 106 606,6 млрд рублей. Среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций по РФ в 2020 году, по предварительным данным, составила 51 083 рублей. По данным Росстата, число волонтеров по РФ в 2020 году составило 2,7 млн человек (источник: Росстат). Произведем расчет вклада труда добровольцев в ВВП за 2020 год (формула 3.1.4)

$$ВТД_{ВВП} = \frac{12 \times 50\,083 \times 0,5 \times 2\,700\,000 \times 100\%}{106\,606\,600\,000} = 776\%, \quad (3.1.4)$$

На рисунке \_\_ представлено изменение вклада труда добровольцев в ВВП за 2019 и 2020 года в Российской Федерации.

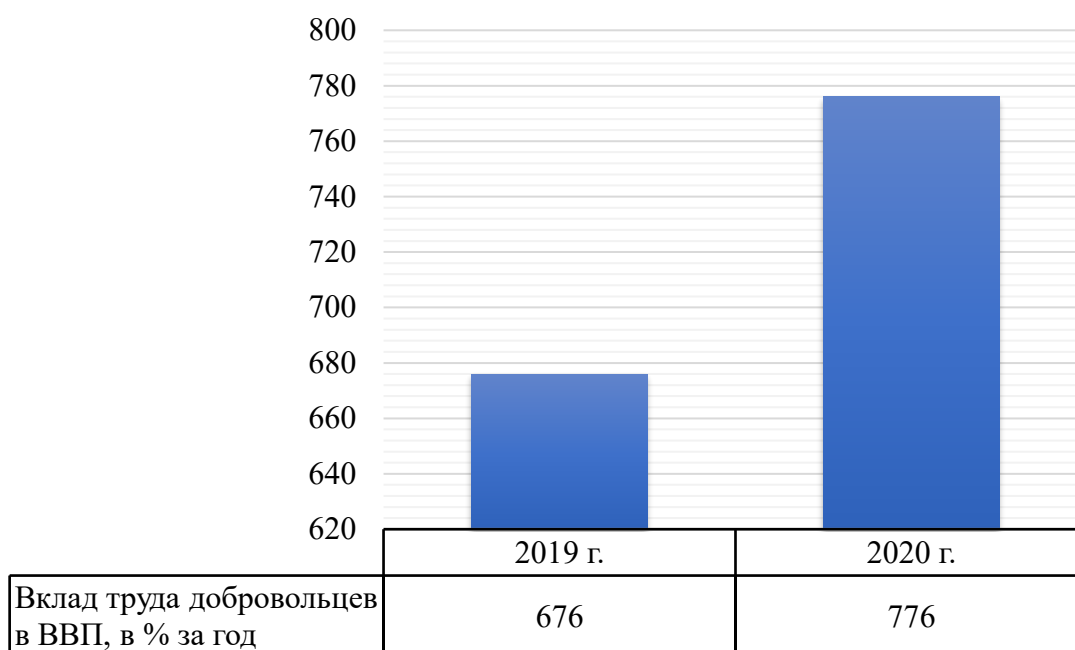


Рисунок 51 – Вклад труда добровольцев в ВВП (для оценки на уровне Российской Федерации), в процентах за 2019 и 2020 гг.

Исходя из данных графика и расчетов можно сделать вывод, что вклад труда добровольцев в ВВП (для оценки на уровне Российской Федерации), в процентах от ВВП за год расчета за 2020 год (776%) оказался на 47 % выше, чем за 2019 год (676%), а это значит, что можно говорить о том, что интерес граждан РФ к добровольческой деятельности вырос.

Произведем расчеты вкладов труда добровольцев в ВРП (на уровне республики Хакасия), в процентах за 2019 и 2020 гг.

Величина валового регионального продукта (ВРП) в текущих ценах (по данным Росстата) за год расчета в 2019 году составила 328 084 500 рублей. Среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций по РХ в 2019 году, по предварительным данным, составила 35 806 рублей. По данным Росстата, число волонтеров по РХ в 2019 году составило 22 тыс. человек (источник: Росстат). Произведем расчет вклада труда добровольцев в ВРП за 2019 год (формула 3.1.5).

$$ВТД_{ВРП} = \frac{12 \times 35\,806 \times 0,5 \times 22\,000 \times 100\%}{328\,084\,500} = 1\,441\%, \quad (3.1.5)$$

Величина валового регионального продукта (ВРП) в текущих ценах (по данным Росстата) за год расчета в 2020 году составила 319 819 800 рублей. Среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций по РХ в 2019 году, по предварительным данным, составила 41 147 рублей. По данным Росстата, число волонтеров по РХ в 2020 году составило 26,4 тыс. человек (источник: Росстат). Произведем расчет вклада труда добровольцев в ВРП за 2019 год (формула 3.1.6).

$$ВТД_{ВРП} = \frac{12 \times 41\,174 \times 0,5 \times 26\,400 \times 100\%}{31\,819\,800} = 2\,038\%, \quad (3.1.6)$$

На рисунке \_\_ представлено изменение вклада труда добровольцев в ВРП за 2019 и 2020 года в Российской Федерации.

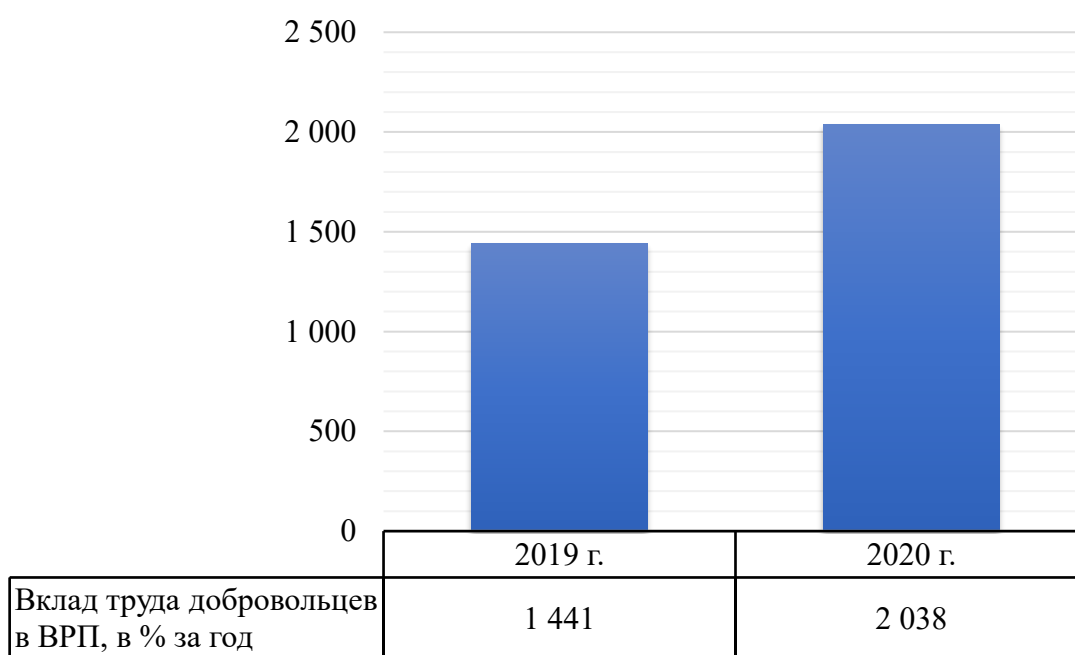


Рисунок 52 – Вклад труда добровольцев в ВРП (для оценки на уровне Российской Федерации), в процентах за 2019 и 2020 гг.

Исходя из данных графика и расчетов можно сделать вывод, что вклад труда добровольцев в ВРП (для оценки на уровне республики Хакасия), в

процентах от ВРП за год расчета за 2020 год (2 038%) оказался на 59 % выше, чем за 2019 год (1 441%), а это значит, что интерес жителей республики Хакасия к добровольческой деятельности вырос.

Кроме этого есть возможность посчитать стоимость волонтерского труда на уровне организации.

Сопоставление затрат и выгод является универсальным элементом экономического анализа, который позволяет определять стоимость затрат и предстоящих выгод. Если говорить о добровольном труде, то критерием оценки будет являться величина ценности, которая планируется создаться добровольным трудом, по сравнению с понесенными затратами.

При классических рыночных условиях стоимость услуг и товаров можно рассчитать по уже существующей системе цен. А вот рыночная стоимость волонтерского труда может быть определена лишь приблизительно. Именно поэтому есть необходимость в определении приблизительных эквивалентов рыночной стоимости, для обоснования затрат и результатов такой деятельности.

Квантификация (измерение стоимости времени, затраченного на волонтерский труд) рассматривается исследователями как наиболее острый и до сих пор не решенный вопрос в изучении волонтерства. [3, с. 74]

Методы расчета стоимости труда волонтеров основаны на сравнении и поэтому такой подход не может дать точных результатов. В связи с этим специалисты пришли к выводу, что данные методы требуют доработки с практической точки зрения. Сравнительный анализ данной методологии можно рассмотреть в таблице \_\_.

Таблица 4 – Подходы к определению стоимости вклада добровольца.

Метод расчета стоимости труда добровольца	Содержание подхода
по замещающей стоимости аналогичной работы на рынке	В данном подходе оценивается вклад добровольцев с точки зрения рыночной стоимости такого труда для организации, так как, если бы не помощь волонтера, ей бы пришлось покупать аналогичные услуги на

Метод расчета стоимости труда добровольца	Содержание подхода
	<p>рынке. При этом необходимо учитывать характер задач, выполняемых добровольцами, и рассчитывать равноценную компенсацию за тот же объем и характер работы. Некоторые авторы предлагают использовать разную стоимость услуг для работающих и не работающих добровольцев. Соответственно для первых стоимость будет выше, чем для вторых (Handy&amp;Srinivasan, 2004). Одна из сложностей в использовании метода замещающей стоимости состоит в том, что некоторые услуги оплачиваемые сотрудниками организации не могли бы оказывать без добровольцев. Таким образом, сама идея возможности замещения ставится под сомнение (Brudney, Nezhina, 2012).</p>
по средней заработной плате в регионе	<p>Организация Независимого сектора (The Independent Sector, IS) предложила рассчитывать стоимость добровольческих часов, исходя из размера средней почасовой заработной платы работников на производстве или в бизнесе, не на руководящей должности и не в сельском хозяйстве, характерной для конкретного региона. Эта средняя зарплата увеличивается еще на 12% для учета бонусов и нефинансовых поощрений работников (Value of volunteer time...). Преимущество этого метода состоит в том, что в нем применяется статистика, имеющаяся, например, в США в свободном доступе, однако, ученые указывают на необходимость коррекции метода такой экономической оценки, предлагая учитывать разнообразие задач, выполняемых добровольцами (Brudney, Nezhina, 2012).</p>
по упущенной (альтернативной) стоимости часа для самого волонтера	<p>При данном подходе (opportunity cost approach) оценивается стоимость часа добровольца с точки зрения самого добровольца (Handy&amp;Srinivasan, 2004). Как отмечают исследователи, недостаток данного подхода состоит в высоком уровне субъективности такой оценки (Brudney, Nezhina, 2012).</p>

Метод расчета стоимости труда добровольца	Содержание подхода
по субъективной стоимости услуги для благополучателя	Как показывают исследования, субъективная стоимость услуги для благополучателя будет отличаться как от рыночной стоимости подобной услуги (поскольку он, вероятно, не купил бы эту услугу по рыночной стоимости), так и от альтернативной стоимости часа для самого волонтера (Brown, 1999).
по минимальной зарплате или практически	Данный метод прост в использовании, однако, недооценивает волонтерскую деятельность (т.е. в соответствии с выполняемой работой). Большинство задач, выполняемых добровольцами, выше уровня задач неквалифицированных работников, получающих минимальную заработную плату. В этом методе также отсутствуют какие-либо отсылки к природе конкретных задач, выполняемых добровольцами (Andersen&Zimmerer, 2003)

Методы расчета стоимости труда волонтеров основаны на сравнении и поэтому такой подход не может дать точных результатов. В связи с этим специалисты пришли к выводу, что данные методы требуют доработки с практической точки зрения [[Концепция оценки эффективности добровольческой деятельности](#)].

В целом же, подводя итог всему вышеперечисленному, можно сказать, что на сегодняшний день волонтерская деятельность привлекает внимание все большего количества людей не только в масштабах страны, но и на региональном уровне.

### **3.2 Корпоративное волонтерство, как выгодный проект для коммерческих компаний**

Корпоративное волонтерство (КВ), с точки зрения бизнес-компаний, – это волонтерские программы и проекты, реализуемые силами сотрудников той или иной бизнес-компания при поддержке компании и в интересах компании.



Корпоративным может быть любой вид волонтерства: социальное, экологическое, помощь животным и т.д.

Существует ключевая идея: любая бизнес-структура сосредоточена не только на зарабатывание денег. Она является частью социума. Таким образом, она взаимодействует со стейкхолдерами – ключевыми партнерами из общества. Это могут быть государство, местные общины, СМИ, бизнес-партнеры, общественный некоммерческий сектор. Компания, реализуя корпоративное волонтерство, делает больше, чем должна, хотя, на самом деле, ничего не должна.

Таким образом, она позиционирует себя в качестве положительного участника общественных отношений, повышает свою репутацию, налаживает связи в разных сегментах общества, что повышает ее эффективность.

Для российской действительности это, безусловно, очень перспективно. Однако слишком многие компании действуют в рамках исключительно своих интересов и потребностей. Представим себе моногород и технологически грязное производство, вредное не только для работников компании, но и для окружающих – родственников, жен, детей. Естественно, возникают вопросы: почему компания загрязняет окружающую среду? Почему она не обеспечивает медицинскую помощь? В данном случае компания просто вынуждена проводить различные социальные или экологические акции для снятия негатива.

Конечно, речь идет не о разовых акциях, а о серии спланированных мероприятий. Например, посадка лесополосы в загрязненной зоне (шлаки, отходы) – это улучшение среды. Через 20 лет сегодняшние дети будут там гулять уже со своими детьми.

И речь идет не только о вредном производстве. Даже таким компаниям, как KFC или McDonalds, важно положительно позиционировать себя в глазах общества. Корпоративное волонтерство в этой области приносит не какую-то мифическую выгоду, а абсолютно реальную, связанную с имиджем организации.

*Как в связи с этим получать прибыль?*

Мы знаем, что одна из важнейших задач компании (кроме получения прибыли) – это повышение ее капитализации. В современном мире важной, если не самой существенной, составляющей частью капитализации является стоимость бренда. Например, стоимость бренда Apple оценивается примерно в 250 миллиардов долларов. Или компания Facebook – ее как базы производства материальных благ не существует, ее нет в предметной области в материальном мире, это просто некая виртуальная среда, которая позволяет людям эффективно общаться, обмениваться информацией, создавать сообщества и так далее...

Важнейшая составляющая ее стоимости – это бренд. Соответственно, когда есть вложения в бренд, то повышается и стоимость компании.

Корпоративное волонтерство может стать одним из вложений в бренд.

*Сотрудничество бизнес-компаний и НКО в области корпоративного волонтерства*

Сотрудничество бизнес-компаний и НКО в области корпоративного волонтерства очень неоднородно. Тут есть и отрицательные, и положительные примеры. Все зависит от разумности людей, которые это делают, а также от их готовности к партнерским отношениям с некоммерческим сектором. Очень часто бывают ситуации, когда компания решается делать что-то доброе; понимает, что не обладает знаниями и достаточным авторитетом, чтобы быть допущенной в социальные или медицинские учреждения; договаривается с НКО о взаимодействии и после нескольких совместных мероприятий отказывается от НКО. Мол, мы уже все знаем, взяли контакты врачей; мы понимаем, что нужно детям; вы нам больше не нужны.

И на возражения НКО, что мы же десять лет ходим, знаем все тонкости, компания отвечает, что сама справится. Но велика вероятность, что не справится.

В этом смысле одна из проблем развития корпоративного волонтерства состоит в том, что бизнес-компания не видит НКО в качестве партнеров.

Исключением являются случаи, когда НКО – крупный известный бренд, взаимодействие с которым приносит компании выгоды, в том числе и финансовые. В качестве примеров таких брендов можно привести фонды WWF,

Greenpeace, «Подари жизнь», фонд помощи хосписам «Вера» и другие. В этом случае логика компании – связать свой бренд с чем-то позитивным в головах потребителей.

В итоге часто создается медийный повод, в рамках которого строятся детские площадки при больницах, но при этом люди узнают, что компания, продающая газировку, причастна к этому доброду делу. В данном случае неважно, по какому поводу прозвучал бренд компании, главное, чтобы это было в позитивном ключе.

Но при этом важно понимать, что если какая-то компания хочет запустить волонтерскую программу, связанную с больницей, то неплохо бы ей взаимодействовать с теми, кто имеет профессиональный опыт в этом, то есть с НКО.

Потенциальное сотрудничество компаний и НКО часто нивелируется низким профессионализмом компании, с одной стороны, и низкими переговорными знаниями НКО, с другой стороны.

Большинство НКО не могут достойно себя позиционировать и отстаивать свои интересы, договариваться о правилах и их соблюдении. Компании же часто не понимают или игнорируют понятные, простые вещи, на которых строится социальное волонтерство или благотворительность.

*Сотрудничество с НКО выгодно бизнес-компаниям*

Сотрудничество с НКО выгодно бизнес-компаниям.

Во-первых, компания сама по себе, даже если она очень известная, – непрофессионал в благотворительной и волонтерской сфере. В организации работы с детьми важен не бренд сам по себе, а позиция руководителя медицинского или социального учреждения. Его не интересует, будут с детьми играть, рисовать или плясать. Его главный интерес – отсутствие жалоб от тех, кому оказывают помощь. Интересует руководителя также и отсутствие претензий со стороны проверяющих органов (прокуратуры, органов здравоохранения). Не должно возникать вопроса, на каком основании неизвестные люди присутствуют в детской больнице.

Опыт показывает, что компании обычно не понимают, как выстроить системную, регулярную работу в социальном или медицинском учреждении, или не хотят этого понимать. Есть некие люди, которые являются инициаторами, администраторами проекта. Обычно это штатные работники. Есть идеологи, которые задали вектор, что можно внедрять в компании подобные вещи. У них совершенно иное представление о том, что должны делать сотрудники, какие права они имеют и так далее. Известны случаи, хотя, к счастью, это редкость, когда сотрудники компании едут в детский дом, как будто на выезд на природу, на шашлыки, с ящиком спиртного. И порой начинают выпивать уже по дороге в автобусе, после чего довольные, счастливые и развязные выходят к детям.

Любой руководитель детского дома понимает свои риски, и ему надежнее знать, что у бизнес-компании есть партнерские отношения с известной ему НКО. Если что, будет кого отругать и выгнать.

Во-вторых, у компании нет информации о потребностях тех людей, которым она хочет помочь. Что подарить детям, сколько их, какие они, что у них уже есть, где найти детский дом? В пять детских домов уже позвонили, везде отказали... А можно было бы позвонить в НКО. Для компаний НКО могут стать источником информации, причем проверенной.

В-третьих, НКО может взять на себя часть работы. Только не стоит этим злоупотреблять. Нередко компании, как ни странно, пытаются сбегать на НКО часть своей работы – составление списков, обеспечение транспортом, договоренности о дне проведения акции и так далее. Плюс к этому и благодарственные письма. Были случаи, когда компании считали, что НКО должны быть счастливы с ними взаимодействовать.

Для НКО бизнес может стать партнером и даже источником ресурсов. Однако это отнюдь не первая стадия сотрудничества.

Мелкие НКО, когда к ним обращается компания, порой думают, что они подружатся, а потом будут деньги. Это большое заблуждение: компании не собираются давать денег НКО после первой совместной акции по корпоративному волонтерству.

По крайней мере, если это заранее не согласовано и не закреплено документально. Да, компании могут помогать ресурсами. Но важно, чтобы все это было четко проговорено – и общая задача, и ответственность каждой из сторон. Например, в детском доме течет крыша. Можно сделать акцию для детей «платой», за которую со стороны компании будет финансовая помощь для починки крыши. Но это должно быть проговорено заранее и зафиксировано в договоре.

Если НКО не заключила соглашение о сотрудничестве, если в нем не написано, что в рамках акции «Раскрась мир яркими красками» компания «Кенгуру» покупает шифер и кладет его на крышу, то компания уже после акции скажет: «Извините, бюджет утвержден, но руководство не одобрило, шифер купим в следующий раз, через год».

Если же НКО является брендом, то тут уже бизнес-компании выстраиваются в очередь для совместных проектов, так как для них это является прямой финансовой выгодой. Брендовые НКО могут даже выставлять некую планку пожертвований, в соответствии с которой они делают те или иные акции. Если компания хочет совместно с известной НКО силами своих сотрудников устроить праздник для детей-сирот или детей с серьезными заболеваниями, то им предлагается договор, где компания обеспечивает минимальное пожертвование в размере 500 тысяч рублей.

Эти деньги НКО потратит на помощь подопечным. И компании идут на это, потому что им гораздо проще продвигать свой бренд таким образом, чем покупать рекламу на телевидении.

Сейчас нет больших перспектив сотрудничества компаний и НКО по корпоративному волонтерству **Корпоративное волонтерство / Теоретические основы Олег Решетников Подготовлено на основании издания «Корпоративное добровольчество», Москва, ООО «Издательство «Проспект», 2010 г.].**

Корпоративное добровольчество стало неотъемлемой частью жизни современной корпорации. Среди 203 компаний, входящих в мировой список

Fortune-500, в 2008 году 92% имели программы корпоративного добровольчества, а среди небольшого количества тех, у кого таких программ не было, 90% были намерены их разрабатывать.

Что же дает сотрудникам корпорации добровольчество? Так, по мнению Центра поддержки корпоративного добровольчества Миннесоты (США), корпоративное добровольчество дает следующие преимущества:

1. Денежный дар как рычаг – эффект от благотворительного денежного вклада компании многократно усиливается, если к нему прикладываются талант, усилия, жертва свободного времени сотрудников корпорации.

2. Рекрутинг сотрудников – добровольчество может привлечь к работе в компании тех сотрудников, которые действительно разделяют ее ценности и могут рассказать о компании больше, чем иное рекрутинговое агентство.

3. Стабильные обязательства – корпорация может выполнить свои обязательства перед обществом, реализовать свою социальную ответственность даже в ситуации экономического кризиса, когда затруднена материальная благотворительность.

4. Групповая работа – добровольчество позволяет продолжать сплочение членов корпорации вне пределов их рабочих мест, поддерживать групповую сплоченность и корпоративный дух.

5. Лидерство – добровольчество формирует ответственное отношение и лидерские качества.

6. Новые способности – сотрудники приобретают новые навыки, необходимые для их карьеры.

Также следует отметить такие преимущества, как:

1. Укрепление имиджа корпорации – успешно, эффективно реализованные социальные проекты способствуют укреплению имиджа корпорации и ее отдельных участников.

2. Развитие корпоративной культуры, корпоративной сплоченности – организация добровольческой деятельности членов корпорации способствует укреплению и развитию корпоративной культуры, сплачивает членов

корпорации в совместной деятельности по достижению социально-значимых целей помощи и поддержки нуждающихся членов общества.

3. Разнообразие видов социальной деятельности организации свободного времени – добровольческая деятельность для членов корпорации должна носить характер личной вовлеченности, предполагать те формы организации деятельности свободного времени, которые привлекательны для самих добровольцев, позволяют им реализовать собственные интересы и склонности.

4. Создание новых социальных связей, способствующих развитию среды, благоприятной бизнесу – участие в реализации социальных проектов позволяет корпорации расширять свои социальные связи, приобретать значимых социальных партнеров, формировать благоприятную для реализации бизнеса среду.

Ассоциация добровольческих организаций Канады предложила основные ценности, которые формируются в корпоративном добровольчестве: навыки, моральный дух, мотивация, лояльность.

Корпоративное добровольчество дает членам корпорации следующее:

1. Личностный рост и развитие, реализация личностного потенциала. Участие в добровольческих программах позволяет людям реализовать свой личностный потенциал, дополнить профессиональную деятельность возможностью реализации непрофессиональных, актуальных, социальных интересов и потребностей. Добровольческое служение наполняет жизнь добровольца подлинными ценностями, позволяет выстроить приоритеты личностного роста и развития, формирует лучшее понимание базовых нужд и потребностей современного человека.

2. Реализация социальной ответственности. Как для корпорации в целом, так и для отдельных ее членов добровольчество является зримым проявлением социальной ответственности, значимым условием реализации своей миссии.

3. Активное социальное и гражданское участие. Добровольчество является значимым каналом вовлечения корпорации в активное гражданское и социальное участие, имеющее характер конструктивных социальных

преобразований, дополняющих усилия иных участников социальной деятельности.

*На каком уровне сегодня корпоративное волонтерство в России?*

В России корпоративное волонтерство, если расценивать уровень его распространения по пятибалльной шкале, находится ближе к единице. Это не значит, что мы начинаем с чистого листа, и что в России нет ни опыта, ни успешных практик.

Все это есть: лидеры и замечательный опыт ряда компаний. Просто в масштабах нашей страны корпоративное волонтерство может дать гораздо больше.

Последние два года показали, что корпоративное волонтерство в России активно развивается. Создан Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ). Это общественная организация, включающая более 25 компаний.

Цель и задача Национального совета – не только развитие корпоративного волонтерства как системного вида деятельности, но и его продвижение, разработка и трансляция методик, обмен опытом и лучшими практиками.

Национальный совет представлен не только в Москве, но и в других городах. Например, созданы отделения Национального совета в Красноярске и Братске. [[КОРПОРАТИВНОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО](#)]

Таким образом, можно сделать вывод, что корпоративное волонтерство может оказать большую услугу для развития бизнес-компании, а также для ее продвижения на рынок товаров и услуг.

### **3.3 Корпоративное волонтерство: опыт российских компаний.**

Корпоративное волонтерство актуально для современной России, особенно – как ни парадоксально – во время финансового и экономического кризиса. Ведь многие бизнес-структуры сократили пожертвования на благотворительность. А то, за что нельзя заплатить, можно сделать своими руками. Поэтому становится все более распространенной идея объединять



сотрудников для решения социальных вопросов. А это, в свою очередь, создает благоприятный климат внутри компании. Хотя есть мнения, что пока для российской корпоративной культуры добровольчество не слишком популярное занятие.

На сегодняшний момент даже существуют целые мероприятия, посвященные данной тематике. Примером одного из таких мероприятий может послужить Московский форум «Корпоративное волонтерство: бизнес и общество», который был организован Ассоциацией Менеджеров при поддержке Департамента культуры города Москвы и Ресурсного центра «Мосволонтер». Главной целью Форума являлось обсуждение проблем и тенденций в сфере корпоративной социальной ответственности.

Один из круглых столов Форума был посвящен теме корпоративного волонтерства как модели взаимодействия коммерческих организаций, органов власти и НКО. Собравшиеся бизнесмены рассказывали о своем опыте «входа в коллективное волонтерство».

Как оказалось, корпоративным волонтерством занимаются представители не только крупного, но и малого бизнеса. Вот некоторые примеры компаний, которые успешно смогли внедрить корпоративное волонтерство.

#### Крупный бизнес.

1. Концерне Bayer (немецкая химико-фармацевтическая транснациональная корпорация) традициям социально-корпоративной ответственности уже больше ста лет: ежегодно концерн тратит больше 50 миллионов евро на проекты в сфере социальной корпоративной ответственности более чем в ста странах мира.

Конечно, за этот долгий период времени сложились определённые традиции. Сейчас один из самых крупных проектов концерна в России – «Пульс жизни», он стартовал два года назад. Компанию поддержали Центр профилактической медицины и Российское кардиологическое общество, общественная организация «Деловая Россия». Как отмечает Ирина Лаврова, руководитель отдела коммуникаций Bayer, социальная корпоративная

ответственность состоит не только в том, чтобы волонтеры-сотрудники компании получали удовольствие от деятельности, но и в том, чтобы сам проект был эффективен.

Основные задачи проекта состоят «в повышении осведомлённости о факторах риска сердечно-сосудистых заболеваний у руководителей предприятий и их сотрудников».

2. Авиакомпания «Трансаэро» создала проект по анимационной арт-терапии, помогая реабилитации детей: дети с онкологическими заболеваниями сами создавали анимационный сериал «Краткая история авиации».

3. «Леруа Мерлен». Сейчас у компании в России 34 магазина в 16 городах, и в каждом сотрудники сами организуют Комитет социального диалога, туда входят все желающие.

Такой Комитет – калька с французских принципов корпоративной социальной ответственности. Магазин выделяет стройматериалы. А работники магазина сами едут и делают ремонты. Сотрудники компании проходят тренинги – и умеют и класть плитку, и клеить обои. И они должны поехать куда-то и сделать.

Сотрудники сами в городе присутствия выбирают детский дом или дом престарелых, и делают там ремонт. [[Офисные волонтеры: как крупные компании мотивируют своих сотрудников заняться социальной деятельностью | Милосердие.ru \(miloserdie.ru\)](#)]

4. В 2012 году компания РУСАЛ разработала специальный проект под названием «Новогодний марафон» для внедрения в компанию программы корпоративного волонтерства. Они запустили его как квест. Было важно заинтересовать людей.

РУСАЛ выбрали простой путь и не стали ограничивать людей в направлениях и вариантах волонтерства. Исходили из того, что у человека должно быть право выбора, и он может предлагать свои идеи. Для сотрудников КВ – это ответ на вопрос: а что можно сделать у себя в городе собственными руками при поддержке нашей компании?

Суть марафона как игры была простая: на каждой производственной площадке необходимо было сформировать команду, которая будет принимать участие в различных волонтерских акциях. Проходя каждый этап, команда получала баллы. Затем все баллы суммировались и в каждом городе определялась команда-победитель, которая получала от РУСАЛа сертификат на сумму до 100 тысяч рублей. По своему усмотрению все победители направили сертификаты на благотворительные цели любой организации, которой они хотели помочь. Сертификат – это не живые деньги, а право направить их благополучателям.

Таким образом, РУСАЛ вовлекли в эту благотворительную волонтерскую деятельность почти три тысячи человек. И вот работники компании увидели, что в этом есть какая-то польза. Во-первых, это объединило людей, во-вторых, они друг с другом познакомились, в-третьих, помогли какому-то своему учреждению, может быть, даже своему детскому саду. Они сделали что-то хорошее в своем городе. Они увидели, что волонтерская деятельность может быть полезной. И это интересно.

За годы проведения данного марафона РУСАЛу удалось вовлечь в этот проект огромное количество партнеров, муниципалитеты, социальные учреждения, различные компании. Таким образом, за пять лет в городах присутствия данной компании «Новогодний марафон» стал важным городским событием. И если раньше это делалось только с помощью бюджета РУСАЛа, то теперь это общие вложения.

#### [\[КОРПОРАТИВНОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО ОПЫТ БРЕНДОВ И МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ\]](#)

Опыт малого бизнеса.

1. «Компасс Групп Рус». Компания занимается корпоративным питанием формата b2b – обслуживает бизнес-кафе, корпоративную столовую и рестораны. Вся корпоративная социальная ответственность началась с простого принципа «экономьте бумагу». Ящички для макулатуры они разместили в каждом своем

офисе. А сотрудники активно привлекаются к сдаче бумаги, и, кроме того, ведется рейтинг по отделам, кто больше сэкономит, сдаст бумаги.

В самих кафе и ресторанах установлены напоминания о том, что «чем меньше салфеток вы берёте, тем больше деревьев сохраняете». И вот результат – это 60 деревьев. Также сотрудники компании сами сажают деревья: первую акцию они провели совместно с Центром сердечно-сосудистой хирургии имени Бакулева, а в этом году присоединились к большой общегородской акции в парке Жулебино.

2. Компания Support Partners Executive Search, в которой всего 17 человек, занимается подбором и оценкой топ-менеджеров.

Однажды их постоянный заказчик обратился с необычной просьбой. Он сказал: «Я стал состоятельным человеком и теперь задумался о благотворительности. Я хочу что-то вернуть стране, благодаря которой преуспел».

Этот человек просил найти генерального директора для создаваемого благотворительного фонда, который займется усыновлением детей внутри России.

Компания нашла директора для фонда, а чуть позже – человека на пост руководителя отделения фонда в Киеве, и все это сотрудники компании сделали бесплатно, сотрудникам было сказано: «ребята, вот есть история, мы на ней не зарабатываем. Поэтому берется за подбор тот, кто хочет». И пришлось привлекать на проект даже больше людей, чем нужно, потому что все хотели поучаствовать.

Вместе с тем существуют и другие примеры, которые подтверждают вовлечение российских компаний в корпоративное волонтерство.

И здесь конечно, нельзя не сказать о донорстве – идея сдавать кровь на рабочем месте уже давно популярна в российских компаниях. Без донорства не обходится ни одна программа корпоративной социальной ответственности, корпоративного волонтерства.

На сегодняшний день – это более 170 участников корпоративных программ.

Абсолютный лидер по количеству выездов и по количеству пожертвований – Московский метрополитен, это 71 выезд в год, порядка 1230 пожертвований. Другие компании, приветствующие корпоративные акции, – это «Стройгазконсалтинг», «Газпромбанк», «Сбербанк», компания QIWI, корпорация IBM, Банк Москвы.

Также, говоря о новых инструментах в мотивации сотрудников к корпоративной волонтерской деятельности очень важно учитывать личную заинтересованность человека.

Многие компании отмечают, что часто сотрудникам важно и радостно нести «в мир» свои знания. И как можно играть на этом.

Например, компания Samsung Electronics организовала IT-школу – социально-образовательный проект, нацеленный на обучение старшеклассников, и на создание собственных программ для мобильных устройств.

Сотрудники компании написали свой учебник для старшеклассников по IT-программированию. При этом оказалось, что в школах и вузах мало преподавателей, которые могут раскрыть практические нюансы мобильных приложений. Поэтому сотрудники Samsung Electronics включались в проведение вебинаров, тренингов для преподавателей – чтобы их сертифицировать перед тем как допустить к обучению школьников. Это уже была вторая задача. Для многих вовлеченность в крупномасштабный проект стал существенным мотивирующим фактором.

Потом сотрудники компании, уже будучи увлеченными волонтерством, оказались готовы и к непрофильным видам помощи. Например, в Сочи компания сделала карту доступности по безбарьерной среде. Ведь на Олимпиаду приезжало много людей с ограниченными возможностями. На карту волонтеры Samsung наносили все объекты – пандусы для колясочников, и пр. Карта продолжает развиваться, сейчас в ней уже более 20 тысяч объектов по всей стране!

В МТС тоже используют свои знания. Здесь, к примеру, решили помогать социально незащищенным слоям общества. Например, вымышленный герой Интернешка учит детей безопасному интернету. Сначала компания учила детей младших классов. Потом сотрудники-волонтеры сами написали сказку, и поставили по нему спектакль. Этим они занимаются в свое личное время – ездят по детским домам, школам, показывают спектакли. Начиналось все с труппы в 18 человек. Сейчас их почти 40.

Другая незащищенная аудитория – это пожилые люди. В 2012 году компания начала проект обучения их компьютерной грамотности.

В МТС уже обучили до 5 тысяч человек в разных городах.

Обучают пожилых пользователей и офлайн, и онлайн: классы есть в Обнинске, в Москве на ВДНХ, в Казани и по всей Белоруссии. Узнать о программе можно из отделений Пенсионного фонда, и в собесах. Плакаты с призывом «Научи своих близких пользоваться интернетом» лежат во всех офисах МТС – здесь абонентам постоянно рассказывают об этой программе.

Подводя итог всему вышесказанному, можно твердо утверждать, что на сегодняшний день корпоративное волонтерство становится трендом, и появляется все больше компаний, которые могут подать пример остальному бизнесу. Но, вместе с тем есть и слабые стороны российского корпоративного волонтерства, они носят общий характер и относятся к таким вопросам как: интеграция КВ в корпоративную социальную ответственность компании; повышение результативности волонтерского времени; социальные и инфраструктурные эффекты от мероприятий КВ; рост культуры волонтерской деятельности среди сотрудников; поиск новых форм реализации КВ, а также законодательные вопросы и т.д. [[Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики](#)]

### **3.4 Взаимодействие коммерческих организаций с органами региональной власти в области развития и продвижения волонтерской деятельности на примере Республики Хакасия**

Корпоративное волонтерство рождено для того, чтобы делать «малые дела». Как уже было отмечено ранее, не только большой бизнес может заниматься этой деятельностью, но и малый и средний бизнес, то есть любая компания, например, на уровне регионального отделения, может понять, какие конкретные потребности есть в регионе, и как их решить с помощью своего офиса [[Офисные волонтеры: как крупные компании мотивируют своих сотрудников заниматься социальной деятельностью | Милосердие.ru \(miloserdie.ru\)](#)].

На сегодняшний день в Республике Хакасия, как и в России в целом, начинает небольшими темпами развиваться корпоративное волонтерство.

Например, совсем недавно, 22 мая 2021 года, бизнес есть внес свою лепту в благоустройство города Абакана и республики Хакасия.

В преддверии Недели предпринимательства в парке культуры и отдыха Абакана была разбита аллея предпринимателей – это около 40 саженцев деревьев и кустарников [<https://abakan.bezformata.com/word/alleya/22556/>].

В акции приняли участие представители малого бизнеса республики, сотрудники Фонда развития Хакасии, Гарантийного фонда, Торгово-промышленной палаты и Минэкономразвития Хакасии.

Предприниматели с готовностью откликнулись на призыв принять участие в экологической инициативе. Осенью акция продолжится.

Проведение данной акции наглядно показало, что предприниматели Хакасии готовы принимать участие в подобного рода деятельности, а это значит, что при правильно организованном подходе региональных властей к данному вопросу, корпоративное волонтерство в Хакасии возможно будет внедрить.

Но сделать – это не так просто, так как людей нужно мотивировать делать добрые дела на безвозмездной основе, особенно, если речь идет о коммерческих предприятиях, конечной целью которых является получение прибыли.

Для того, чтобы региону добиться результатов в данном вопросе, следует организовать систему плодотворного сотрудничества региональных властей, НКО и местного бизнеса.

На данный момент в Республике Хакасия существуют два органа в системе регионального управления, один из которых – Министерство труда и социальной защиты республики Хакасия, а другой – Фонд развития республики Хакасия.

Приведем краткое описание деятельности данных фондов.

Министерство труда и социальной защиты Республики Хакасия является исполнительным органом государственной власти Республики Хакасия, осуществляющим полномочия по проведению государственной политики и нормативному правовому регулированию, а также управлению в сферах:

- труда, управления охраной труда и государственной экспертизы условий труда;

- социальной защиты, социальной поддержки, социального обслуживания населения, в том числе семьи, женщин и детей, граждан пожилого возраста и ветеранов, граждан, пострадавших в результате чрезвычайных ситуаций, жертв политических репрессий;

- опеки и попечительства в отношении совершеннолетних недееспособных или не полностью дееспособных граждан, инвалидов;

- государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

- обеспечения гарантий в области содействия занятости населения и защиты от безработицы. [[Министерство труда и социальной защиты Республики Хакасия \(msz19.ru\)](http://msz19.ru)]

На территории республики существует Фонд развития РХ. Он создан в целях содействия инвестиционному развитию республики, поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Республики Хакасия, в



том числе при осуществлении экспортной деятельности, а также выполнения функций единого органа управления организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Предметом деятельности Фонда является:

– создание благоприятных условий для подготовки и реализации инвестиционных проектов, в том числе межмуниципальных инвестиционных проектов на территории Республики Хакасия на основе принципов эффективности, обоснованности, государственно-частного партнерства и социально–экономической значимости для Республики Хакасия;

– оказание содействия исполнительным органам государственной власти Республики Хакасия в организации и реализации мероприятий, направленных на:

– привлечение государственных (бюджетных) вложений (инвестиций), а также внебюджетных средств;

– поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства;

– развитие промышленности и организации новых производств;

– повышение инвестиционной привлекательности Республики Хакасия;

– стимулирование и вовлечение субъектов малого и среднего предпринимательства в экспортную деятельность;

– содействие выходу малого и среднего предпринимательства на международные рынки товаров, работ и услуг, а также повышение их конкурентоспособности и эффективности деятельности;

– осуществление контрольных мероприятий, методической и консультационной поддержки, обеспечение взаимодействия организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства [[Цели и задачи фонда - Мойбизнес19.рф](#)].

Исходя из направлений деятельности Министерства труда и социальной защиты Республики Хакасия и Фонда развития Республики Хакасия можно предложить, что при их сотрудничестве друг с другом, а также активном участии

со стороны правительства республики можно активно привлекать коммерческие компании региона к участию в волонтерской деятельности.

Схема взаимодействия представлена на рисунке \_\_.

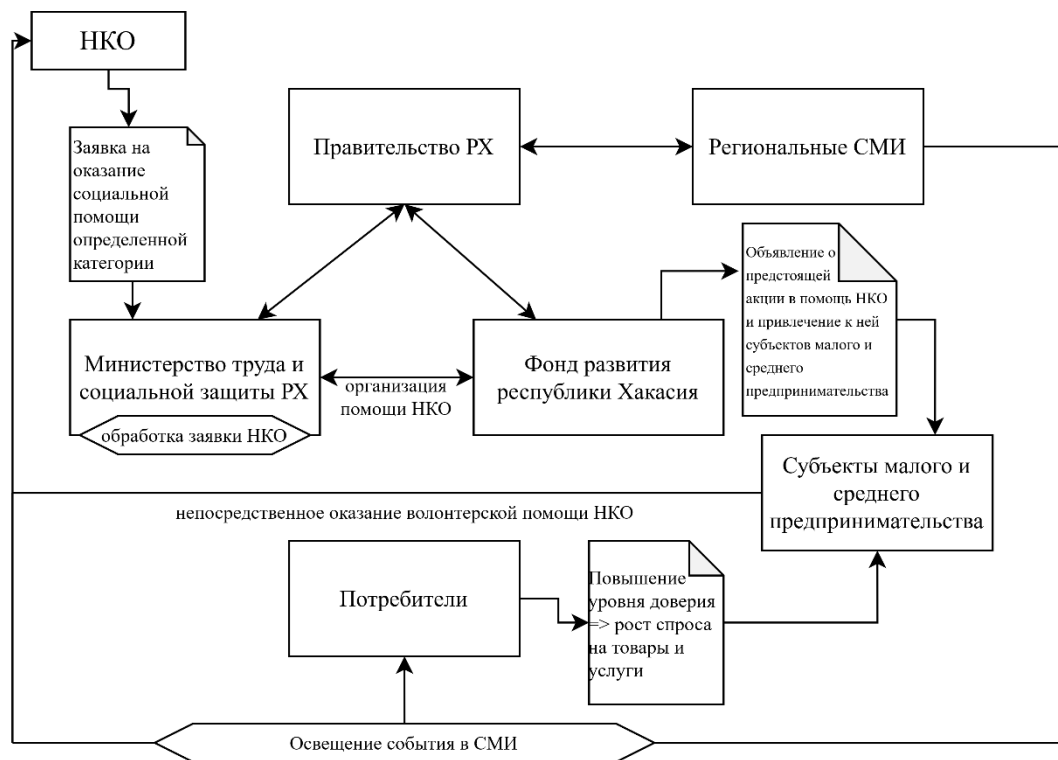


Рисунок 53 – Взаимодействие коммерческих организаций с органами региональной власти и потребителями

Так как Министерство труда и социальной защиты Республики Хакасия оказывает государственную поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям, соответственно оно знает какая помощь нужна НКО.

Фонд развития Республики Хакасия, в свою очередь, оказывает поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, соответственно имеет связь с такими компаниями.

Нужно наладить сотрудничество таким образом, чтобы Министерство труда и социальной защиты Республики Хакасия совместно с Фондом развития Республики Хакасия и правительством Республики Хакасия организовывали акции в помощь НКО и привлекали для этого частный бизнес.

Но, как уже было упомянуто ранее, «людей нужно мотивировать на оказание безвозмездной помощи, особенно, если речь идет о частных коммерческих компаниях, конечной целью которых является получение прибыли». В параграфе 3.2 данной работы, мы выясняли, что корпоративное волонтерство может служить частью пиара компании, которая занимается волонтерской деятельностью.

Поэтому стоит привлекать к таким акциям внимание СМИ.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги всему вышесказанному, можно заключить следующее.

Волонтерство – бескорыстный, добровольный труд, который направлен на решение социально-значимых проблем.

Волонтерство, как целостное социокультурное явление, имеет свои корни, исторические причины возникновения, обусловленные самой общественной жизнью в разные периоды ее развития. Зарождению добровольчества способствовала военная идеология для решения вопросов экономии ресурсов. Более организованные формы волонтерской деятельности как в России, так и в Западной Европе, можно наблюдать с появлением глобальных социальных проблем, которые можно было решать лишь сообща, привлекая бесплатный человеческий труд (устранение последствий войны, эпидемии).

Волонтерство имеет следующие ряды признаков:

- Вознаграждение;
- Добровольность;
- Эффективность деятельности;
- Организационность.

Волонтерство действительно может оказывать влияние на экономику, например, повышением внимания граждан к коммерческим организациям, оказывающие позитивные социальные волонтерские мероприятия.

В Республике Хакасия проводятся активные мероприятия по повышению активности волонтерской деятельности, что подтверждают правовые документы и проведенное социальное исследование.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский Технический Институт

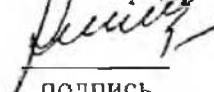
институт

Экономика и гуманитарные дисциплины

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой ЭиГД



подпись

Т.Б. Коняхина

инициалы, фамилия

« 18 »

06

2021 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01 Экономика

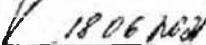
код, наименование специальности

Экономический подход к исследованию волонтерства

на примере Республики Хакасия

тема

Научный руководитель

  
18.06.2021

подпись, дата

доцент, к. э. н

должность, ученая степень

М.А. Кузнецова

инициалы, фамилия

Выпускник

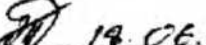
  
18.06.2021

подпись, дата

С.И. Рахмалевич

инициалы, фамилия

Выпускник

  
19.06.2021

подпись, дата

А.В. Таранова


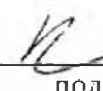

инициалы, фамилия

Абакан 2021


Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме: «Экономический подход к исследованию волонтерства на примере Республики Хакасия»

---

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть наименование раздела	 18.06.2024 подпись, дата	М.А. Кузнецова инициалы, фамилия
Аналитическая часть наименование раздела	 18.06.2024 подпись, дата	М.А. Кузнецова инициалы, фамилия
Проектная часть наименование раздела	 18.06.2024 подпись, дата	М.А. Кузнецова инициалы, фамилия

Нормоконтролер

 18.06.2024  
Подпись, дата

М.А. Кузнецова  
инициалы, фамилия