

Ресурсы некоммерческого сектора

Методические материалы

Подготовлено Ширококовой А.А., к.э.н, доцент

Иркутск 2023

Реализация любой активности, производство любой услуги, товара невозможно без обеспечения ресурсами. Для выполнения своих задач все участники сектора НКО, независимо от организационно правовой формы, должны обладать необходимыми материальными и финансовыми ресурсами, иметь право самостоятельного управления и распоряжения ими. Вопрос ресурсной обеспеченности деятельности один - из ключевых вопросов эффективного управления общественной инициативой.

Ресурсы - источники и предпосылки получения необходимых людям материальных и духовных благ, которые можно реализовать при существующих технологиях и социально-экономических отношениях. В каждый данный момент ресурсы ограничены и потому главной задачей экономического управления является их наилучшее (оптимальное) распределение. Эффективная работа с ресурсами опирается на понимание их роли в социально - экономическом процессе. Классификация ресурсов позволяет понять их роль значение в деятельности субъектов сектора НКО (местных сообществ, ТОС, некоммерческих организаций – юридических лиц), обеспечить учет, анализ контроль и управление ресурсным обеспечением. Наличие различных способов классификации позволяет использовать различные подходы к их анализу и эффективному использованию. Можно выполнить анализ ресурсов одновременно со всех позиций. Качественный анализ ресурсов позволяет грамотно выстраивать стратегию развития и эффективной работы:

Ресурсы воспроизводимые и невозпроизводимые

- ресурсы воспроизводимые, например, растительность или кадры определенной квалификации, которые воспроизводятся, т. е. обучаются в течение анализируемого периода и т. д.;
- ресурсы невозпроизводимые, например, разрабатываемые запасы полезных ископаемых. Впрочем, это разделение в зависимости от продолжительности временного периода проводится по-разному: те же квалифицированные кадры могут рассматриваться в краткосрочном периоде как невозпроизводимый ресурс.

Ресурсы внутренние и внешние

- внутренние – это те, которые в настоящее время имеются в наличии, те, которыми можно распоряжаться;
- внешние – это те, которые необходимо привлекать.

Ресурсы имеющиеся и необходимые. Анализ ресурсов с этих позиций особенно важен при подготовке социального проекта, так позволяет

определить запрашиваемые статьи расхода и показать свой вклад в реализацию проекта.

Базовой системой классификации ресурсов выступает их деление на материальные и нематериальные. К *материальным*, в первую очередь, относят:

- человеческие ресурсы, характеризующиеся уровнем образования, квалификации, мотивации к труду, ценностными установками социального работника и пр.,
- материально-технические (это и ГСМ, и производственные мощности, и офисная техника, и даже писчая бумага, и многое другое),
- финансовые – денежные средства, выделенные государством, бизнесом и обществом в сферу общественных инициатив для организации мероприятий, производства услуг, товаров и выплат.
- природные – часть совокупности природных условий существования человека, компоненты окружающей среды, используемые в процессе общественной активности (в том числе, климат, рельеф местности, почвы, растительный и животный мир). Задача организатора общественных инициатив – добиться оптимального соотношения, адаптации целевой группы с окружающей средой, в том числе и природой.

Таким образом, к материальным относят все те ресурсы, которые можно увидеть, пощупать, посчитать.

К **нематериальным** ресурсам относятся:

- **информационные ресурсы.** Своевременное получение полезной, нужной информации резко повышает конкурентоспособность, снижает затраты, увеличивает возможности. Точно так же важно и размещение/продвижение информации о сообществе, ТОС, НКО, его возможностях и потребностях, предлагаемых социальных проектах, требующих инвестиции. Они необходимы и для управления организацией, инициативной группой с использованием современных технических средств. А это требует от лидеров, активистов сектора НКО навыков владения методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыков работы с гаджетами как средством переработки информации. Именно поэтому выделена в отдельный раздел Тема «Информационные технологии»
- **авторитет/репутация/имидж.** Один из мощных нематериальных ресурсов, определяющий не только положение человека в обществе, но и отношение к любой организации, территории, реализующей общественную инициативу. Именно поэтому сейчас сектор НКО активно использует такую важнейшую технологию, как брендинг. Бренд это способ определить свою уникальность, правильно ее упаковать и показать миру (партнерам, потенциальным спонсорам, органам власти,

самим себе и пр.). Бренд – это комплекс представлений, который субъекты сектора НКО хотели бы сформировать в голове целевых групп и партнеров. И здесь важную роль играет брендинг территорий – это процесс создания и продвижения уникального и привлекательного образа территории (поселения, города, региона, страны) с целью повышения его конкурентоспособности на рынке туризма, инвестиций и жилья. Это тот механизм, который позволяет эффективно развиваться и территории и субъектам сектора НКО, и жителям, проживающим на этой территории.

Так, например, уже 5 лет в селе Батама Зиминского района проходит фестиваль «Пан вареник», посвященный украинскому национальному блюду. Село Батама было основано в 1908 году украинцами. Идея фестиваля, посвященная национальному блюду этого народа и стала брендом села. Первый фестиваль «Пан вареник», состоялся в 2016 году. Идея объединила в селе ТОС, Центр украинской культуры, в котором действуют народный хор украинской песни «Калына», фольклорная группа «Берегиня», вокальная группа «Любиста» и два детских ансамбля – «Зоринка» и «Мрия». В 2022 году уже более 1000 человек приехали на этот фестиваль. В программе были конкурсы на большой и маленький вареник, на необычную начинку, на большое количество съеденных вареников, а также на необычное вареничное подворье. Концертная часть включала более 40 номеров и представляла многонациональное творчество клубных коллективов и украинского культурного центра из Иркутска. Гости фестиваля смогли попробовать вареники с самой разнообразной начинкой: со шкварками, с капустой, с фаршем, с мясом, с картошкой, творогом, грибами, вишней, гречкой, пшеникой, щавелем, свеклой и др. Прошла выставка декоративно прикладного творчества «Ремесленное подворье», шествие национальных коллективов, парад в костюмах «Вареник», презентация национальных подворий, мастер-классы, детские игровые площадки.

Реализации фестиваля помогает теперь и участие ТОС, НКО в различных конкурсах, включение в событийный календарь агентства по туризму Иркутской области, куда входят наиболее яркие и интересные праздники, происходящие на территории нашего региона. Организаторы выпустили сборник уникальных рецептов по приготовлению вареников. Книги появятся в библиотеках и учреждениях культуры Зиминского района.

Брендинг территорий включает в себя разработку бренд-платформы, визуальной айдентики, коммуникационной стратегии и интеграцию с местной культурой и историей. А подключение к продвижению брендинга всех участников реализации общественных инициатив будет способствовать развитию и местных сообществ, и ТОС и НКО,

- **культура** – это огромный кладезь нематериальных ресурсов, включающий в себя **историю, традиции, обычаи, религию**. Так, например, сохраняемый родовой уклад жизни коренных и северных народов до последнего времени позволял им обходиться без интернатов для престарелых и детских домов для сирот. Культурные проекты, которые развивают некоммерческие организации в малых городах, создают инфраструктуру для людей, останавливая отток местных жителей, и очень часто становятся точками роста для этих населенных пунктов. Возрождение народных ремесел становится новой приметой развития территорий. Ведь реализовывать продукцию возможно через интернет. А ассоциация «ОНИКС»- Союз мастеров народного искусства «Оникс», которая объединяет мастеров прикладного народного творчества, которые живут и работают в городах и посёлках Иркутской области, организует различные мастер классы возрождения и развития народных ремесел. Побывать в доме Бабы-Яги, резиденции Деда Мороза, пообщаться с героями сказок сегодня можно во многих территориях России и в Иркутской области. Например, в Черемхово открылась резиденция Бабы-яги. Сказочная героиня принимает гостей в доме культуры «Шахтер». Компанию ей составляют помощницы, в том числе Кикимора. Они встречают детей на входе в резиденцию, помогают проводить экскурсию и мастер-классы. И аких примеров можно привести немало

- **мифы и легенды**. Классический пример: легенда о Лох-Несском чудовище, которая с 1933 года кормит целую область Шотландии, обеспечивая боле эффективное решение социальных проблем.

- **технологии**. Определяют уровень инновационности и эффективности работы любого социального учреждения.

- **человеческие отношения**. Они важны как внутри субъектов общественной активности, так и в работе с целевыми группами, в решении социальных и экономических проблем территорий. Так, например, традиция организовывать «помочь» обеспечивала решение многих социальных проблем в сельских поселениях (ставили срубы домов, рыли колодцы, помогали погорельцам и пр.)

Особое значение сегодня приобретают человеческие и социальные ресурсы. Социальные ресурсы можно определить как запасы творческой энергии личности (социальные, познавательные, деятельностные), социальной организации и общества в целом - содружества людей, организаций, институтов, социальных групп. Эти запасы человеческой энергии огромны, некоторые ученые сравнивают их с энергией атомного ядра. Одной из самых актуальных сегодня является проблема раскрытия этого огромного потенциала, творческих возможностей человека, социальных организаций и направления этих источников прогресса в созидательное русло. Научно – технический и социальный прогресс

активирует возможности человеческого потенциала, целевая установка на повышение качества жизни создают условия для быстрых социальных изменений. А это определяет необходимость формирования у лидеров и активистов сектора НКО навыков стремления к саморазвитию, повышению квалификации и мастерства.