

## ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»

***Анотація.** Досліджено систему менеджменту громадських організацій, вивчено особливості проведення маркетингових досліджень неприбуткового сектору та елементи фінансової стійкості таких структур.*

**Ключові слова:** менеджмент організацій; громадські організації; маркетингові дослідження, фінансовий менеджмент громадських організацій.

### Features Of Management Of Public Organizations

***Abstract.** The management system of public organizations is studied, the peculiarities of conducting marketing research of the non-profit sector and the elements of financial stability of such structures are studied.*

**Keywords:** management of organizations; NGOs; marketing research, financial management of public organizations.

Громадською організацією є об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів. У демократичному світі громадські організації, благодійні фонди, кредитні спілки, партії та інші організації, що не є державними і не займаються діяльністю, спрямованою на отримання прибутку, відносяться до так званого третього сектору. Відношення до двох перших секторів (державного і прибуткового) виключається тому, що підкреслюється незалежність громадських організацій від держави і фокусується увага на їх благодійних цілях. Поняття "недержавний" не є достатнім, тому що може включати також і самостійні комерційні структури. Поняття "неприбутковий" як самостійна ознака викликає запитання, яким чином фінансується діяльність подібної організації? У цьому випадку під поняттям "неприбутковий" розуміється те, що громадські організації не мають за мету отримання прибутків від своєї діяльності [1].

Управління громадською організацією є виключно прерогативою самої організації, що самостійно обирає форму управління та визначає органи управління, структура та повноваження яких закріплюється статутами. Кожна громадська організація, починаючи з моменту її виникнення, прагне спланувати свою діяльність таким чином, щоб у найкоротший термін досягти своїх завдань, стати відомою, впливати на громадську думку.

Маркетингове дослідження - це систематичне накопичення інформації про конкретну групу людей, завдяки якій з'являється можливість зрозуміти, кому що необхідно отримати і кому про що необхідно дізнатись. Маркетингові дослідження дають нам комплекс відомостей, що дозволить краще та ефективніше впливати на клієнтів організації. Мета маркетингових досліджень - надати особам, які керують організацією, відповідну базу для прийняття рішень та зменшити ймовірність ризику в діяльності організації. Маркетингове дослідження звертається за відповідями до тих людей, яким буде надаватись допомога чи до тих, хто має на них вплив, а також до соціальних умов і законів, які визначають їхню поведінку. Маркетингові дослідження в громадських організаціях складаються з п'яти етапів: 1. Визначення проблеми та мети дослідження. 2. Опрацювання плану дослідження. 3. Накопичення інформації. 4. Аналіз накопиченої інформації. 5. Представлення результатів.

Маркетингова орієнтація в діяльності неурядової організації спрямовує функціонування за схемою "ззовні до середини". Першим етапом є визначення цільового ринку та клієнта, якому адресуються продукти. Потім вивчаються потреби клієнтів, а після цього опрацьовується продукт, який ці потреби найкраще задовольняє, та найкращі (також і з точки зору клієнта) форми поширення та реклами. Підприємство, ставить собі за мету необхідний для свого виживання прибуток. Аналогічним чином, якщо некомерційна або громадська організація послідовно працює над

задоволенням потреб своїх клієнтів, вона обов'язково повинна отримати підтримку, яка їй необхідна для продовження своєї діяльності [2].

Управління фінансами може здійснюватися в будь-якій неприбутковій організації, незалежно від її розміру, складності структури чи сфери діяльності. Воно вимагає комплексного підходу, тому що не є просто відповіддю на запитання: "Звідки взяти гроші?". Базовою концепцією є те, що кожна організація повинна мати опрацьовану стратегію фінансування своєї діяльності. Ця стратегія віддзеркалює стратегічне й операційне планування. Необхідно проаналізувати різні можливості: іноземні фонди і грантові програми, джерела фінансування, пов'язані з місцевим самоврядуванням, адміністрацією та іншими державними структурами (міністерства, спеціальні фонди). Також потрібно взяти до уваги бізнес, членські внески, спеціальні акції, власну господарську діяльність тощо. Різні джерела фінансування - це можливість самостійно формувати програми діяльності, що не залежать від пріоритетів спонсора, яка періодично змінюється. Фінансова стійкість громадських організацій - це здатність оплатити поточні витрати з поточних доходів; спроможність оплатити майбутні витрати з майбутніх прибутків; здатність вкладати гроші, купувати обладнання, приміщення тощо; можливість покрити непередбачені витрати [3].

Право громадян на свободу об'єднання є невід'ємним правом людини, що гарантується Конституцією і законодавством України. Об'єднанням громадян є добровільне громадське формування, створене на основі єдності інтересів для спільної реалізації громадянами своїх прав і свобод. Таким чином, громадська організація – це громадське об'єднання, засновниками та членами якого є фізичні особи, що об'єдналися для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів. Отже, можна виділити наступні характерні ознаки громадської організації як учасника цивільних правовідносин: 1) ознаки, властиві їй як юридичній особі (організаційна єдність, державна реєстрація та цивільна правосуб'єктність, проявами якої є майнова відокремленість, виступ юридичної особи у цивільних відносинах від свого імені, самостійна майнова відповідальність та здатність бути позивачем або відповідачем у суді); 2) ознаки, притаманні громадським організаціям як невідприємницьким товариствам (спеціальна правоздатність, невідприємницький характер діяльності та неприбутковість); 3) конститутивні ознаки, тобто необхідні й достатні для розкриття сутності громадської організації – мета створення і діяльності (громадські організації створюються для задоволення та захисту законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів) та членський характер громадських організацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Чотири кроки до успіху. Посібник з менеджменту для неурядових організацій. Творчий центр «Каунтерпарт». К: «МАКАР», 2005. 248 с.
2. Громадські об'єднання в Україні: навч. посіб. / за ред. В.М. Бесчастного: ІНЖЕК, 2017. 280 с.
3. Бех В., Бех Ю., Попов С. Соціальне управління у контексті саморегуляції соціального організму країни: моногр. Запоріжжя: Просвіта, 2012. 571 с.

**Романов Артур Дмитрович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», м. Рівне, e-mail: [arturdm@ukr.net](mailto:arturdm@ukr.net)

**Антонюк Владислав Вікторович**, студент 2 курсу спеціальності 073 «Менеджмент», ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», м. Рівне, e-mail: [awv212@gmail.com](mailto:awv212@gmail.com)

**Romanov Artur D.**, PhD in Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Private Higher Education Establishment "Academician Stepan Demianchuk International University of Economics and Humanities", Rivne, e-mail: [arturdm@ukr.net](mailto:arturdm@ukr.net)

**Antoniuk Vladyslav V.**, student, specialty 073 "Management", Private Higher Education Establishment "Academician Stepan Demianchuk International University of Economics and Humanities", Rivne, e-mail: [awv212@gmail.com](mailto:awv212@gmail.com)