

УДК 316.628

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ЛЮДИНИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вайнілович Н.А.

викладач кафедри політології, соціології та соціальної роботи факультету соціології і права НТУУ «КПІ»

В даній статті досліджено мотивацію допомоги. На основі аналізу емпіричних досліджень мотивації волонтерської діяльності, створено класифікацію основних мотивів волонтерів. Сформований перелік ключових зовнішніх чинників, які мають вагомий вплив на мотивацію людини до волонтерства, має практичне значення для організації роботи волонтерів в установах.

В данной статье исследована мотивация помощи. На основе анализа эмпирических исследований мотивации волонтерской деятельности, создана классификация основных мотивов волонтеров. Сформированный перечень ключевых внешних факторов, которые влияют на мотивацию человека к волонтерству, имеет практическое значение для организации работы волонтеров в учреждениях.

Motivation of help is investigational in this article. The classification of basic volunteer's motives was created on the basis of analysis of empiric researches of volunteer's activity motivation. The formed list of key external factors, that have influence on motivation of people to be a volunteer, has a practical value for organization of volunteer's work in establishments.

Ключові слова: волонтерська діяльність, мотиви, мотивація волонтерів, фактори, які впливають на мотивацію волонтерів.

Волонтерська праця як така, що здійснюється добровільно і на безкоштовні основі, використовується в багатьох організаціях державного та недержавного секторів. Волонтери здійснюють свою діяльність в різних сферах: соціальній, сфері культури, охорони здоров'я, навколишнього середовища, спорту тощо. Історія розвитку та дослідження сучасних вітчизняних та закордонних науковців проблематики волонтерства в Україні та інших країнах доводять, що основною сферою діяльності добровольців є соціальна (галузь допомоги, соціальної роботи), тобто та важлива царина суспільної життєдіяльності, у якій участь штатних працівників різних соціальних установ виявляється далеко не завжди достатньою. Присвячуючи свій вільний час волонтерству, людина не лише залучається до суспільно-корисної діяльності, а також працює над саморозвитком з професійних та особистісних сторін, розвиваючи такі якості, як милосердя, гуманізм, толерантність, любов до праці тощо [1, 58].

Залучення добровільних помічників до волонтерства – процес складний, багатосторонній, який вимагає від організацій, які співпрацюють з волонтерами, компетентності у розумінні соціально-психологічних особливостей людей, які допомагають безкоштовно. В першу чергу це стосується мотивації людини до волонтерства. Адже усвідомлення того, що в людини є потреби, прагнення, переконання, які зумовлюють її зацікавленість волонтерством, надає змогу організувати працюючу команду волонтерів, ефективно координувати діяльність добровольців, реалізовувати соціальні проекти, створювати сприятливі умови для діяльності волонтерів, тобто в цілому – плідно співпрацювати як з групою, так і з окремими добровільними помічниками.

На мотивацію людини стати волонтером мають вплив як внутрішні, так і зовнішні чинники. Внутрішні (особистісні) чинники стосуються психологічних особливостей волонтера, його характеру, вподобань, прагнень, інтересів тощо. Зовнішні чинники створює навколишнє середовище волонтера: сім'я, друзі, колеги, а також та установа (її керівництво, працівники), де людина займається волонтерством. Такими чинниками можуть бути психологічний клімат в установі, ставлення керівництва, штатних працівників до праці волонтерів, наявність навчальних програм, заохочень, корпоративних заходів для добровольців тощо. Тобто зовнішні чинники ми будемо розрізняти двох видів: фактори середовища (сім'я, друзі, колеги) та організаційні (що стосуються певної установи, де волонтери здійснюють діяльність).

На нашу думку, зовнішні та внутрішні чинники створюють постійний вплив на рішення людини: бути чи не бути волонтером. Важливим для установ є розуміння того, які саме чинники здійснюють найвагомий вплив на мотивацію волонтера до подальшої діяльності чи на мотивацію людини, яка тільки має намір займатися волонтерством. За такої умови для

керівників установ стає прозорішим процес оптимізації взаємодії між волонтерами та штатними працівниками, усвідомлюється необхідність організації сприятливих умов для роботи волонтерів (навчання, заохочення), зростає ефективність конкретних заходів щодо залучення нових волонтерів тощо.

Маючи практичні наміри осмислення заявленої проблематики, *метою* даної статті є дослідити основні зовнішні чинники, які впливають на формування мотивів людини займатися волонтерством.

Для досягнення заявленої мети ми ставимо наступні *задачі*:

1. Розглянути існуючі в науковій літературі підходи до мотивації допомоги
2. На основі аналізу емпіричних досліджень мотивації волонтерської діяльності створити власну класифікацію мотивів волонтерів
3. Сформувати власний перелік основних зовнішніх чинників, які мають вагомий вплив та мотивацію до волонтерства

Науково-теоретичну базу дослідження мотиву допомоги в соціології, психології та соціальній психології склали дослідження Г.Мюррея, Х.Хекхаузена, Т.Шварца, Є.П.Ільїна, А.М.Леонтьєва, Д.Маєрса, Ш.Шварца, С.Мілграма, Е.Стауба, Е.Аронсона, Р.Чалдіні, З.Баумана, М.Хоффмана, Д.Бетсон та інших. Основу дослідження особливостей мотивації волонтерів склали праці та емпіричні дані досліджень таких вчених, як А.Й.Капської, Є.С.Азарової, О.А.Трубнікової, Г.П.Бодренкової, Ю.В.Паршиної, А.Барри та ін. Автором було здійснено контент-аналіз деяких робіт зазначених авторів для виявлення частоти згадування мотивів волонтерів.

Існують різні підходи до визначення мотивації. Ми використовуємо динамічний підхід і під *мотивацією* розуміємо *напружений процес формування мотиву до певної поведінки чи діяльності*, де мотив – це психологічний конструкт, який відповідає за здійснення певних потреб, прагнень людини, які базуються на її переконаннях, цінностях, нормах, установках тощо. Таке розуміння мотиву базується на основі досліджень мотивації та мотивів К.Левіна, Х.Хекхаузена, А.Н.Леонтьєва, А.Маслоу.

Дослідженням мотиву допомоги в науковій спільноті активно приділялася увага з 60-х рр. ХХ ст. (за винятком досліджень Мюррея). Експерименти, в яких досліджувалось надання допомоги стороннім людям в різних ситуаціях (крадіжка гаманця, втрата свідомості, прохання оплатити проїзд, відправити знайдений лист тощо) проводили та описували такі вчені, як Е.Недлер, Д.Фішер, Б.Латане, Д.Дарлей, С.Мілграмм, Д.Майерс та інші. Але в цих експериментах нас цікавить не здійснення ситуативної, разової допомоги (бо ми розглядаємо волонтерство як організовану діяльність), а саме наявність певного мотиву до дій, що «штовхає» людину витратити свій час, гроші, енергію для задоволення потреб інших людей – тобто виявити той психологічний «початок», який дає відповідь на запитання «Навіщо людина це робить?». Тобто в першу чергу нас цікавлять деякі внутрішні (особистісні) чинники, які впливають на мотивацію людини до здійснення допомоги.

Цінною для нашого дослідження насамперед є теоретико-нормативна концепція Теодора Шварца, яка має назву «модель прийняття рішень» (згодом – процесуальна модель). Шварц наголошує на тому, що людина приймає рішення, орієнтуючись на такі три важливі аспекти: 1) усвідомлені наслідки діяльності (до чого призведе); 2) міра власної відповідальності за діяльність та наслідки; 3) моральні норми, які є прийнятними для суспільства і ті з них, які людина прийняла для себе [2]. Ця модель особливо враховує особисті характеристики людини. Шварц знайшов кореляцію між прийняттям людиною соціальних норм та здійсненням допомоги, на що має великий вплив усвідомлення наслідків та власної відповідальності. Тому основним мотивом здійснення допомоги в даній моделі є *мотив моральної повинності людини*, що активується саме завдяки прийнятим соціальним нормам і здійснюється на основі самооцінки: *допомога «мотивується бажанням діяти в відповідності до своїх цінностей, щоб зберегти або підвищити своє почуття власної гідності та уникнути краху самооцінки»* [3, 247]. Збереження такої поведінки можливо лише за умови, якщо людина продовжує приймати на себе відповідальність за наслідки діяльності.

Зазвичай виділяють два типи мотивів: альтруїстичні та прагматичні. Спектр альтруїстичної допомоги є досить широким – від послуги, наприклад, вказати дорогу до рятування життя іншої людини. Але нас цікавить те, що має найбільше наближення до волонтерської діяльності, що нами визначається як *усвідомлено добровільна та неприбуткова, вмотивована діяльність людини, яка здійснюється на користь інших в соціальній сфері в певних установах та організаціях*. Більшість людей хоча б раз в житті здійснювали альтруїстичні вчинки, піклуючись більше про інтереси інших, ніж про власні. За таку діяльність відповідають внутрішні потреби людини, наприклад: опікуватися іншими, бути корисним тощо. Але ймовірність відсутності прорахунку в допомозі іншим людям підтверджує

гіпотеза існування біологічної природи альтруїзму. Узагальнити розуміння альтруїстичних мотивів нам вбачається доцільним, спираючись на класифікацію 10-ти «латентних мотиваційних типів цінностей» Ш.Шварца. Одними з них є доброзичливість (Benevolence) – збереження та підвищення благополуччя людей, з якими людина часто спілкується, та універсалізм (Universalism) – розуміння, висока оцінка, захист благополуччя людей, природи; толерантне ставлення до оточуючих. Один з висловів, який використовувався для опису останнього типу і, на нашу думку, відображає альтруїстичний мотив, є такий: *«Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии»* [4, 228-229, 235].

Деякі дослідники притримуються думки, що виникнення в людини альтруїзму обумовлено зовнішніми чинниками. Альтруїзм може бути набутим, наприклад, після перенесених страждань, насилля, вчинення недоброї справи в минулому тощо: тоді люди повертаються обличчям до інших людей та починають проявляти турботу та допомогу. Серед інших причин виділяють наявність вільного часу, важливість громадської думки, необхідність створення позитивного іміджу (людини, організації), а також почуття провини, релігійність.

Існує точка зору на протиположну, яка заперечує існування альтруїстичних вчинків у чистому вигляді. Людина завжди чогось прагне, тому зовнішній прояв опіки над іншою людиною може мати прихований зміст задоволення, наприклад, власних гедоністичних потреб. Людина зважає свої витрати (час, гроші, відкладання власних справ, незадоволення потреб). Таким чином виділяють прагматичні мотиви допомоги.

Взагалі, формування мотивів особистості починається ще з дитячого віку і залежать від виховання дитини та її біографії. Мотиви особистості утворюють ієрархічну структуру, яка визначає засвоєння певних моральних цінностей, направленість дій та поведінку людини [5, 167-168]. Тобто підсвідомо на рішення людини здійснити допомогу впливає елемент наслідування (наприклад, коли вона бачить або чує про факт надання допомоги).

Досягнення безпеки як базової потреби людини формує усвідомлення соціальної залежності людей один від одного. З огляду на це, основним принципом такого підходу до допомоги можна висловити так: *«Зараз я допоможу тобі, а потім ти допоможеш мені»*, що демонструє закон «суспільної рівноваги» чи справедливості. Взагалі, соціальна залежність – це одна з умов існування соціуму, на ній базується безліч взаємодій. Усвідомлення людиною того, що поряд є інші люди, які можуть впливати на неї та від яких вона може залежати, створює певний контроль власної поведінки і «прорахунку» (часто, на підсвідомому рівні) дій, які сприятимуть власній безпеці, комфорту тощо. Допомога іншому виступає як інвестиція у гарне ставлення до себе, як змога звернутися по допомогу в майбутньому.

Проаналізувавши дослідження з проблематики мотиву допомоги, можна виявити певні закономірності, ситуативні фактори, особливості поведінки, які впливають на рішення людини відповісти (зробити) «Так» чи «Ні» в ситуації допомоги:

люди відкликаються на запит допомоги при особистому звертанні до них (відчуття відповідальності), або якщо немає поряд інших людей. Якщо поряд є інші люди і особистого звертання не було, допомога відбувається в значно менших випадках: приблизно 75% в першому і 10% в другому випадку;

при високих ймовірнісних затратах (гроші, здоров'я) люди схильні не допомагати;

ті, люди, які незадовго перед тим, як опинитися перед вибором «ситуації допомоги», чули інформацію про те, що хтось комусь допоміг або історії, які розповідають про альтруїстичні, героїчні вчинки людей, а особливо бачили подібні випадки, мають високу ймовірність здійснити допомогу;

вплив на здійснення допомоги можуть мати певні соціальні норми, які відображені в свідомості людини (наприклад, сформовані цінності поваги, досягнення, віри в бога);

усвідомлення соціальної залежності (особливо, якщо людина раніше опинялася в складних життєвих обставинах) підвищує ймовірність надання допомоги.

Здійснений аналіз мотиву допомоги плавно підводить нас до вивчення особливостей мотивації волонтерів. Мотиви волонтерів досліджують під час виявлення соціально-психологічної готовності людини до волонтерства, задоволеності волонтерами власною діяльністю, організації певного виду робіт для волонтерів тощо (дослідження Г.П.Бодренкої, Є.С. Азарової, О.А.Трубікової, Ю.В.Паршиної, А.Й.Капської та інших). Необхідно зазначити, що кожний дослідник має певні відмінності в даних щодо основних мотивів волонтерства. Ми зосереджуємо свою увагу на тих мотивах, які відповідають двом критеріям: 1) найчастіше зустрічаються серед всього спектру проаналізованих нами джерел; 2) мають високі показники (у %) серед перелічених мотивів, які зазначає певний дослідник.

У волонтерів також зазвичай виділяють альтруїстичні та прагматичні мотиви. Так, найчастіше дослідники зазначають наступні: прагматичні мотиви - професійний досвід, самовизначення, кар'єрне зростання, отримання нових знань, навичок, можливість вирішити

особисті проблеми, спокута провини, знайомство з новими людьми, для розваг тощо, та альтруїстичні мотиви - прагнення надавати безкорисливу допомогу, приносити користь людям, почуття повинності та морального обов'язку, служіння богу, внесок в розвиток свого району (регіону, країни), відчуття суспільного сенсу роботи, бажання відчувати себе потрібним, виразити солідарність до інших, відчувати моральне задоволення від своєї здатності змінити світ на краще, відчувати не даремності своїх зусиль тощо. В країнах Заходу, а також вже і в Україні, розповсюджений такий вид волонтерства, як корпоративний, коли до такої діяльності залучаються працівники певної організації та колективно проводять соціальні акції, опікують дитячий заклад і тому подібне. На нашу думку, такий вид волонтерства хоча і декларується як добровільний, але має ризик втратити принцип добровільності і носити добровільно-примусовий характер, що унеможливило розповсюдження на нього закономірностей і принципів не корпоративного волонтерства.

На мотивацію діючих волонтерів особливо впливають організаційні чинники, які створюються в установах. Наприклад, важкі випробування, як зазначає Е.Аронсон, що передують вступу до певної групи, формують в людини більш високу зацікавленість в ній та відповідальнішу поведінку, ніж в той, яка потрапила до групи без будь-яких випробувань [6, 228]. З цього випливає, що коли волонтер приходить до установи і йому одразу дають певне завдання, приймаючи до команди, це може сформувати в нього поверхневе, безвідповідальне ставлення до своєї діяльності. Зазвичай, перед допуском до роботи з волонтером проводяться співбесіда, він заповнює анкету. Ще кращим «включенням» до роботи та етапом адаптації до умов організації є навчання волонтерів, результати якого можуть бути відправною точкою діяльності. Таким чином, волонтер «працює на себе», коли відвідує заняття чи проходить інтерв'ювання, розуміючи, що від нього залежить, чи приймуть його волонтером. Ще одним «випробуванням» для волонтера може бути невелике завдання, наприклад, участь в одноразовій акції з роздачі соціальних листівок, або в якості помічника більш досвідченого волонтера чи представника організації. В установах (правда, не в усіх), де працюють волонтери, розробляються спеціальні програми навчання волонтерів (наприклад, комунікативні, командо утворюючі тренінги, спеціальні семінари, які надають першочергові знання з напрямку волонтерської діяльності). В такий спосіб волонтера вводять до курсу справ, знайомлять з персоналом, окреслюють коло його обов'язків, забезпечують зворотній зв'язок, - тобто формуються відносини між волонтером та установою, які в ідеалі базуються на взаємній довірі. Існує система заохочень волонтерів, через яку установа висловлює подяку волонтерам. Заохочення можуть бути різними – від усної подяки до поїздки закордон за рахунок установи. Проводячи таку політику з волонтерами, установа може сформувати у них нові мотиви, надаючи різні можливості для різностороннього саморозвитку в різних проектах, програмах, напрямках діяльності.

В 2010 році нами було проведено всеукраїнське емпіричне дослідження мотивації волонтерів Центрів соціальних служб для дітей, сімей та молоді. Генеральна сукупність складає 18 тис. волонтерів, вибірка – 948. Довірча ймовірність становить 95%. На запитання щодо мотивів участі у волонтерстві серед запропонованих варіантів найбільше відсотків отримав альтруїстичний мотив – допомога іншим (86,1%), який у два рази перевищує наступні за ним – набуття професійних навичок (39,3%), розвиток навичок у спілкуванні (34,5%) та реалізація власних ідей (32,9%), що підтверджує інформацію з інших джерел щодо мотивів волонтерів. Окрім запропонованих варіантів, респонденти зазначили віру в бога. Дійсно, як свідчать деякі інші дослідження (наприклад, С.А.Андерсона, В.І.Дьюсера, К.ДеНеве, Д.Майерса, А.Барри), вплив на рішення людини займатися волонтерством має її ставлення до релігії. Так, за дослідженням Інституту Геллапа (1984 р.) 46% людей, які вважають себе дуже релігійними, систематично допомагають соціально незахищеним верствам населення (інвалідам, людям похилого віку, бідним). З тих, хто не виділяє місця релігії в своєму житті, таких добровільних помічників нараховується 22%. Дослідження Інституту Геллапа в кінці 80-х років має схоже співвідношення: 59% серед тих, для кого релігія я важливою, та 28% для кого вона не грає ролі [7, 715-716]. Це відбувається скоріш за все тому, що релігія проголошує такі цінності, як альтруїзм та допомогу іншим людям. Населення християнських країн, особливо з переважно протестантськими релігійними вподобаннями, частіше за інших схильні до прояву громадянських та волонтерських ініціатив, бо саме протестантизм проголошує благодійність як одне з основних божих діянь, а вплив релігії на вирішення присвячувати свій час волонтерській діяльності більше притаманний представникам темношкірої раси, ніж білої. З точки зору гендерного підходу, жінки частіше спрямовані за здійснення громадських робіт, більше орієнтовані на допомогу іншим людям, ніж чоловіки [8, 3, 15]. Отож, волонтерська діяльність церкви має вплив не лише на прихожан, а також і на інших людей: таким чином церква створює свою позитивну репутацію для громадськості – з одної сторони, а з іншої – суттєво впливає на

збільшення кількості волонтерів. Таким чином, релігія – це один з зовнішніх факторів, який впливає на залучення людини до волонтерства.

В нашому емпіричному дослідженні ми також приділили увагу іншому зовнішньому чиннику - наслідуванню, який може мати вплив на вибір людини стати волонтером. Була відмічена висока участь друзів чи знайомих опитаних у волонтерстві (82,8%), коли як батьки респондентів за цим показником мають істотно нижчий показник – 15,6%. Прохання друзів чи знайомих залучитися до волонтерства як спонуку до діяльності зазначили 21,5% респондентів. Тобто, орієнтовно 1\5 волонтерів може потенційно залучатися через своїх друзів. Такий ресурс надає додаткові канали розповсюдження інформації щодо волонтерства через вже діючих волонтерів, що може охопити підліткові та молодіжні секції, гуртки, навчальні заклади тощо. Це вимагає від установи дбати про власну репутацію не лише для зовнішнього представництва, а особливо працювати на внутрішній імідж, орієнтуючись на волонтерів, які вже залучені, шляхом здійснення моніторингу їх потреб через тренінгові заняття, психологічні тести, проведення систематичного навчання, підтримувати систему заохочень тощо. Така політика, по-перше, згуртує колектив волонтерів, що сприятиме їх тривалій діяльності в установі, а по-друге, створить ймовірність, що волонтери будуть рекламувати діяльність соціальної установи серед своїх знайомих і спонукати їх до волонтерства.

Отож, з усіх вище перелічених ми пропонуємо власну класифікацію мотивів волонтерів наступним чином:

Психологічні та духовні мотиви: боротьба з самотністю, відчуття потреби, особистісний ріст, віра в бога, почуття моральної повинності допомагати іншим, спокута провини

Соціально-психологічні мотиви: потреба в почутті єдності з людьми, потреба у спілкуванні, вираження солідарності до інших, розвиток комунікативних навичок

Емоційні мотиви: покращення свого емоційного стану, отримання морального задоволення від допомоги іншим людям, здатності щось змінити

Соціальні мотиви: бажання зробити свій внесок в розвиток свого району, знайомство з новими людьми (розширення соціальних зв'язків), реалізація власних ідей, відчуття суспільний зміст роботи, потрібність своєї праці, відчуття патріотизму, подолання стереотипів, прохання друзів, приклад батьків, корпоративний принцип

Освітньо-професійні мотиви: отримання нових знань, навичок, досвіду зі своєї спеціальності, застосування своїх знань на практиці, підготовка себе до кар'єри, безкоштовне навчання

Гедоністичні мотиви: розваги, відпочинок, дозвілля

Отож, мотиви волонтерів бувають різними і в однієї людини їх може бути одразу декілька. Тому на рішення людини стати волонтером чи залишитися ним в певний проміжок може впливати один мотив, який є домінуючим, а тому активним. Це означає, що практикам волонтерства завжди треба пам'ятати, що те, що цікавить волонтера сьогодні - завтра може відійти на другий план (наприклад, певна потреба вже буде задоволеною) і тому його зацікавленість «переключиться» на інший вид чи сферу діяльності.

Розглянувши мотиви волонтерів та зовнішні чинники, що обумовлюють залучення людини до волонтерства, ми можемо сформулювати перелік основних зовнішніх факторів, що ми поділяємо на фактори середовища та організаційні фактори.

Фактори середовища.

1а. Виховання та наслідування. Формування у людини позитивного ставлення до волонтерства та мотивації до такої діяльності починається з раннього віку. В Україні лише в деяких школах існують волонтерські програми. Зазвичай залучення дітей до громадських робіт здійснюється не на добровільних засадах, а на основі добровільно-примусового обов'язку, що може значно погіршувати в майбутньому їх ставлення до волонтерства. Волонтерські програми у школярів та навчання їх першій медичній допомозі формують в учнів почуття соціальної відповідальності, лідерські якості, навички співпраці, а також мають благодійний вплив на здійснення альтруїстичних вчинків [7]. Якщо найближче оточення людини включено до волонтерської діяльності, то це може мати вплив на вибір людини щодо участі у волонтерстві. Особливо це стосується підлітків, які тільки починають інтегруватися в суспільне життя і роль референтної групи для них має велике значення. В малих соціальних групах молоді вперше пробує діяти, і вектор цих дій визначається саме цими групами [9]. Таким чином, створена в оточенні людини норма волонтерства може перерости у внутрішню норму людини і не просто впливати на її поведінку, а і спрямовувати її діяльність в певну сферу.

16. *Релігійна приналежність.* Людина керується релігійним настановами допомагати людям, здійснювати добро, бути терпимим до інших, що породжує альтруїстичний мотив до здійснення волонтерства.

1в. *Корпоративний принцип* починає діяти, коли волонтерами стають працівники певної установи для здійснення соціально-корисної діяльності, в тому числі підтримуючи таким чином позитивний імідж компанії.

Організаційні фактори: навчання, заохочення, «вступні випробування» для нових волонтерів.

Установам, які працюють з волонтерами, задля якісного виконання добровольцями соціальних програм та інших поставлених задач, необхідно створювати сприятливі умови для комфортної роботи залучених помічників. По-перше, це має бути (2а) *навчання* базовим принципам, поняттям волонтерства, основам певної соціальної чи іншої діяльності, якою волонтери будуть займатися. Тобто, забезпечити навчальними курсами, використовуючи різні форми: тренінги, виїзні семінари. Можна виділити дві категорії навчальних мотивів: 1) пізнавальні мотиви - інтерес до нової інформації, оволодіння навичками, вміннями; 2) соціальні мотиви – спілкування, взаємодія з іншими людьми, бажання людини зайняти певне місце, статус в системі соціальних стосунків [5, 18]. Таким чином ці заходи не тільки виконуються освітню функцію, а і згуртовують колектив волонтерів, налагоджуються стосунки між добровольцями та штатними працівниками. Крім того, якісні послуги можуть надаватися лише тими волонтерами, які мають необхідні знання та навички. Ті, хто надають послуги, відповідають перед клієнтом за якість, точність, конфіденційність, повноту послуг [10, 26].

По-друге, необхідно продумати (2б) *систему заохочення* волонтерів за виконану роботу. Це можуть бути корпоративні вечірки, поїздки в літні табори, бази відпочинку, певні грошові винагороди тощо. Психологічний клімат в організації в цілому сприяє успішній включеності волонтерів в колектив. По-третє, (2в) *вступні випробування чи конкурсна основа* здатні сформувані відповідальне ставлення людини до волонтерства, надати волонтерській діяльності цінності та статусу.

Таким чином, ми зазначили ряд організаційних чинників, які впливають на мотивацію волонтерів, до яких належать: адаптація та навчання, заохочення волонтерів, спеціальна програма відбору добровольців (наприклад, конкурсна основа).

Ми не можемо не врахувати внутрішні чинники, які важливі для волонтерів, хоча і не ставили собі за мету їх дослідити. Зазначимо, що внутрішні чинники формуються під впливом зовнішніх, тому певною мірою є їх наслідками. Отож, серед особистісних внутрішніх факторів виділимо наступні: власна відповідальність, усвідомлення наслідків власних дій, почуття власної гідності, підтримка власних цінностей, моральна повинність, психологічні травми, взагалі психологічний стан.

Таким чином, існує ряд факторів, які впливають на процес формування мотивів людини до волонтерства та на мотивацію діючих волонтерів. Чинники бувають внутрішніми та зовнішніми, які на нашу думку, дуже тісно пов'язані. Виділені нами основні зовнішні чинники впливу є важливими для врахування їх установами, які працюють з волонтерами, задля організації ефективної практичної роботи волонтерів, що в свою чергу покращить наданнями ними соціальних послуг і впливатиме на формування та підтримку позитивної репутації установи.

Література

1. Сикорская Л. Е., Толерантность в представлениях молодых российских и немецких волонтеров социальной работы, Социологические исследования, № 9. Сентябрь 2007-С.52-58
2. Schwartz T., Anthropology and Psychology. In: New direction in Psychological Anthropology. Theodor Schwartz, Geoffry M. White, Catherine A. Lutz (eds.) Cambridge: Cambridge University Press, 1992 – 355 p.
3. ХекхаузенХ., Мотивация и деятельность. 2-е изд. - СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003. - 860 с
4. Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами, С.226-273 [Електронна версія - http://www.isras.ru/files/File/Publication/ESS_Chп8_OK.pdf]
5. Божович Л.И. Проблемы формирования личности: Под редакцией Д. И. Фельдштейна / Вступительная статья Д. И. Фельдштейна. 2-е изд. М.: Издательство "Институт практической психологии", Воронеж: НПО "МОДЭК", 1997. 352 с.
6. Аронсон Э., Общественное животное. Введение в социальную психологию. / изд. 7.; пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1998. - 517 с.

7. Майерс Д.. Социальная психология (Social Psychology). Издательство: Питер, 2007 г. - 794 с.
8. Barra A., "Social Service Programs and Congregational Ideology: Characteristics of those who Volunteer", 2006. - pp.1-18 [Електронна версія - research.allacademic.com]
9. Кули Ч. Х., Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000,. – 320 с.
10. Стандарти соціальних послуг. Збірка проектів документів. Книга I та II // Кол. авторів / За редакцією Сідельнік Л. Л. – К: Український фонд соціальних інвестицій. 2007. – 232 с.