



Инструмент за прогнозиране

Проект 2017-1-FI01-KA204-034696

Авторите на този документ са взели всички възможни мерки, за да може съдържанието му да бъде точно, последователно и законосъобразно. Въпреки това, нито консорциумът на проекта, нито отделните партньори, които косвено или пряко участват в създаването и публикуването на този документ, носят някаква отговорност, която може да възникне, поради използване на неговото съдържание.

Тази публикация е изготвена със съдействието на Програмата ЕРАЗЪМ+. Съдържанието на тази публикация е отговорност единствено на FutVol консорциумът и по никакъв начин не отразява възгледите на програма ЕРАЗЪМ+.



Инструмент за прогнозиране

Как доброволците могат да открият какво би могло да се случи в бъдеще и да помогнат на своите организации да постигнат целите си?

Тук предлагаме модел и инструменти в помощ!

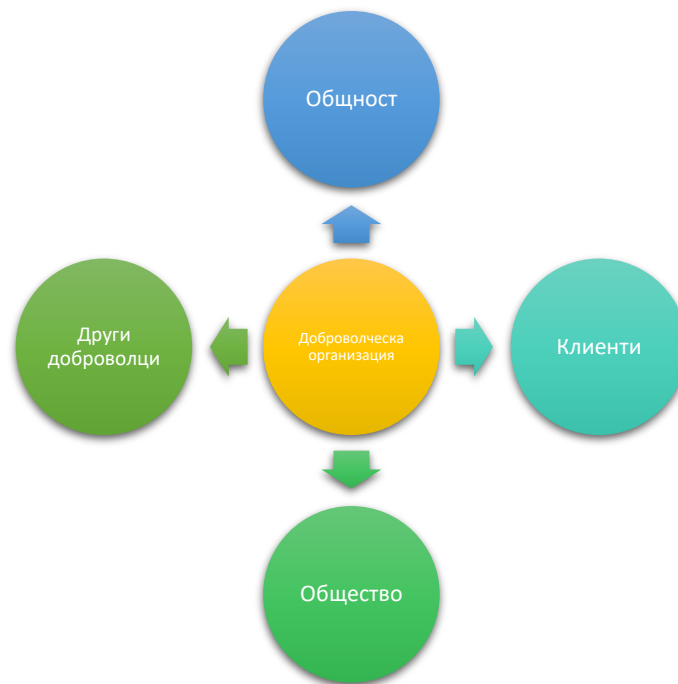
Идеята на този инструмент е да обедини информацията от заинтересованите страни на организацията, т.е. различни групи от хора и организации. Тази информация трябва да включва дискусия, за да може организацията да изготви план за действие. Идеята е да се намери информация за това, което различни хора смятат, че би могло да се случи в бъдеще с „нас“ (т.е. общността или организацията на доброволците), и **чрез обединението на различни гледни точки да се получи преглед на това, което ще се случи в бъдеще.**

Доброволецът може да разбере какво мислят различните заинтересовани страни от самите тях чрез използване на нашите инструменти и идеи, или чрез използване на собствени идеи. Има също и ръководство за улесняване на прогнозирането/бъдещи семинари чрез използване на моделът. Ще дадем и няколко практически примера как да преминете през това упражнение като използваме местна екологична неправителствена организация, като пример.

Модел за прогнозиране

Преди да започнете да откривате идеите на заинтересованите страни за бъдещето, е необходимо да отделите време и помислите заедно кои са те.

Всяка доброволческа организация има свои собствени заинтересовани страни, чиито интереси и очаквания формират мисията на организацията. Общата цел на организацията е да постига своите цели (като подобряване на местната околна среда) и задоволява нуждите на тези заинтересовани страни. Всяко погрешно схващане относно специфичният микс от очаквания на заинтересованите страни може да доведе до критични ситуации в краткосрочен или средносрочен план или до екзистенциални кризи в дългосрочен план. **Поради тази причина, анализът на специфичният микс от заинтересовани страни е от стратегическо значение.** Това ще даде възможност за идентифициране на специфичните отношения, както следва (Фиг.1):



Фиг.1

Основният въпрос за анализ на заинтересованите страни е:

Как да задоволим очакванията на нашите заинтересовани страни?

За да отговорите на този въпрос е важно да зададете допълнителни въпроси чрез четири основни стъпки:

Първа стъпка:

Кои са нашите заинтересовани страни?

Преди да започнем работа е необходимо да уточним кои точно са специфичните заинтересовани страни на доброволческата организация, които могат да бъдат назовани под всеки един от четирите типа, представени във фиг.1. Кои са нашите клиенти, към които работата ни е насочена пряко или косвено? Кои са хората и/или организациите, които формират нашата местна общност? Това включва ли нашата община, други доброволни организации? Кой още? Можем ли да дефинираме 'обществото' по-конкретно?



Втора стъпка:

Заинтересованите страни посочени под всеки тип, следва да се класифицират по важност за доброволческата организация. Тази класификация може да варира в зависимост от целта на анализа и включва описанието посочено във Фиг.2. Това трябва да се направи, за да се помисли къде може да се постигне промяна и да се планира използването на ресурси.

ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ	СЛАБО ВЛИЯНИЕ	СИЛНО ВЛИЯНИЕ
СИЛЕН ИНТЕРЕС	Полезно, ако те станат поддръжници на организацията	Необходимо е подпомагане
СЛАБ ИНТЕРЕС	Малко или никакво влияние върху организацията	Опасно или много полезно за организацията, ако те се интересуват

Фиг.2

Практически пример:

НПО по околната среда решава, че местните политици са много важен участник в кампания за насърчаване на рециклирането. Повече рециклиране се счита за важно постижение в рамките на 5 години. Проблемът е, че интересът е малък, тъй като това струва пари. Организацията смята, че би било разумно да се вслушват в тях и да се мисли за начините, по които биха могли да помогнат това да се осъществи.

Трета стъпка:

Колко важни са нашите заинтересовани страни?

След класификацията трябва да отговорим на въпроса:

- Какви са очакванията на всяка конкретна заинтересована страна по отношение на връзката с нашата организация?

Тази гледна точка може да повлияе върху първоначалната класификация в стъпка 2 и да доведе до модификации.

Четвърта стъпка:

Колко сме добри в изпълнение на очакванията на нашите заинтересовани страни?



За избраните заинтересовани страни трябва да определим как да се отговори на очакванията им:

- Какво да направим, за да отговорим на очакванията на заинтересованите страни? Знаем ли как да ги удовлетворим в нашата работа? Какво е добре? Какво може да бъде по-добре? Какво ще правим?

След като сте определили заинтересованите страни, може да започнете с разкриване на техните идеи.

Ето как работи нашият модел за обединяване на идеи от различни хора:

<p>Какво мисля, че ще се случи с нас (нашата организация)</p> <p>Въпроси, които доброволците си задават</p>	<p>Какво другите доброволци и нашата организация, мислят че може да се случи с нас (нашата организация)</p> <p>Въпроси, които доброволците задават от други доброволци, анализ на тенденциите в нашата асоциация или организация (брой членове и др.)</p>	<p>Какво нашите клиенти, мислят че може да се случи с нас (нашата организация)</p> <p>Въпроси, които доброволците задават на хората, с които работят</p>
<p>Какво общността мисли, че може да се случи с нас (нашата организация)</p> <p>Наблюдения за това, което се случва в нашият град и т.н.</p>	<p>Какво обществото мисли, че може да се случи с нас (нашата организация)</p> <p>наблюдения от новините онлайн търсене с термини като 'бъдеще'</p>	<p>Какво наистина ще се случи с нас</p> <p>анализ планиране на действие</p>



Вече сте идентифицирали своите заинтересовани страни. Ето конкретен пример как клиентите могат да бъдат идентифицирани:

Практически пример:

НПО по околната среда смята, че потенциалните му клиенти включват местни семейства и училища, които трябва да знаят как да опазват околната среда на местно ниво. Те идентифицираха местните политици, които да представляват тяхната общност, и местните медици, които да представляват обществото, преди да започнат да откриват своите идеи.

Ето няколко съвета, за да откриете идеите на различните заинтересовани страни. Тези идеи ще ви дадат старт, но е важно да го направите възможно най-лесно!

1. Какво мисля, че може да се случи с нас?

- Как мислите, че ще изглежда доброволството след 10, 20, 30 години? Напишете вашите идеи.
- Какво ще бъде вашето бъдеще?

2. Какво други доброволци и нашата организация мислят, че ще се случи с нас?

- Попитайте други доброволци, как мислят че ще изглежда доброволството след 10, 20, 30 години.
- Google “бъдещето на доброволството” ще ви даде много резултати и статии за бъдещето на доброволството.
- Потърсете доброволчески центрове в родния си град и говорете с хората, които избират доброволци. Какво мислят за бъдещето на доброволството?
- Свържете се с други доброволци в социалните медии (Facebook, twitter, etc). Какви са мислите им за бъдещето? Различават ли се мненията, или повечето доброволци се съгласяват по някои идеи?
- Потърсете статистически данни за вашата организация. Колко членове е имала преди и колко сега? Какви са доброволците преди и какви сега? Какви дейности са



извършвали доброволците преди и какви сега? Какво ви дава тази информация, за това което може да се случи в бъдеще?

- Свържете се с неправителствени организации по имейл и им задайте въпроси като “Ще има ли повече или по-малко доброволци след 10 години?” и “Ще стане ли доброволството по-популярно в бъдеще?” , след което сравнете отговорите на различните организации.
- Въз основа на направеното проучване, какви са вашите прогнози за бъдещето на доброволството? Повечето резултати позитивни ли са или негативни?

Практически пример:

В екологичната неправителствена организация доброволците смятаха, че това зависи до голяма степен от общите възгледи на хората за околната среда. Ако има загриженост, ще има повече доброволци. Те също така усетиха, че ще има повече микро-доброволчески дейности, които се правят онлайн. Те се интервюираха помежду си и използваха Google, за да намерят някои идеи.

3. Какво нашите клиенти мислят, че може да ни се случи?

1^{ви} въпрос: **Кои са нашите клиенти? Може ли профилът им да се промени в бъдеще?**

Отговорът на този въпрос зависи от:

- Профилът и обхвата на организацията – местен, на конкретно място или регионален – и обхватът и на работа.
- Как да активираме и достигаме до клиентите: директно или чрез използване на ИТ (социални мрежи, интернет сайтове).

2ри въпрос: **Каква е ролята на доброволците в отношенията с клиента на организацията?
Какво е естеството на доброволческата работа?**

Отговорът може да зависи от:

- Компетенциите на доброволецът, от технически компетенции до "работа с хора". Кои от тези компетенции ще бъдат необходими или ще имаме нужда от нещо друго?



- Предпочитанията на доброволците: например, какъв процент от доброволците предпочитат да работят с хора
- Как организацията работи в отношенията с клиентите си

Трябва също да помислите за въпроси като: Бъдещото доброволчество ще бъде ли свързано с технологичната компетентност? Дали "работата с хора" ще бъде постоянен елемент от работата на доброволците?

3^{ти} въпрос: Кой са доброволците? Какви са основните социално-демографски характеристики на доброволците?

- Има ли поколенчески/културни различия в ресурсите, до които имат достъп доброволците в съответната организация?
- Какви са компетенциите на доброволците в различните възрастови категории, напр.: какво могат да направят 20 годишните или 50 годишните и как предпочитат да работят с клиентите на организацията?
- Могат ли различията да породят конфликти?

Къде да намерите такава информация:

- **Преглед на интернет страници и организации:** - анализ на съдържанието и дейността на неправителствените организации. Идентифициране на клиентите на организацията в зависимост от профила на организацията, - анализ на предложението за доброволци - какво предлагат доброволческите организации? Колко често доброволческата дейност е свързана с директна работа с клиент на организацията? От какви хора се нуждаят организации? Какво е предложението за доброволно обслужване? Какви компетенции се използват в тези предложения?
- **Статистически данни, изследване:** - анализ на самите доброволци по отношение на социални / демографски /културни характеристики? – кои са те и какви са ценностите и нуждите на различните поколенчески групи?

Практически пример:

Екологична неправителствена организация мисли, че клиенти и са местни семейства и училища. Понастоящем стигат до тях главно чрез социалните медии, тъй като съществуващите доброволци са доста млади, и имат малък пряк контакт. Интересите на клиентите зависят от отношението към околната среда.



4. Какво общността мисли, че може да се случи с нас?

Възможни начини за събиране на информация:

- Следвайте местните новини или други медии (по телевизия, радио, вестници, списания) или онлайн) в продължение на няколко дни. Изберете 1-2 новини, които биха повлияли на доброволческата ви дейност или на организацията в бъдеще. Анализирайте ги, като отговорите на следните въпроси:
 1. Влияе ли това на доброволческата ми дейност положително, неутрално или негативно?
 2. Влияе ли това на нас (нашата организация) позитивно, неутрално или негативно?
 3. Какво казва тази новина за света около нас?
- Посетете местната библиотека, читалище или други места, където хората се срещат. Попитайте ги какво смятат, че може да се случи в бъдеще. Какво говори това за това, което може да се случи с вас или с доброволческата организация?
- Когато се срещате с приятели или семейно в къщи, на кафе, рожден ден парти и т.н., попитайте ги какво смятат, че ще се случи в бъдеще. Има ли нещо свързано с доброволчеството?
- Посетете уебсайта на градския съвет и социалните медии. Има ли нещо, което смятате, че може да е от значение за вашата организация в бъдеще? Опитайте се да отговорите на следните въпроси:
 1. Влияе ли това на доброволческата ми дейност положително, неутрално или негативно?
 2. Влияе ли това на нас (нашата организация) позитивно, неутрално или негативно?
 3. Какво казва тази новина за света около нас?

Практически пример:

НПО по околната среда смята, че местните политици са жизненоважни участници в общността. Те потърсиха решението си на градския уебсайт и решиха, че не се случва толкова много, което се отнася до местната среда. От гледна точка на публичността се оказва проблемно.



4. Какво обществото мисли, че може да се случи с нас?

Възможни начини за събиране на информация:

- Следете новините (по телевизията или радиото, във вестниците или по линия) за няколко дни. Изберете 2 новина, които могат да повлияят на доброволческата дейност или вашата организация в бъдеще. Анализирайте ги, като отговорите на следните въпроси:
 1. Влияе ли това на доброволческата ми дейност положително, неутрално или негативно?
 2. Влияе ли това на нас (нашата организация) положително, неутрално или негативно?
 3. Какво казва тази новина за света около нас?
- Наблюдения от онлайн търсения

Използвайте онлайн търсачка. Въведете термини като „бъдещето на доброволчеството“, „доброволчество“ или термин, свързан със сферата, в която сте доброволец. Прегледайте резултатите от вашето търсене и изберете 2 източника, които ви се струват интересни или полезни. Анализирайте ги, като отговорите на следните въпроси:

1. Влияе ли това на доброволческата ми дейност положително, неутрално или негативно?
 2. Влияе ли това на нас (нашата организация) положително, неутрално или негативно?
 3. Какво казва тази новина за света около нас?
- Наблюдения в социалните медии

Ако използвате социални медии като Facebook, twitter, Instagram, Snapchat, YouTube или други, отделете малко време, за да проследите новините. За какво говорят хората и какъв вид съдържание споделят? Има ли нещо, което изглежда уместно от гледна точка на доброволчеството? Как може това да се отрази на бъдещето на вашата организация?

- Наблюдения в училище/университета/работата/където и да е

Ако работите или сте студент, слушайте какво казват хората около вас. За какво си говорят? Има ли нещо значимо от гледна точка на доброволчеството? Как това може да въздейства на вашата организация в бъдеще?

- Откриване на 'слаби сигнали'

Забелязали ли сте някакви малки неща около себе си, които може да се променят или да ви се струват смущаващи? Може да са слаби сигнали, които могат или не могат да повлияят на



доброволчеството. Записвайте ги през няколко дни и споделете с приятелите си. За да ги осмислите, може да използвате тези въпроси:

1. Влияе ли това на доброволческата ми дейност положително, неутрално или негативно?
2. Влияе ли това на нас (нашата организация) позитивно, неутрално или негативно?
3. Какво казва тази новина за света около нас?

Практически пример:

Местната НПО обсъди това и смята, че местните медии са най-важният им участник. Разгледаха местния вестник и намериха статия за рециклирането. Те мислят, че това може да бъде положителен знак за нарастващ обществен интерес.

4. Анализ. Какво наистина ще се случи?

Когато анализирате информацията, която сте събрали, е необходимо да съберете различни гледни точки и да обедините очакванията на заинтересованите страни. Можете също така да вземете предвид какво е сходно в информацията, която сте събрали от различни заинтересовани страни и къде техните виждания се различават.

Насоките за улесняване включват идеи как да се направи това, и тук обясняваме как може да се подходи към възгледите на заинтересованите страни.

5. Планиране на действие

След като анализирате и обсъдите информацията, ще имате представа какво предстои. За да създадете план, трябва да си зададете следните въпроси:

- Какво искаме да постигнем? Как нещата, които предвиждаме че ще се случат, ни помагат или пречат да постигнем това?
- Какви умения са необходими? Имаме ли ги вече или се нуждаем от нещо друго?
- Кой трябва да направи това? Имаме ли правилните хора и достатъчно ли са те?
- С кого трябва да се свържем, за да постигнем целите си, и какмо можем да им дадем?
- Какви ресурси са ни необходими?



Дискусията ще доведе до следният резултат:

- **Какво ще направи нашата организация?**
- **Как ще го направи?**

Практически пример:

Организацията реши, че трябва да работят с местни училища, медии и политици. За това им е необходима информация за вземане на решения, умения за вдъхновяване на младите хора в училищата и умения за правене на мобилни видеоклипове. Те видяха, че не могат да работят самостоятелно, тъй като имат ограничени ресурси, затова решиха да помолят асоциацията на местните жители да работят с тях и да намерят обучение за уменията, от които се нуждаят.
