



МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ «ЗАБОТА РЯДОМ»
Н. КАЛЯКИНА

ВЫЯВИТЬ И ПОМОЧЬ – ШАГ ЗА ШАГОМ



ВЫЯВЛЕНИЕ «НЕВИДИМЫХ» ПОЖИЛЫХ

Давайте дадим определение тому процессу, который мы будем называть выявление «невидимых» пожилых. Выявление «невидимых» пожилых людей — это сбор информации об одиноких, нуждающихся в помощи пожилых, попавших в тяжелую жизненную ситуацию с последующим оказанием помощи либо содействием в оказании помощи.

НА 1 ЯНВАРЯ 2020 ГОДА В РОССИИ НАСЧИТЫВАЛОСЬ

32 806 037 ЛЮДЕЙ ОТ 60 ЛЕТ И СТАРШЕ*

и только 3 414 345 получали социальные услуги на дому и в полустационарной форме

Что это значит?

Во время пандемии случилось так, что большая часть населения – граждане возраста 65+- оказались в изоляции от мира и стали социально-дистанцированными. Это означало невозможность выйти из дома, делать привычные вещи, ходить в магазин, в аптеку, в поликлинику, банк, почту и т.д. Тех, у кого есть родственники, хорошие соседи, карантин немного ужал в возможностях, а тех, кто остался одинок, самоизоляция поставила в ужасающее положение.

*По данным Росстата

За прошедший год карантина было выявлено около 5000 таких пожилых людей, оставшихся без социальных связей и привычного уклада жизни.

В обычное, некарантинное время, также есть факторы «невидимости» – неожиданная серьезная болезнь пожилого человека, болезнь или смерть родственников, ухаживавших за пожилым и др.

Во всех случаях пожилой человек оказывается вне поля зрения социальных служб, различных организаций, с которыми взаимодействовал. И единственной возможностью узнать о нем и предоставить ему помощь оказывается информация от соседей, сотрудников служб, которые взаимодействуют с пожилым человеком и могут потенциально оценить его состояние (жилищные службы, почта, полиция).


Выявление нуждающихся в помощи пожилых – это системный долгий процесс, вовлекающий многие структуры, начиная от властей и полиции и заканчивая непосредственно соседями.


Это методичная работа в информационном поле, мониторинг мест и людей.





Автор данной методической работы:
Калякина Надежда, руководитель фонда "Забытые живые",
куратор направления "Выявление пожилых, нуждающихся в помощи"
коалиции "Забота рядом"
Редактор: Пятакова Евгения, методолог коалиции "Забота рядом"


ШАГ 1 ОБЪЕДИНИТЕ ПАРТНЕРОВ ПО РАБОТЕ С ПОЖИЛЫМИ


 **Органы социальной защиты** – знакомьтесь, предлагайте помощь и сотрудничество, спрашивайте, где сейчас «темные пятна» в работе с пожилыми. Чаще всего социальные работники с благодарностью принимают помощь и идут на контакт.

 **НКО региона, оказывающие поддержку пожилым** – объединяйте ресурсы, организуйте совместные проекты, акции, создавайте общую рекламную или сувенирную продукцию, информационные материалы.

 **СМИ:** радио, ТВ, местные онлайн сообщества, районные газеты, селебрити, блогеры. Расскажите о себе, своей деятельности, предложите разместить информацию о ваших возможностях в сфере помощи пожилым.

 **Государственные учреждения:** полиция, министерство здравоохранения, почта, администрации. Познакомьтесь, оставьте информацию о себе и свои контакты, расскажите о своих возможностях и предложите совместные мероприятия.

 **Волонтерские объединения:** Союз добровольцев России, Волонтеры-медики, Росмолодежь, РДШ, местные волонтерские группы. Познакомьтесь, оставьте информацию о себе и свои контакты, расскажите о своих возможностях и предложите совместные акции, мероприятия, проекты.

 **ТОСы, ТСЖ, жилищные управляющие компании.** Познакомьтесь, оставьте информацию о себе и свои контакты, расскажите о своих возможностях и предложите наладить информационный обмен и сотрудничество.

ШАГ 2 ВИЗУАЛИЗИРУЙТЕ СВОЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



Обновите сайт организации, паблики в социальных сетях – добавьте информацию о том, что вы оказываете срочную помощь в кризисных условиях и/или регулярную помощь нуждающимся.



Создайте информационные материалы – листовки, карточки для соцсетей, фотографии успешных кейсов, визитки, QR коды¹ ваших пабликов. Ниже примеры карточек. В полном размере вы найдете карточки в Приложении 1.



Создайте горячую линию – отдельный телефонный номер, на котором примут звонок с просьбой о помощи от нуждающихся.

¹ В Интернете есть много сайтов, которые помогают сделать QR код. Можно просто ввести в поисковик запрос «сделать QR код» и выбрать наиболее удобный сервис. Например, можно воспользоваться сайтом <https://ru.qr-code-generator.com/>

ШАГ 3 ИСПОЛЬЗУЙТЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВЫЯВЛЕНИЯ



Листовка организации с понятной и приятной для пожилых людей визуализацией

Информация в листовке – чем можете помочь, что для этого нужно сделать, точное название организации, контакты для связи. Раздаем своим подшефным, так как они хранят эту информацию и могут передать нуждающимся знакомым. Волонтеры раздают пожилым людям в частном секторе, «тревожных» районах, спальных старых районах (например, в ходе Мобильного патруля).



Мобильный патруль

Волонтеры с продуктовыми наборами выезжают в районы с вероятным скоплением пожилого населения (частный сектор, старые спальные районы). Раздача продуктовых наборов и горячего питания, а также информационных листовок ситуативно по месту нахождения пожилых, у мусорных контейнеров, храмов и т.д. Полное описание практики «Мобильный патруль» вы найдете в Приложении 2.



Раздача продуктов с листовками

При развозе продуктов благополучателям всегда кладите информационные материалы – листовки, открытки, магнитики, визитки. Чаще всего пожилые люди охотно делятся информацией о возможностях помощи с соседями, родственниками, знакомыми и дают в основном номер телефона.



Горячая линия

Организация горячей линии – это не так сложно, как кажется. Удобный номер, лучше городской, чтобы на него могли звонить пожилые люди с городского телефона. Сейчас практически у любого оператора есть экономичные тарифы для тех, кто в основном работает со входящими звонками. В Саратове, например, тариф у оператора Мегафон на месяц входящих звонков составляет 200 рублей. Для того, чтобы оценить актуальность горячей линии достаточно будет одного номера и одного оператора в рабочее время. Важно: вести журнал звонков и составить скрипт горячей линии для операторов. Пример скрипта для горячей линии вы можете найти в базе знаний на сайте коалиции «Забота рядом».



Чаты ТСЖ, УК, ТОСов – добрососедство, обмен информацией

Если вы пишете в чат не вашего ТСЖ, то нужно представиться и кратко дать информацию о себе и том, чем вы занимаетесь, а также кратко рассказать про вашу цель. Например: «Добрый день, меня зовут Надежда, я живу в соседнем доме и занимаюсь помощью пожилым людям. Наш фонд помогает одиноким старикам продуктами, лекарствами, средствами гигиены. Сейчас много пожилых остались запертыми дома без помощи и внимания. Если вы знаете о таком «невидимом» пожилым человеке, то можете либо помочь ему сами, либо обратиться к нам по телефону горячей линии xxx xxx, либо в органы соцзащиты по номеру xxx xxx. Спасибо за неравнодушие и добрососедство!». Пример листовки для чата или расклейки в подъездах вы найдете в Приложении 3.

Почему вы уделяете такое внимание информации именно о своей деятельности?

Чем больше мы говорим и пишем о своих делах, о деятельности, которую ведет организация – пошагово, подробно, с фотоотчетом, с детальными рассказами о своих благополучателях, историями из повседневной работы – тем больше деятельность становится, если так можно сказать, легитимной для общества.

Обязательно нужно рассказывать о том, как именно ваша организация помогает, чем оказывает помощь и кому, как можно ее получить, что для этого нужно сделать.

Для этого нам и нужно визуальное подкрепление – листовки, баннеры в соцсетях, посты с инфографикой, плакаты.



Что писать на листовках?

Название вашей организации

Название акции или программы, в рамках которой оказывается помощь (лучше, если оно будет, яркое, понятное, наполненное смыслом)

Обозначение целевой аудитории благополучателей

Описание видов помощи/услуг, которые вы оказываете

Номер телефона, горячей линии, адрес, куда можно прийти за помощью

Ваше представительство в интернете – социальные сети, сайт и т.д. – можно сгенерировать на специальном сайте QR код, в котором будет «зашифрована» ссылка на ваши страницы и разместить этот QR код на листовке.



Что должна включать информация для сети интернет (пост, новость)?

Дату события произошедшего или дату/сроки намечаемого проекта/ акции/мероприятия

Конкретные действия – что сделали/что планируете сделать

Где будет происходить/происходило

Обозначение целевой аудитории – кому вы помогли/кому вы помогаете. Что получилось в итоге – результат уже полученный или планируемый (пример: собрали 45 продуктовых наборов/нам необходимо собрать 16 упаковок памперсов для взрослых)

Хэштег акции/организации (например: #помогаемвместе)

Упоминание партнеров

Как выяснилось, самый большой вопрос вызывает даже не выявление, а последующие действия.

Вот нашли мы нуждающегося старшего – и что? Как правильно помочь и не причинить вреда? Ведь зачастую выявленные «невидимые» и так уже находятся в стрессе. Как нужно в таком случае взаимодействовать, чтобы действительно помочь и не ухудшить ситуацию?

Первый и самый главный шаг – оценка ситуации, в которой находится пожилой человек. Материальное положение на данный момент, в чем нуждается больше всего, есть ли критичные состояния (физиологические, психологические), нужна ли экстренная помощь специалистов (врачей, психологов). Надо оценить возможную длительность оказания помощи и необходимые для нее ресурсы. Возможно, ситуация настолько критична, что ваше основное участие будет заключаться в вызове «скорой помощи», социальных служб и в крайнем случае даже полиции. Если ситуация не настолько критичная, то оцениваем возможность пожилого человека обслуживать себя самостоятельно с помощью волонтеров. Какие ресурсы нужны в таком случае – достаточно ли будет продуктов первой необходимости, есть ли специальные условия (диабет, диета и т.д.), нужны ли средства гигиены, лекарства. Лучше всего зафиксировать все в лист записи, отметить запросы от пожилого человека, объяснить свое появление, почему вы оказываете помощь, дать максимальную информацию о себе, оставить контакты, договориться о точном времени второго визита уже с оказанием помощи.

При необходимости привлечь партнеров и партнерские ресурсы.



Оценка ситуации

Визуальный осмотр самого старшего (внешний вид, запахи, опрятность, ясность в общении и др.), квартиры пожилого человека (санитарно-гигиеническое состояние – запахи, чистота; наличие жизненно важных вещей – застекленные окна, сантехника, наличие отопления и воды). Опрос о нуждаемости (нужны ли продукты, на что не хватает пенсии, помогают ли родственники, знает ли про возможность постановки на учет в органах соц. защиты), специальные вопросы (заболевания, противопоказания, наличие необходимых документов – в случае экстренной помощи нужны паспорт, полис, пенсионное удостоверение).



Описание и учет выявлений

Все полученные данные необходимо внести в базу данных благополучателей с пометкой даты, ФИО волонтера, оказанной помощи и запросом на следующий визит.



Оценка ресурсов и необходимой помощи

Исходя из данных опроса надо сформировать список необходимых ресурсов для помощи выявленным благополучателям. Например: 12 продуктовых наборов, один для диабетика, 2 упаковки памперсов, список лекарств, а также помощь при постановке на учет в КЦСОН одной бабушке.



Помощь профессионального сообщества

Смотрим пример выше и разбираем: не хватает 5 наборов продуктов – нужна помощь коллег или организация акции по сбору. Памперсы есть в достаточном количестве. Также нужна консультация специалистов из социальной защиты – звоним и договариваемся о партнерской помощи.

Мы выявили «невидимого» нуждающегося, оказали ему помощь. Что дальше?

Вспоминаем результаты оценки ситуации этого подшефного – какое у него материальное и физиологическое состояние, какие ресурсы ему необходимы и насколько часто, справляется ли он один при периодической помощи, будут ли у вас эти ресурсы для помощи ему на протяжении какого-то времени. Исходя из получившейся картины необходимо оценить, сможете ли вы постоянно оказывать поддержку либо необходима помощь партнеров. Например, при плохом состоянии здоровья лучше привлечь медиков (участковый врач, оформление в стационар и т.д.).

Помощь социальных служб необходима всегда – обычно больше чем в половине случаев выявленные старшие с удовольствием узнают, что есть возможность встать на учет в органы соцзащиты и оформляют постоянные услуги соцработника. Таким образом, пожилой человек уже находится «под присмотром».

Оцениваем материальные ресурсы – сможете ли вы на постоянной основе привозить продукты, лекарства либо другую помощь? Если нет, то ищите НКО партнеров и передавайте подшефного. Если он остается под вашей опекой, то логично будет внести его в базу данных и вести график оказания помощи.

Для чего нужна база данных подшефных?



Дублирование помощи

Иногда бывают такие ситуации, когда выясняется, что человеку, которому вы оказываете помощь, до вас либо после вас уже помогают другие организации. Происходит это по разным причинам. Одна из распространенных – в пандемию найдя того, кому нужна помощь, «стучали во все двери». И часто несколько волонтеров приезжали к выявленному старшему. Иногда после выявления одной организацией коллеги из социальных служб, медучреждений, других НКО доезжали до благополучателя и им нужна была информация. В любом из случаев актуализироваться с коллегами по базе данных подшефных всегда полезно.



История помощи

Как мы писали выше, история помощи у старшего может оказаться непростой, сопряженной с привлечением разных служб, организаций. И сам человек может быть в достаточно сложной ситуации и по здоровью, и по наличию документов, и др. При дальнейшей передаче старшего партнерам очень полезно будет передать также и историю оказания помощи (какие подводные камни, что уже сделано, что необходимо сделать). Вам не раз скажут за это спасибо.



Долговременная забота и социализация

Если выявленный старший остается подопечным вашей организации, то оптимальным было бы разработать его дальнейший план сопровождения – сколько раз его будет посещать волонтер, какую помощь надо оказывать, какие дополнительные запросы есть у старшего, как можно социализировать, предложить варианты досуга, ухода при необходимости.

Если пожилой человек находится в вашей базе данных, вам легче будет общаться с партнерскими сообществами. У вас будет информация о том, кто и когда оказывал ему помощь, о которой вы знаете, какие у него есть нюансы в питании, лечении. Возможно это будет простая пометка «не работает домофон» или «диабетик, сладкое не возить», либо еще какие-то особенности оказания помощи именно этому пожилому.

Откуда брать продукты для оказания помощи, особенно если НКО никогда раньше этим не занималась?

Самое главное условие для создания материальной базы – это информация. НКО должна заявить о том, что она оказывает адресную помощь и что нуждается в постоянных пожертвованиях – продуктов, лекарств, средств гигиены и др. Как только такое заявление начинает распространяться в информационном поле – пойдут пожертвования. Люди должны узнать, какие именно ресурсы вам нужны для оказания помощи. Важно четко прописать, что именно, где и для кого вы собираете, а также по возможности показать, как вы помогли с помощью доноров изменить к лучшему жизнь подшефных.

Только когда жертвователи увидят логичную цепочку вашей работы, они начнут активно помогать сами и привлекать своих знакомых.



Постоянный сбор

Постоянный сбор удобно вести, когда у НКО есть возможность всегда принимать ресурсы в одном месте – свой офис, склад с доступом и приемкой, помещения партнеров. Место, где всегда будут находиться люди для приема пожертвований. Главное условие – постоянное оповещение про сборы в информационном поле.



Закупка на пожертвования

В случае, когда у НКО есть средства на закупку продуктов либо пожертвования поступают в денежном виде, возникает третий вариант создания материальной базы – самостоятельная закупка на пожертвования.

Основные этапы:



Работа с донорами – рассылка, обзвон, точечные переговоры с донорами.



Самостоятельная закупка – закупка продуктов, пакетов для фасовки, формирование продуктовых наборов.



Отчетность – сбор и хранение чеков на приобретенные продукты, ведение ведомостей развоза и базы данных.



Акции по сбору

Акции можно делать периодическими, в удобные вам промежутки времени, например раз в месяц, а также в преддверии каких-либо дат – Новый год, День Победы, Пасха, Масленица, День пожилого человека. Необходимо найти площадку для проведения акции. Чаще всего это предприятия общепита – кафе, фудкорт, кофейня либо пространство при торговом центре, коворкинге, креативных пространствах и тд.

Плюсы проведения периодических акций:



После пандемии очень не хватает «живого общения», коллеги давно не виделись, доноры узнают о жизни НКО и благополучателей только по постам в социальных сетях. Поэтому такие личные встречи на площадках привлекательны для всех сторон.



Встреча в кофейне, приятном пространстве является дополнительной мотивацией. Человек может не только доброе дело сделать, но и немного отдохнуть, познакомиться с единомышленниками.



Горожане могут прийти и познакомиться с НКО, верифицировать организацию, вовлечься в процесс оказания помощи, «пошупать» помощь.



Личные встречи – отличная возможность сделать фотосеты с волонтерами, качественные фото команды в процессе работы, вовлечь новых волонтеров в работу. Для НКО, которые являются коллегами/партнерами, это возможность совместного PR.



Раздача продуктов «с колес»

Если у НКО нет возможности складировать большие объемы продуктов, негде формировать наборы, то можно воспользоваться вариантом «с колес». К окончанию акции по сбору приглашаются автоволонтеры, каждому распределяется объем продуктов и список подшефных для доставки. Можно пользоваться теплыми паркингами в ТЦ, при небольших объемах – офисами коллег и т.д. Сформированные наборы сразу развозить по подшефным, не складировав.



Складирование и формирование продуктовых наборов

Если есть возможность складирования – удобнее сразу сформировать наборы и по необходимости раздавать объем автоволонтерам по запросу благополучателей. Либо выстроить схему взаимодействия со службами соцзащиты, совместно составлять списки нуждающихся и периодически делать доставку по утвержденному списку (например, в нашем фонде мы делаем доставку основным благополучателям ежемесячно + при появлении новых подшефных).



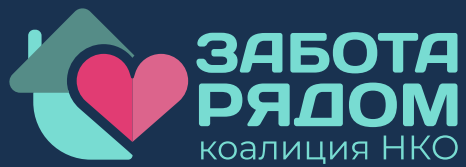
Ведение базы подшефных

Не дублируется помощь благополучателям с партнерами, всегда можно отследить историю помощи, кто помогает этому благополучателю, чем, какие особенности, даты визитов. При возникновении вопросов у партнеров или соцзащиты вы всегда сможете дать подробную информацию, возможно это будет важным для медиков, правоохранительных органов и т.д.



Координация волонтеров

Волонтеры адресной помощи – это, как правило, люди средних лет, на автомобилях, не юные школьники. Проверенные волонтеры в организации – это уже наполовину решенная задача доставки и развоза. Эффективнее иметь волонтеров в каждом районе города (части города/населенного пункта), определить список благополучателей, при необходимости корректируя его, сдать на хранение волонтеру объем продуктовых наборов и собирать отчеты о доставке с пометками после развоза. Важно проводить встречи с волонтерами не реже раза в месяц, оперативно обсуждать текущую деятельность, благодарить и поощрять.





ПРИЛОЖЕНИЕ №2
К МЕТОДИЧЕСКОМУ ПОСОБИЮ
«ВЫЯВИТЬ И ПОМОЧЬ – ШАГ ЗА ШАГОМ»

ОПИСАНИЕ ПРАКТИКИ ДЛЯ САЙТА



Название практики

Мобильный патруль

Автор и реализатор практики

БФ «Пища жизни» – неправительственная организация по обеспечению людей питанием в условиях чрезвычайных ситуаций. Благотворительный фонд Пища жизни Саратов занимается кормлением людей, нуждающихся в помощи, с 2016 года.

Сроки реализации практики

Интенсивный период рассчитан на два месяца и 12–13 выездов в дальнейшем. В целом практика может быть ситуативная или постоянная. В зависимости от возможностей реализующей ее организации.

География реализации практики

Саратов, Энгельс

Цель, задачи практики

Цель: Содействие улучшению качества жизни пожилых людей, попавших в трудную жизненную ситуацию через раздачу продуктовых наборов и горячего питания в Саратовской области.

Задачи:

1. Обеспечить горячим питанием в режиме срочной помощи пожилых людей, попавших в тяжелую жизненную ситуацию.

2. Информировать целевую аудиторию о способах получения помощи через раздачу листовок.
3. Вовлечь волонтеров в реализацию проекта.

Основные благополучатели практики

Люди, попавшие в тяжелую жизненную ситуацию. В основном пожилые люди.

Краткое описание практики

Волонтеры объезжают улицы города, обращая внимание на обычные места нахождения людей в тяжелом положении – у храмов, просящие милостыню, у мусорных баков, у остановок транспорта, рынков, вокзалов – и раздают пожилым людям контейнеры с горячим питанием. Нуждающимся раздаются листовки с информацией – куда можно обратиться за помощью.

Один раз в неделю команда Фонда готовит объем горячего питания для развоза мобильными патрулями. Обычно это 90 литров горячей вегетарианской еды – гречка с овощами, борщ, чечевица с овощами, пшенная сладкая каша с тыквой и т.д. Готовая горячая еда раскладывается в одноразовые контейнеры, упаковывается в одноразовый пакет с ложкой. Напиток разливается в одноразовые ПЭТ бутылки. Формируется набор для раздачи – в пакете-майке находится горячая еда в контейнере, ложка, бутылка с напитком, нарезанный хлеб, листовка Фонда.

При патрулировании волонтеры общаются с нуждающимся, дают листовку, рассказывают где можно получить регулярную помощь, выдают пакет с питанием. На протяжении всего проекта работает горячая линия Фонда.

Какие действия реализуются, технологии и методики используются на основных этапах:

Подготовка

- Если организация сама не производит еду, то необходимо найти партнеров в виде организаций общественного питания или продуктовых магазинов (супермаркетов). Возможно также рассмотреть партнерство с теми благотворительными организациями, которые сами готовят и раздают еду, но стационарно. В качестве еды для раздачи могут выступать и различные виды горячих обедов, и т.н. «сухой паек» (хлеб, булочки, пирожки, бутерброды, компоты, соки с собой).
- Собрать экипажи автоволонтеров. Оптимально два человека в экипаже – один ведет машину, один раздает еду (чтобы водитель не выходил из-за руля). Важно, чтобы в «поле» работали опытные волонтеры, которые могут «на глаз» определить нуждающихся людей, вступить с ними в контакт и выйти из него экологично для обеих сторон.
- Собрать группу волонтеров для сбора продуктовых наборов для раздачи.
- Разработать и напечатать листовки/открытки с информацией о фонде, видах помощи, которые он может оказать, а также его контактами.
- Сделать форму или хотя бы элементы одежды с брендом фонда, чтобы людей сразу можно было идентифицировать как волонтеров фонда.

- Разработать инструкции для волонтеров по взаимодействию с благополучателями на улицах: как выделить того, кому нужна помощь, что говорить, как вести себя (в качестве базы, можно взять пункты из раздела «Реализация»).

- У БФ «Пища жизни» была своя горячая линия. Если у организации нет своей горячей линии, то можно войти в партнерство с другими фондами, которые имеют подобные линии или создать свою (хотя бы с одним оператором).

Реализация

- Составить маршруты и точки остановок волонтерских бригад. Рекомендуем искать благополучателей у мусорных свалок и контейнеров, в спальных районах, у церкви, у рынков, вокзалов.

- Примерные признаки человека, который может нуждаться в помощи: бедно одет, потерянный взгляд, грустное лицо.

- Подойдя к человеку, волонтер, прежде всего, должен четко рассказать: кто он, какую организацию представляет, с какой целью обращается к человеку.

- Передавая еду, волонтер должен особое внимание обратить на информационную листовку, объяснить ее задачу, порекомендовать хранить ее при себе и обращаться в фонд. Нельзя давать свои контакты, только те, что указаны на листовке. По всем вопросам рекомендовать звонить в фонд.

- Волонтеры должны записывать истории, нужды людей, которым раздают продуктовые наборы (обеда). Это важно для дальнейшего анализа и, возможно, организации дополнительной помощи человеку.

Дальнейшее развитие

При раздаче еды благополучателям можно задавать несколько простых вопросов, фиксировать их ответы. Таким образом, может быть накоплен значительный массив информации, например, об основных нуждах людей, попавших в тяжелую жизненную ситуацию, причинах подобной ситуации.

Требуемые ресурсы (материальные, человеческие, информационно-методические)

- Продукты/горячие обеды. Объем тот, который готовы развезти (сколько поместится в ваши машины) и раздать. БФ «Пища жизни» готовил 100 порций обедов на один выезд.
- Бензин для автомобилей.
- Волонтеры (собирать, упаковывать, грузить, развозить, раздавать). У БФ «Пища жизни» на большую готовку было около 5 чел. + 2 экипажа по 2 чел. = 9 (8-10) чел. на весь день. Если еду вам будут давать партнеры, то нужно будет несколько человек на расфасовку/упаковку.
- Средства на изготовление формы или отличительных элементов.
- Средства на изготовление листовок (у БФ «Пища жизни» делает партнер).
- Средства на маски и перчатки для волонтеров (пока не сняты ограничения из-за Covid-19).

Партнеры по реализации практики у БФ «Пища жизни»

- Партнер по изготовлению листовок.
- Информационные партнеры: СМИ, которые рассказывают о проекте, о фонде. Очень важно распространять о себе информацию, чтобы люди не боялись волонтеров на улицах, чтобы знали, куда обратиться.

Непосредственные результаты практики у БФ «Пища жизни»

- Совершено не менее 11 выездов мобильных патрулей.
- Роздано не менее 1000 порций горячих обедов.
- Роздано не менее 1000 листовок.
- Охвачено помощью горячим питанием не менее 1000 нуждающихся.

Замечание: эффективность листовок можно отслеживать через звонки на горячую линию, спрашивая – откуда узнали о нас.

Что изменилось в результате реализации практики у БФ «Пища жизни»

Улучшилось качество жизни нуждающихся пожилых людей благодаря обеспечению горячим питанием.

Нуждающаяся целевая аудитория проинформирована о способах получения помощи. Люди поверили, что им готовы помочь просто так.

Работает горячая линия для приема заявок на срочную помощь. Снизился уровень тревоги у подопечных Фонда.

Риски, связанные с реализацией практики

- Качество еды, соблюдение всех санитарных норм (если собственное производство, то важно изучить все нюансы и САНПиНы, если партнеры – то контролировать партнеров и качество их продукции).
- Контакт с нуждающимися: как выявить, как правильно наладить контакт. Может быть самая разная реакция со стороны благополучателя. Поэтому рекомендация – на развоз ставить опытных взрослых волонтеров.
- Если вы планируете фотографировать благополучателей или брать их контакты, помните про закон о персональных данных. Посоветуйтесь с юристом, как правильно все оформить.

