

## მოხალისეთა მოტივაცია და მისი მნიშვნელობა არაკომერციულ სექტორში: თეორიული და პრაქტიკული ანალიზი

DOI:10.36962/ECS107/6-7/2025-48

მარიამ ირემაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მენეჯმენტის ბაკალავრი  
კავკასიის უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა  
მაგისტრი საზოგადოებრივ ურთიერთობებში  
არაკომერციული ორგანიზაციის - განვითარების, განათლებისა  
და სოციალური ჩართულობის ასოციაციის (ADESI)  
თანადამფუძნებელი და ხელმძღვანელი  
E-mail: Iremadzemarie@gmail.com

### რეზიუმე

მოხალისეობა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს წარმოადგენს არაკომერციული ორგანიზაციებისა და საზოგადოების განვითარების პროცესში. იგი არა მხოლოდ ხელს უწყობს ორგანიზაციული აქტივობების განხორციელებას, არამედ აძლიერებს სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობასა და სოციალურ კაპიტალს. სტატიაში დეტალურად არის განხილული მოხალისეთა მოტივაციის თეორიული და პრაქტიკული ასპექტები, გაანალიზებულია ის მრავალფეროვანი ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებს მოხალისეობრივ საქმიანობაში ჩართულობას. ყურადღება გამახვილებულია როგორც ალტრუისტული, ისე სოციალური, პერსონალური და კარიერული განვითარების მოტივებზე. მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა იმ კულტურულ და სისტემურ ბარიერებს, რომლებიც საქართველოში აფერხებს მოხალისეობის როგორც საზოგადოების, ისე პოლიტიკის დონეზე აღიარებას. წარმოდგენილია მოხალისეობის შესახებ არსებული საერთაშორისო გამოცდილება, რაც შორს არის ქართული რეალობისგან. ნაშრომი მიზნად ისახავს ეფექტიანი მენეჯმენტისა და მოტივაციური სისტემების შესახებ რეკომენდაციების გაზიარებას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მოხალისეთა მოზიდვისა და მათი გრძელვადიანი ჩართულობის უზრუნველსაყოფად.

გარდა ორგანიზაციული ასპექტებისა, სტატიაში განხილულია მოხალისეობის გავლენა ინდივიდუალურ განვითარებაზე, მათ შორის თვითშეფასებაზე, სოციალურ კავშირებზე, უნარების განვითარებასა და კარიერულ წინსვლაზე. ამასთანავე, ხაზგასმულია, რომ მოხალისეობა არ არის მხოლოდ უფასო შრომა, იგი წარმოადგენს ორმხრივად სარგებლის მომტან პროცესს როგორც ინდივიდისთვის, ისე მთლიანად საზოგადოებისათვის.

**საკვანძო სიტყვები:** მოხალისეობა, მოტივაცია, არაკომერციული

### შესავალი

მოხალისეობრივი საქმიანობა ეს ისეთი საქმიანობაა, რომელიც არ არის ანაზღაურებადი და მოხალისეს ორგანიზაციასთან დაკავშირებით არ აქვს ვალდებულებები (John Wilson Marc Musick, 1997). ვინაიდან, მოხალისეები არ იღებენ მატერიალურ სარგებელს ფულადი ანაზღაურების სახით, საჭიროა, არაკომერციულმა ორგანიზაციებმა იპოვონ სხვადასხვა გზა მოხალისეების მოტივაციის შესაქმნელად, ჩაერთონ მოხალისეობრივ საქმიანობაში და ამას ჰქონდეს ხანგრძლივი და არა ერთგვარადი სახე. მოტივაციის გასაზრდელად და შესანარჩუნებლად კი არაკომერციული ორგანიზაციების მხრიდან კომუნიკაციას დიდი როლი ეკისრება.

მოხალისეებს უდიდესი მნიშვნელობა აქვთ არაკომერციული ორგანიზაციებისთვის, სწორედ მოხალისეების რესურსის გამოყენებით არაკომერციული ორგანიზაციები გეგმავენ და ახორციე-

ელეგენ სხვადასხვა აქტივობასა თუ პროექტს თავიანთი საქმიანობის სფეროში, რომელიც შეიძლება იყოს მრავალფეროვანი.

მოხალისეობრივ საქმიანობას მნიშვნელოვანი როლი აკისრია საზოგადოების განვითარებაში და მრავალ ქვეყანაში, მოხალისეობრივი საქმიანობის კულტურა არის საკმაოდ მაღალ დონეზე. მაგალითად, ისეთ ქვეყნებში, როგორიცაა: დიდი ბრიტანეთი, შვედეთი, ავსტრია და ჰოლანდია, მოსახლეობის 40% ჩართულია მოხალისეობრივ საქმიანობაში (Volunteering In The European Union, 2010). რაც შეეხება საქართველოს, საქართველოში მოხალისეობრივი კულტურა არ არის სათანადოდ დამკვიდრებული და საკმაოდ ნელა ვითარდება (აბაშიძე, აბაშიშვილი).

მოხალისეობრივ საქმიანობაში ქართული საზოგადოების ჩართულობა იმდენად დაბალია, რომ კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრის (CRRC) მიხედვით, მოხალისეობრივ საქმიანობაში ჩართულ ადამიანთა რაოდენობა საქართველოს მოსახლეობის მხოლოდ 4,8%-ს შეადგენდა 2007 წელს (Caucasus Research Resource Centers, 2007). ცხადია, მოხალისეობრივ საქმიანობაში ჩართულობის ნაკლებობაში სხვადასხვა ფაქტორი შეიძლება მოქმედებდეს და არსებობდეს სოციალური ბარიერები, სახელმწიფო პოლიტიკა მოხალისეობრივ საქმიანობასთან დაკავშირებით, შესაძლებლობების ნაკლებობა და სხვა. თუმცა, არაკომერციული ორგანიზაციების მხრიდან კომუნიკაციას დიდი როლი აკისრია, დაეხმაროს მოხალისეობრივი საქმიანობის პოპულარიზაციას და ხელი შეუწყოს მოხალისეების აქტიურ ჩართულობას მათ მიერ დაგეგმილ პროექტებში.

იმისათვის, რომ ორგანიზაციამ შეძლოს მოხალისეების მოზიდვა, პირველ რიგში უნდა ესმოდე, რა არის მათი მოტივაცია, რა ფაქტორები ახდენენ გავლენას მათ სურვილებზე რათა დაინტერესდნენ და ჩაერთონ სხვადასხვა პროექტსა თუ აქტივობაში მოხალისეებად.

### ძირითადი ნაწილი

მოხალისეობა მნიშვნელოვანი ელემენტია სამოქალაქო საზოგადოებაში. ის აღწერილია, როგორც „შენი დროის შეთავაზება სხვისთვის უსასყიდლოდ, მათ შორის ორგანიზება ან დახმარება ღონისძიებაში, კამპანიაში, ბუნების დაცვაში, თანხის შეგროვებაში, ტრანსპორტირების უზრუნველყოფაში, დასაბრუნებელ ღონისძიებაში ჩართულობაში, ქოუჩინგში, მენტორინგში ყოველგვარი თანხის გარეშე“. მოხალისეობრივი საქმიანობა დადებითად აისახება ადამიანების კეთილდღეობაზე (Lara B. Aknina, Elizabeth W. Dunn, Ashley V. Whillans, Adam M. Grant, Michael I. Norton, 2013). კონკრეტულად კი, კეთილდღეობის გაუმჯობესებაში მოქმედებს ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა: სოციალიზაცია, თვითღირებულების განცდა და შეგრძნება, რომ რაღაც ღირებულს აკეთებ (Deci and Ryan 2008; Ryan et al. 2008).

პენერის მიხედვით (Penner, 2002), მოხალისეობა აღწერილია, როგორც „გრძელვადიანი, დაგეგმილი, პროსოციალური ქცევა, რომელსაც სარგებელი მოაქვს უცხო ადამიანებისთვის და ეს საქმიანობა ხორციელდება ორგანიზაციის გარემოცვაში“. აქედან გამომდინარე, მოხალისეობრივი საქმიანობა ეს არის ისეთი საქმიანობა, რომელიც დაკავშირებულია დაგეგმილ აქტივობებთან, განსხვავებით ისეთი აქტივობისგან, როცა სპონტანურად შეიძლება დაეხმარო ადამიანებს გარკვეულ შემთხვევებში, როცა მათ დახმარება ესაჭიროებათ. მოხალისეები გარკვეულ დროს უთმობენ, რომ ჩაერთონ პროსოციალურ აქტივობებში, შესაბამისად, ავლენენ პროსოციალურ ქცევას, რაც გულისხმობს „მოხალისეობრივ ქცევებს, რომლებიც მიმართულია ინდივიდის ან ჯგუფების დახმარებისკენ და სარგებლის მოტანისკენ“ (Eisenberg and Mussen, 1989). ვინაიდან მოხალისეობრივი საქმიანობა ხორციელდება ორგანიზაციის გარემოცვაში, შესაბამისად, მოხალისეები აქტივობებში ფორმალურ კონტექსტში არიან ჩართულნი (Rodell et al., 2016). სწორედ ეს განასხვავებს მოხალისეობრივ საქმიანობაში ფორმალურად ჩართვას არაფორმალური დახმარებისგან, მაგ., როდესაც ეხმარები მოხუცებულ მეზობელს, ან პირადი დახმარება, რაც შეიძლება გამოიხატებოდეს ოჯახის წევრის დახმარებით.

მოხალისეობრივი აქტივობების ორგანიზება შეიძლება მოხდეს ფორმალურად, მაგ., სხვადასხვა ჯგუფების, კლუბების ან ორგანიზაციების მეშვეობით, ან არაფორმალურადაც. მოჰანისა და ბულოჩის კვლევის მიხედვით (Mohan and Bulloch 2012) არსებობს ე.წ. „სამოქალაქო ბირთვი“

იმ ადამიანების, რომლებიც, დიდი ალბათობით, ჩაერთვებიან მოხალისეობრივ აქტივობებში. ამასთანავე, იგივე მკვლევარების თანახმად, არსებობს დემოგრაფიული განსხვავება, რომლის მიხედვითაც მნიშვნელობა აქვს ადამიანების საცხოვრებელ ადგილს, სოცოეკონომიკურ მდგომარეობას და მათ ასაკს. ამათგან, უფრო მეტი ადამიანია ჩართული მოხალისეობრივ აქტივობებში რეგიონებიდან, ვიდრე ურბანული ადგილებიდან, მეტად შეძლებული ადამიანები, ვიდრე ეკონომიკური პრობლემების მქონე, მეტად ახალგაზრდები, ვიდრე შუა ხნის ადამიანები.

მოხალისეობრივი საქმიანობა ზრდის კარიერულ შესაძლებლობებს (Clary & Snyder, 1999). მოხალისეობრივ საქმიანობას შეუძლია სხვადასხვა საჭირო უნარის განვითარება, როგორებიცაა: გუნდურობა, პრობლემის გადაჭრის უნარი, კომუნიკაცია და სხვა. ასევე, ადამიანთა კავშირების გაზრდა, რომლებიც შესაძლოა დაეხმაროს მოხალისეებს ანაზღაურებადი სამსახურის პოვნაში იმ შემთხვევაში, თუ ისინი არ არიან დასაქმებულნი. ხოლო იმ ადამიანებისთვის, რომლებიც დასაქმებულნი არიან და ჩართული არიან მოხალისეობრივ საქმიანობაში, შესაძლოა გაიზარდოს კარიერული წინსვლის შანსები. „შენიშვნასა და მოხალისეობასთან დაკავშირებული 1995 წლის დამოუკიდებელი სექტორის კვლევის“ მიხედვით მოხალისეების თითქმის მეოთხედი დროს უთმობს მოხალისეობრივ აქტივობებში ჩართულობას იმისათვის, რომ გაზარდონ კონტაქტები, რაც დაეხმარებათ მათ კარიერულ განვითარებაში და პროფესიული შესაძლებლობების გამოჩენაში (Hodgkinson & Weitzman, 1996).

მოხალისეები, სხვა ანაზღაურების მქონე თანამშრომლებისგან განსხვავებით, არ იღებენ თანხას რაიმე საქმიანობის შესრულებაში. ასევე, არაკომერციულ ორგანიზაციებს ნაკლებად აქვთ ე.წ. ფორმალური ჯილდოები და ძალაუფლების სტრუქტურა (თუ რა მეთოდით არის ძალაუფლება ორგანიზებული ორგანიზაციაში), რომელიც გარკვეულ ზეგავლენას მოახდენდა მოხალისეების ქცევაზე. არაკომერციული ორგანიზაციები ეყრდნობიან იმ მოსაზრებას, რომ მოხალისეობრივი საქმიანობა გულისხმობს დამაჯილდოებელ გამოცდილებას, რაც უზრდის მოხალისეებს მოტივაციას. გარდა ამისა, მოხალისეებს უფრო მეტი დამოუკიდებლობა აქვთ განსხვავებით ანაზღაურების მქონე თანამშრომლებისგან, რომლებიც მეტად სამსახურში არსებულ წესებზე არიან დამოკიდებული. არსებობს შემთხვევები, როცა მოხალისეებს აქვთ წინასწარ განერილი საქმეები და მიჰყვებიან წინასწარ განსაზღვრულ სამსახურის აღწერას, თუმცა უმეტეს შემთხვევაში, მათი საქმიანობა უფრო მოქნილია და აქვთ შესაძლებლობა იმისა, რომ ჰქონდეთ მეტი დამოუკიდებლობა და სურვილისამებრ მოიგონ როლები. ამასთანავე, განსხვავდება მოხალისეებისა და ანაზღაურების მქონე თანამშრომლების მოტივაცია, ღირებულებები და დამოკიდებულებები. კვლევის მიხედვით (Pearce 1993), მოხალისეები ანაზღაურების მქონე თანამშრომლებთან შედარებით მეტად მონდომებული იყვნენ, რომ უფრო ეაქტიურათ და წვლილი შეეტანათ არაკომერციული ორგანიზაციის მიზნების შესრულებაში მაშინ, როცა მოხალისეებიც და ანაზღაურების მქონე თანამშრომლებიც ერთ საქმეს აკეთებდნენ.

რა არის მოხალისეთა მოტივები?

ჰაიდრიხმა (Heidrich, 1990) განსაზღვრა მთელი რიგი მოტივები, რომლებიც მოქმედებენ მოხალისეობრივ საქმიანობაზე, მათ შორის, ესენია: საკუთარი თავის შეცნობა, თვითგამოხატვა, ზოგადი გამოცდილება, პირადი მიღწევები, პირადი აღიარება, სოციალიზაცია, სხვა ადამიანთა მოლოდინები, ადამიანების დახმარების სურვილი, უკუქმედება (წარსული მომსახურებებისთვის), თავისუფალი დროის გატარება და გარკვეული ინტერესის გამოვლენა. მოხალისეებს, როგორც წესი, აქვთ ამ სამიდან რომელიმე მოტივი: ალტრუიზმი, სოციალური კონტაქტების სურვილი, ორგანიზაციული მიზნების მიღწევაში წვლილის შეტანა (Pearce 1993).

პიერსს სურდა იდენტიფიცირება მოეხდინა იმ პერსონალური ბენეფიტების, რომლებსაც ინდივიდები იღებდნენ მოხალისეობრივი საქმიანობიდან (Pearce 1993). კვლევის მიხედვით დადგინდა, რომ როდესაც ადამიანები თავდაპირველად გადანყვეტენ მოხალისეობრივ საქმიანობას და, თანაც, აგრძელებენ მას, ისინი წარმოიდგენენ და ზომავენ თუ რამდენად გამოიღებს თავიანთი ძალისხმევა ისეთ შედეგს, რომელიც მათი რწმენით სასიკეთოა. მოხალისეები არ ელიან მატერიალურ სარგებელს, როგორიცაა მაგალითად, ფულადი ანაზღაურება. ბევრი სარგებელი, რასაც მოხალისეობა იძლევა, სუბიექტურად იყო შეფასებული.

ყველაზე გავრცელებული სქემა მოხალისეების მოტივების შეფასების არის მოხალისეთა ფუნქციების აღწერა, რომელიც შეიმუშავა კლერმა და სხვა მკვლევარებმა (Clary et al 1998). მისი სქემის მიხედვით, მოხალისეობრივ საქმიანობაში ჩართულობის 6 ძირითადი მოტივი არსებობს, ესენია: ღირებულებები, რაც გულისხმობს სხვა ადამიანთა დახმარების სურვილს ალტრუისტული გზებით; გაგება, რაც გულისხმობს ახალი უნარების, გამოცდილებისა და ცოდნის მიღების სურვილს; სოციალური - მეგობრებთან ერთად ყოფნის სურვილი და ასევე ისეთ აქტივობებში ჩართვის სურვილი, რომლებსაც საზოგადოება მნიშვნელოვნად მიიჩნევს; კარიერა - ისეთი უნარების გაუმჯობესება, რომლებიც შეიძლება დაეხმაროს ადამიანს კარიერულ განვითარებაში; დაცვითი, რაც გულისხმობს თავის დამნაშავედ გრძნობის შეგრძნებას, რომელიც შეიძლება ადამიანს დაეუფლოს მაშინ, როდესაც იაზრებს, რომ სხვა ადამიანებზე გაცილებით მეტად გაუმართლა; გაზრდა - პერსონალური ზრდა-განვითარების სურვილი. მოხალისეებს შეიძლება ამოძრავებდეთ ჩამონათვალიდან ერთი, რამდენიმე ან ყველა მოტივი, თანაც, შესაძლებელია ეს დროთა განმავლობაში შეიცვალოს კიდევ (Okun & Schultz, 2003; Omoto, Snyder, & Martino, 2000).

საინტერესოა, მოხალისეების გადანყვეტილება მოხალისეობის შესახებ. შეიძლება ითქვას, ადამიანი მოხალისეობის შესახებ გადანყვეტილებას იღებს, როდესაც ის ხედავს რაიმე სარგებელს მასში. მაგალითად, ეს რომ განვმარტოთ ეკონომიკური სარგებლიანობის თვალსაზრისით, როდესაც მოხალისეობა შეიძლება ჩავთვალოთ როგორც პროპორციული საქონელი მოხალისის გადმოსახედიდან, ან მონეტარული განმარტებით, როცა მოხალისეობა აღქმულია, როგორც ინვესტიცია, რომელიც აღემატება ხარჯებს (Menchik, Weisbrod 1987). ჩინმანის და ვანდერსმენის მიხედვით (Chinman, Wandersman, 1999), მოხალისეობის სარგებელი და დანახარჯები დაჯგუფებულია ოთხ კატეგორიად, ესენია: მატერიალური სარგებელი და დანახარჯები, სოციალური სარგებელი და დანახარჯები, სარგებელი და დანახარჯი, რომელიც ორგანიზაციის მისიასთანაა დაკავშირებული და სხვა სპეციფიკური სარგებელი და ხარჯები. თუკი განვიხილავთ სარგებელს და შევადარებთ მათ ერთმანეთთან, სოციალური და ორგანიზაციის მისიასთან დაკავშირებული სარგებელი ყველაზე გამოხატული და მნიშვნელოვანია მოხალისეებისთვის. ჰენდისა და სხვა მკვლევარების მიხედვით (Handy et al. 2000), აღქმული სარგებელი დაჯგუფებულია ორ ნაწილად, ერთი ეს არის პირადი სარგებელი (Bp), მეორე კი სოციალური სარგებელი (Bs). ყველა ხარჯი (K) კი მიჩნეულია პირად ხარჯად. როდესაც ინდივიდი, გადანყვეტილებას იღებს, რომ გახდეს მოხალისე და ჩაერთოს არაკომერციული ორგანიზაციების მიერ ორგანიზებულ მოხალისებრივ საქმიანობაში, საჭიროა, რომ შესრულდეს შემდეგი პირობა:  $Bp + Bs > K$  ან  $K - Bp < Bs$ . ყველა ხარჯს გამოკლებული პირადი სარგებელი ( $K - Bp$ ) უნდა იყოს სოციალურ სარგებელზე ნაკლები, რათა ინდივიდი პოტენციური მოხალისეობიდან იქცეს მოხალისედ. სანდენმა და სხვა მკვლევარებმა (Sundeen et al. 2007) განსაზღვრეს, თუ რომელი ფაქტორები მოქმედებდა მოხალისეებზე, საიდანაც გამოიყო სამი მნიშვნელოვანი ფაქტორი: დრო, ინტერესი და ჯანდაცვა, ხოლო სხვა ფაქტორებმა კი, როგორებიცაა: დანახარჯების ანაზღაურება, ინფორმაციის მიღება, მოხალისეობის პროგრამის არსებობა და სხვა, შეიძლება ითქვას, არსებითად არ გაზარდა ინდივიდების მზაობა, გამხდარიყვნენ მოხალისეები.

ორგანიზაციის გადმოსახედიდან, მოხალისეები ყოველთვის შეიძლება არ იყვნენ ორგანიზაციისთვის სასიკეთო და დადებითი შედეგის მომტანი. ამის მიზეზი კი შეიძლება იყოს სხვადასხვა სახის კონფლიქტის არსებობა, როგორიცაა, მაგალითად, როდესაც მოხალისეები არიან იმედგაცრუებული, აქვთ შეზღუდული თავიანთი ავტონომია, ასევე შეიძლება ჰქონდათ სხვა მოლოდინები თანამშრომლების მხრიდან და ნაცვლად ამისა, ანაზღაურებადი თანამშრომლების მხრიდან იღებენ ისეთ დამოკიდებულებას და მიდგომებს, როცა მოხალისეებს აღიქვავენ დილეთანტებად და უყურადღებოებად. მსგავსი სიტუაციების თავიდან ასარიდებლად არის საჭირო მოხალისეების სწორი მართვა და ეფექტური კომუნიკაცია (Sundeen et al. 2007). ბარიერების მიუხედავად, როგორც ორგანიზაციებისთვის, ასევე საზოგადოებისთვის მოხალისეთა საქმე შეუფასებელია, ამიტომაც, არაკომერციული ორგანიზაციები მათი მოტივაციური ფაქტორების შესწავლით, უფრო მეტ მოხალისეს ჩართავენ ორგანიზაციულ და საზოგადოებრივ საქმიანობაში.

## დასკვნა

მოხალისეობა წარმოადგენს ერთ-ერთ ფუნდამენტურ საფუძველს ძლიერი სამოქალაქო საზოგადოების ჩამოყალიბებისთვის. იგი აერთიანებს ინდივიდუალური თვითრეალიზაციისა და კოლექტიური სარგებლის მიღწევის შესაძლებლობებს. არაკომერციული ორგანიზაციებისთვის მოხალისე არ არის მხოლოდ ადამიანური რესურსი, არამედ ორგანიზაციული კულტურის მატარებელი და სასიკეთო ცვლილებების ინიციატორი.

მოხალისეობის მოტივაცია მრავალფეროვანი და განსხვავებულია. ალტრუისტული სურვილები, სოციალური კავშირების გაღრმავება, პიროვნული ზრდა და კარიერული განვითარება მხოლოდ მცირე ნაწილია იმ სტიმულებისა, რომლებიც ადამიანებს უბიძგებს მოხალისეობრივ საქმიანობაში ჩართვისკენ. ეფექტიანი მოხალისეობის მენეჯმენტი სწორედ ამ მოტივაციების სწორად ამოცნობასა და პატივისცემაზეა დაფუძნებული. ორგანიზაციებმა, რომლებსაც სურთ შეინარჩუნონ სტაბილური და მოტივირებული მოხალისეთა გუნდი, უნდა გაითვალისწინონ მათი სურვილები და შესაფერის ზრდისა და თვითგამოხატვის შესაძლებლობები.

საქართველოში მოხალისეობის კულტურა ჯერ კიდევ განვითარებადი. აუცილებელია როგორც საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება, ისე ინსტიტუციური მხარდაჭერის უზრუნველყოფა. სტრატეგიული კომუნიკაცია, სახელმწიფო პოლიტიკის მხარდაჭერა და მულტი-სექტორული თანამშრომლობა წარმოადგენს იმ გზას, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყანაში მოხალისეობრივი კულტურის დამკვიდრებას.

## გამოყენებული ლიტერატურა/REFERENCES:

1. Wilson, J., & Musick, M. (1997). Who Cares? Toward an Integrated Theory of Volunteer Work. *American Sociological Review*, 694-713.
2. აბაშიძე, ა., & აბაშიშვილი, გ. (2011). სახელმწიფო პოლიტიკა მოხალისეობის სფეროში: ქართული კანონმდებლობა და მსოფლიო პრაქტიკა. ფონდი "ღია საზოგადოება - საქართველო". Abashidze, A., & Abashishvili, G. (2011). State Policy in the Field of Volunteering: Georgian Legislation and World Practice. Open Society Georgia Foundation.
3. Caucasus Research Resource Centers. (2007, October 20). <http://crrc-caucasus.blogspot.com/2008/10/comparing-civic-participation-caucasus.html>. Retrieved from <http://crrc-caucasus.blogspot.com>.
4. Taking Part 2014/15 Quarter 3. London: Department for Culture, Media and Sport.
5. Aknina et al., E. W. (2013). Making a difference matters: Impact unlocks the emotional benefits of prosocial spending. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 90-95.
6. Deci & Ryan. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 182-185.
7. Penner, L. A. (2002). Dispositional and Organizational Influences on Sustained Volunteerism: An Interactionist Perspective. *Journal of Social Issues*, 447-467.
8. Eisenberg, N., & Henry, P. (1989). *The Roots of Prosocial Behaviour*. Cambridge University Press.
9. Rodell, J., Breitsohl, H., Schröder, M., & Keating, D. J. (2015). Employee Volunteering: A Review and Framework for Future Research. *Journal of Management*, 55-84.
10. Mohan, J., & Bulloch, S. (2012). *The idea of a 'civic core': what are the overlaps between charitable giving, volunteering, and civic participation in England and Wales?* Birmingham: Third Sector Research Centre.
11. Snyder, M., Clary, E., & Stukas, A. (1996). Volunteers' motivations: Findings from a national survey. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 25, 485-505.
12. Hodgkinson, V., & Weitzman, M. (1996). *Giving and volunteering in the United States. Findings from a national survey (Vol. 1)*. Washington, D.C.: Independent Sector.
13. Pearce, J. (1993). *Volunteers: The Organizational Behavior of Unpaid Workers (People and Organizations)*. Routledge; 1st edition.

14. Heidrich, K. (1990). Volunteers' Life-Styles: Market Segmentation Based on Volunteers' Role Choices. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 19(1), 21-31.
15. Clary, E. G., & Snyder, R. D. (1998, June). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1516-1530.
16. Okun, M., & Schultz, A. (2003). Age and motives for volunteering: Testing hypotheses derived from socioemotional selectivity theory. *Psychology and Aging*, 18(2), 231-239.
17. Menchik, P., & Weisbrod, B. (1987). Volunteer labor supply. *Journal of Public Economics*, 32(2), 159-183.
18. Wandersman, A., & Chinman, M. (1999). The Benefits and Costs of Volunteering in Community Organizations: Review and Practical Implications. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*(28), 46-64.
19. Handy et al., C. R. (2000). Public perception of "Who is a volunteer": An examination of the net-cost approach from a cross-cultural perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Non-Profit Organisations*, 11, 45-65.
20. Sundeen, R. A., Raskoff, S. A., & Garcia, C. (2007, March 19). Differences in perceived barriers to volunteering to formal organizations: Lack of time versus lack of interest. *Nonprofit Management and Leadership*, 17(3), 279-300.

## **VOLUNTEER MOTIVATION AND ITS IMPORTANCE IN THE NONPROFIT SECTOR: A THEORETICAL AND PRACTICAL ANALYSIS**

**Mariam Iremadze**

Bachelor of Management, Ilia State University;  
Master of Social Sciences in Public Relations, Caucasus University  
Co-founder and Chairperson at Association for Development,  
Education and Social Involvement (ADESI)  
E-mail: Iremadzemarie@gmail.com

### **RESUME**

Volunteering is a vital resource for nonprofit organizations and plays an essential role in the development of society. It not only facilitates the implementation of organizational activities but also strengthens civic engagement and builds social capital. This article offers a comprehensive analysis of the theoretical and practical dimensions of volunteer motivation, examining the diverse factors that influence participation in voluntary activities. Particular attention is given to altruistic, social, personal development, and career-related motives.

The Significant emphasis is placed on the cultural and systemic barriers that hinder the recognition and development of volunteering in Georgia, both at the societal and policy levels. The article explores international experiences in volunteerism with the current realities in Georgia. The aim of the study is to propose effective management strategies and motivational systems that can enhance the recruitment and long-term engagement of volunteers.

Beyond organizational perspectives, the article explores the individual-level impact of volunteering, including improvements in self-esteem, social connections, skill development, and career advancement. Ultimately, the study highlights that volunteering is not merely unpaid labor, it is a mutually beneficial process for both the individual and the broader society.

**Keywords:** Volunteering, motivation, nonprofit organisation, social engagement, civil society.