

Заклад вищої освіти “Український католицький університет”

Факультет суспільних наук

Кафедра управління та організаційного розвитку

Кваліфікаційна робота

на тему: “Управління членством як складова організаційної спроможності

ГО “МЗ2”

Виконала: студентка II курсу,

групи СУН_22_М

галузі знань: 07 “Управління та
адміністрування”

спеціальності 073 “Менеджмент”

освітньо-професійної програми “Управління
неприбутковими організаціями”

Степченко Л. В.

Керівниця: Юзькова О. І.,

к.держ.упр.

Рецензент: Матійчук О. І., к.е.н.

Львів - 2024

АНОТАЦІЯ

Степченко Л.В. Управління членством як складова організаційної спроможності ГО “М32”: Магістерська робота: (073 “Менеджмент”) /Л.В.Степченко/ Український католицький університет. Кафедра управління та організаційного розвитку, Наук. кер.: к.держ.упр., Юзькова О.І. – Львів: УКУ, 2024. – 71 с.

Анотація. У роботі розкрито теоретичні основи організаційної спроможності неприбуткових громадських організацій та описано підходи до залучення нових членів в громадських організаціях як важливу складову управління членством в організаціях, які працюють у напрямку національно-патріотичного виховання молоді в Україні. Здійснено аналіз діяльності молодіжної громадської організації “Пласт – Національна скаутська організація України”, діяльності громадської організації “Національний Альянс”, діяльності громадської організації “Молодіжний Націоналістичний Конгрес” та діяльності громадської організації “М32”. Проведено дослідження ролі статусу членства серед прихильників громадської організації “М32” та розроблено рекомендації щодо посилення спроможності залучати нових членів в організації, які працюють у напрямку національно-патріотичного виховання молоді в Україні.

Ключові слова: організаційна спроможність, неприбуткова громадська організація, управління членством, національно-патріотичне виховання молоді, прихильники організації, життєвий цикл членства.

Abstract. The paper reveals the theoretical foundations of the organizational capacity of non-profit public organizations and describes approaches to attracting new members in non-profit public organizations as an important component of membership management in organizations working towards national and patriotic education of young people in Ukraine. The activities of the National Scout Organization of Ukraine "Plast", the activities of the non-governmental organization "National Alliance", the activities of the non-governmental organization "Youth Nationalist Congress" and the activities of the non-governmental organization "M32" are analyzed. The role of the

membership status among the "supporters" of a non-governmental organization "M32" was studied and recommendations were developed to strengthen the ability to attract new members to organizations working towards national and patriotic education of young people in Ukraine.

Keywords: organizational capacity, non-profit public organization, membership management, national-patriotic education of youth, 'supporters' of the organization, membership life cycle.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ НЕПРИБУТКОВИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ЧЛЕНСТВОМ.....	8
1.1 Поняття організаційної спроможності в неприбуткових громадських організаціях.....	8
1.2 Управління членством в неприбуткових громадських організаціях.....	18
1.3 Підходи до залучення нових членів в неприбуткових громадських організаціях.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ЧЛЕНСТВОМ НЕПРИБУТКОВОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ “МЗ2”	30
2.1 Підходи до залучення нових членів в неприбуткових громадських організаціях патріотичного спрямування в Україні	30
2.2 Загальна характеристика діяльності та членства неприбуткової громадської організації “МЗ2”.....	38
2.3 Дослідження ролі статусу членства серед прихильників громадської організації "МЗ2"	42
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛУЧАТИ НОВИХ ЧЛЕНІВ	54
3.1 Загальні рекомендації щодо посилення спроможності організацій залучати нових членів.....	54
3.2 Рекомендації для громадської організації “МЗ2” щодо посилення спроможності залучати нових членів.....	60
ВИСНОВКИ	67
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72
ДОДАТОК А.....	78

ВСТУП

Актуальність теми. Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених організаційній спроможності, управлінні членством та підходам з залучення до діяльності громадських організацій, комплексне дослідження, яке б конкретно розглядало нюанси управління членством у громадській організації, яка працює у напрямку національно-патріотичного виховання молоді в Україні, помітно відсутнє. Тема кваліфікаційної роботи “Управління членством як складова організаційної спроможності ГО “М32” має значну актуальність у контексті наявних прогалин та викликів у сфері діяльності українських організацій громадянського суспільства та їхніх стратегій залучення та перетворення прихильників на активних членів.

Важливість цього дослідження стає очевидною, якщо врахувати унікальні характеристики громадської організації "М32" (далі ГО "М32"), такі як зосередженість на національно-патріотичному вихованні та нетрадиційні методи, такі як гутірки та ватри [34]. Варто також врахувати проблему ефективного перетворення прихильників на повноцінних членів організації. Наявна література не охоплює тонкощі “лійки членства”, специфічні виклики, з якими стикається ГО "М32", та потенційний вплив цих викликів на здатність організації виконувати свою місію.

Запропонований громадській організації "М32" підхід до використання платформ соціальних мереж, зокрема Instagram та Telegram, як інструментів для залучення потенційних членів організації та поширення інформації про переваги членства, вносить новий підхід до вивчення динаміки розвитку громадських організацій. У той час як стратегії, які застосовує ГО "М32" у проведенні прихильників через життєвий цикл від обізнаності до активного членства, залишаються в основному недослідженими в сучасній літературі [37].

Ця кваліфікаційна робота має на меті заповнити цю прогалину шляхом детального вивчення практик управління членством у громадській організації "М32". Вона прагне заповнити прогалину в літературі, застосовуючи комплексний підхід, що включає інформацію з внутрішньої політики організації,

стратегій соціальних мереж та досвіду прихильників. Використання дослідження, такого як опитування, проведене серед прихильників, додає дослідженню новизни, обіцяючи свіжі перспективи та практичні рекомендації для організацій громадянського суспільства, особливо тих, що працюють з молоддю в напрямку національно-патріотичного виховання, для посилення їхньої організаційної спроможності та ефективності управління членством.

Мета - надати практичні рекомендації щодо вдосконалення підходу громадської організації “МЗ2” до залучення прихильників в активні члени організації.

Завдання дослідження:

- проаналізувати теоретичні основи організаційного розвитку;
- проаналізувати теоретичні основи управління членством у неприбуткових громадських організаціях;
- дослідити підходи до залучення нових членів організації, що використовуються ГО “МЗ2” та іншими неприбутковими організаціями, які працюють у напрямку національно-патріотичного виховання молоді в Україні;
- дослідити роль статусу членства серед прихильників громадської організації "МЗ2";
- підготувати чіткі та дієві рекомендації щодо посилення спроможності ГО “МЗ2” та інших організацій, які схожі своєю діяльністю, залучати прихильників в активні члени організації.

Об'єкт дослідження - організаційна спроможність громадських організацій.

Предмет дослідження - управління членством як складова організаційної спроможності.

Методи дослідження.

У дослідженні використано змішаний підхід, що поєднує якісні та кількісні методи дослідження:

Методи теоретичного рівня - аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, індукція та дедукція, які були використані для теоретичного та практичного

дослідження явищ організаційної спроможності, управління членством та розроблення рекомендацій.

Методи емпіричного рівня - спостереження та опитування, які застосовувались для практичного дослідження цільової аудиторії ГО "МЗ2", аналіз діяльності громадської організації "МЗ2", діяльності молодіжної громадської організації "Пласт – Національна скаутська організація України", діяльності громадської організації "Національний Альянс" та діяльності громадської організації "Молодіжний Націоналістичний Конгрес" та інтерпретування отриманих результатів.

Практичне значення отриманих результатів. Результати цього дослідження мають практичну цінність, оскільки надають ГО "МЗ2" практичні рекомендації щодо покращення процесів управління членством. Рекомендації спрямовані на сприяння більш плавному переходу прихильників у члени організації, що в кінцевому підсумку посилить організаційну спроможність громадської організації "МЗ2". Висновки можуть бути легко впроваджені організацією для вдосконалення своїх стратегій, що забезпечить більш ефективне залучення та участь. Практичне значення дослідження поширюється і на інші організації громадянського суспільства, пропонуючи модель для посилення динаміки членства в контексті ініціатив з національного та патріотичного виховання.

Обсяг та структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг роботи – 98 сторінок, обсяг основного тексту – 71 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ НЕПРИБУТКОВИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ЧЛЕНСТВОМ

1.1 Поняття організаційної спроможності в неприбуткових громадських організаціях

Для повного розуміння поняття організаційна спроможність розглянемо декілька джерел та авторів, які дають це визначення. У своїй статті “Організаційна спроможність: Наш короткий посібник” Анжела Байден дає визначення організаційній спроможності як “це здатність організації ефективно та результативно використовувати ресурси для досягнення своїх цілей. Це здатність організації адаптуватися, розвиватися та послідовно вдосконалюватися з плином часу”[1]. Для досягнення успіху, який буде довготривалим, організаціям потрібна організаційна спроможність, тому що вона допомагає підвищити результативність та ефективність.

Пол Лайт з Інституту Брукінгса зазначає велике розмаїття визначень та підходів серед великої кількості способів визначити поняття “організаційна спроможність”. Три з них, які відображають суть середнього підходу, є наступними:

- Каліфорнійський фонд здоров'я стверджує про “основні навички та можливості організації, такі як лідерство, управління, фінанси та фандрейзинг, програми та оцінювання, з метою підвищення ефективності та сталості організації”. Вони розглядають розбудову спроможностей як процес надання допомоги окремій особі чи групі у визначенні та розв'язанні проблем, а також здобути розуміння, знання та досвід, необхідні для розв'язання проблем і впровадження змін.

- Пенелопа Макфі та Джон Бейр з Фонду Джона С. та Джеймса Л. Найтів визначають спроможність як “здатність неприбуткових організацій виконувати свою місію”.

- У проєкті “Ефективні громади” визначають її як “сукупний вплив здатності організації керувати та управляти собою, розвивати активи та ресурси, налагоджувати правильні зв’язки з громадою та надавати цінні послуги – це все разом узятє для того, щоб осмислено виконувати свою місію” [2, с. 1-2].

На сайті “GEO” (який є спільнотою фінансистів, яка трансформує філантропію, надаючи своїм членам доступ до ресурсів та зв’язків, які необхідні для підтримки неприбуткових організацій та громад) можемо знайти таке визначення організаційної спроможності: "здатність організації або мережі виконувати свою місію завдяки поєднанню раціонального менеджменту, сильного врядування та постійної відданості оцінці та досягненню результатів" [3].

Також на сайті спільноти наводять перелік загальних спроможностей, але вказують, що одній організації не обов’язково мати всі сфери сильними і, що на різних етапах життєвого циклу організації деякі спроможності будуть більш важливими, а деякі менш. Тож наводимо перелік:

- Лідерство серед правління та персоналу.
- Місія, бачення та стратегія.
- Розробка, реалізація та оцінка програм.
- Розробка та впровадження стратегії фандрейзингу, а також планування та здійснення інших видів діяльності, що приносять дохід.
- Фінансовий менеджмент.
- Використання комунікацій для підвищення обізнаності та привернення уваги і ресурсів до організації.
- Створення та використання технології, необхідної для полегшення роботи.
- Стратегічні зв'язки, які можуть допомогти у просуванні місії та започаткувати співпрацю [3].

Типовий життєвий цикл організації є не менш важливим, тому що через нього проходить кожна організація. Іцхак Адізес порівняв розвиток організації з

розвитком людини, коли організація росте, старіє та помирає. Всього існує 10 стадій:

1. “Залицяння”: засновник заграє з ідеєю створення бізнесу, але не робить жодних конкретних кроків.
2. “Дитинство”: ідея стає реальністю і повинна приносити результати.
3. “Давай-давай”: організація швидко зростає та бере на себе більше ніж може впоратися також має бачення, де вона може бути.
4. “Юність”: засновник звільняється і наймає операційних директорів, компанія потребує нової організаційної структури та перебуває в постійних конфліктах і плутанині, як підліток. Лідери не можуть дійти згоди щодо напрямку розвитку та ризиків, на які варто йти.
5. “Розквіт”: керівництво та засновники сформували чітке бачення, тож компанія досягає свого розквіту і зусилля є дисциплінованими.
6. “Стабільність”: це найглибший перехід, оскільки він знаменує собою початок кінця. Компанія є лідером галузі. Вона вітає нові ідеї, але з меншим ентузіазмом.
7. “Аристократизм”: лідери покладаються на минуле, щоб вести компанію вперед. В аристократичних компаніях не заохочуються новаторство та інновації. Тому компанія починає деградувати.
8. “Переслідування”: керівництво більше не може приховувати, що прибутки падають, воно починає полювання на відьом. Вони витрачають всю свою енергію на пошук винуватця, замість того, щоб спрямувати цю енергію на розв’язання проблеми.
9. “Бюрократія”: полювання на відьом витісняє всі таланти, що залишилися. Залишаються лише процедури, політики та паперова робота, які душать інновації.
10. “Смерть”: компанія - це корабель, що тоне, але ніхто не відчуває відповідальності за те, щоб покласти цьому край. Люди просто йдуть або звільняються, доки нікого не залишається і не закінчується термін оренди офісу [4].

Громадська організація “М32”, яку ми досліджуємо, наразі знаходиться на третій стадії “Давай-давай”: працює тільки третій рік, динамічно розвивається та зіткнулась із труднощами нестачі членів для виконання своєї статутної діяльності.

У статті “Розвиток потенціалу громадських організацій: Ключові поняття” про розбудову спроможності говорять як про зміну поведінки. Увагу потрібно приділяти нематеріальним факторам, таким як мотивація, цінності, ставлення, відносини та прихильність, які є в основі здатності організації здійснювати суттєві та стійкі зміни [5].

Під “організаційною спроможністю” також зазвичай розуміють “здатність організації виконувати роботу” або сприятливі умови, які дозволяють організації виконувати свої функції та досягати поставлених цілей [6, с. 1]. У неприбутковому секторі спроможність часто визначають як “сукупність процесів, методів управління або атрибутів, які допомагають організації у виконанні її місії” [7, с.117].

При такій різноманітності підходів до визначення варто виділити важливість наступного формулювання організаційної спроможності, яким послуговуватимемось - здатність організації адаптуватися, розвиватися та послідовно вдосконалюватися з плином часу. Воно найбільше підійде до нашого дослідження.

У звіті, підготовленому RAND Europe, Інститут Саатчі досліджує виміри організаційної спроможності та як вона оцінюється. Існує невелика згода стосовно того, що являє собою організаційна спроможність, але існує консенсус щодо того, ще це багатовимірна концепція [8, с. 10].

Рисунок 1.1. “Компоненти організаційної спроможності” об’єднує визначення організаційної спроможності, запропоновані в літературі та учасниками дослідження, в єдину концептуальну схему. Слід зазначити, що відносна важливість цих різних елементів може змінюватися залежно від місії та зрілості організації.

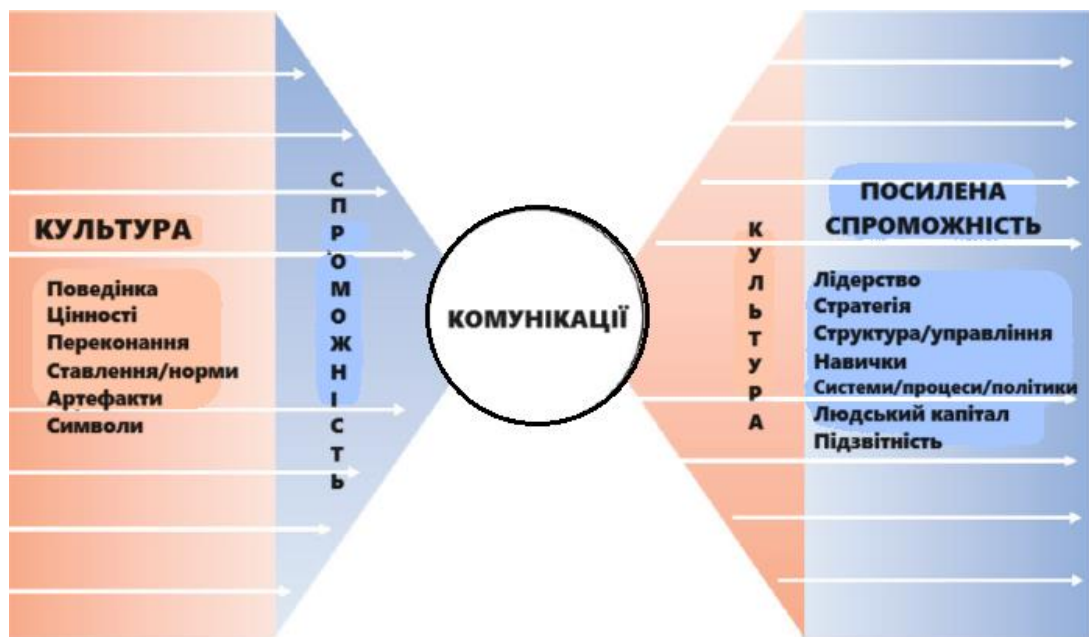


Рис. 1.1. Компоненти організаційної спроможності

Джерело: [8, с.11]

Як показано на Рисунку 1.1., культура та комунікація є основними рушійними силами організаційної спроможності та тісно пов'язані з шістьма іншими компонентами: лідерством, стратегією, структурою/управлінням, навичками, людським капіталом та підзвітністю. Розглянемо ці компоненти більш детально [8, с.12].

Культура – це система колективних переконань, цінностей, поведінки, ставлення, норм, артефактів і символів в організації.

Комунікація передбачає передачу важливої організаційної інформації та ідей у чіткий, простий і послідовний спосіб як усередині організації, так і за її межами.

Лідерство стосується осіб, відповідальних за керівництво організацією, і передбачає формування чіткого бачення, донесення його до інших, а також надання інформації, необхідної для реалізації цього бачення.

Стратегія передбачає наявність стратегічного плану, який дозволяє організації досягти своїх довгострокових і короткострокових цілей.

Структура/управління – це система, яка складається з інституційних правил, політик і процесів, що визначають, як делегуються, управляються і координуються робочі ролі та обов'язки.

Навички – це “правильне” поєднання працівників, які можуть компетентно та адаптивно виконувати складні види діяльності, пов'язані з ідеями (когнітивні навички), технологіями та управлінням даними (технічні навички) та/або людьми (міжособистісні навички).

Людський капітал має в собі ідентифікацію, відбір, найм і навчання претендентів на роботу, управління плінністю кадрів та їх утриманням, а також адміністрування програм виплат працівникам.

Підзвітність означає необхідність для організації звітувати, як внутрішньо, так і зовнішньо, за свою діяльність та фінанси, брати на себе відповідальність за них та розкривати результати у прозорий спосіб [8, с.12].

Розбудова культури та комунікації є дуже важливими для формування сильної команди громадської організації. При побудованій стратегічній комунікації організація може дієво залучати нових членів до своєї діяльності та привернути увагу в цілому до себе. Налагоджена культура важлива в середині самої організації, адже вона є рушійною силою для організаційної спроможності та тісно пов'язана з людським капіталом, що для дослідження управління членством є важливим аспектом.

Згідно МакКінсі існує сім елементів спроможності неприбуткових організацій тісно пов'язані між собою, і організаціям потрібно серйозно подумати над тим, який елемент спроможності розвивати в першу чергу [9, с.37-64].

Прагнення. Під впливом корпоративних моделей багато неприбуткових організацій прийняли стандартну структуру “місія, бачення, цілі” для формулювання загальних цілей своїх організацій. Для того, щоб обговорити ці поняття – а також тому, що місія, бачення та цілі відображають аспекти загальної мети організації – було об'єднано ці три елементи під терміном “прагнення” при розробці структури спроможності. Неприбутковим організаціям необхідно

витрачати час і зусилля на оцінку та формулювання своїх прагнень. Прагнення надихають персонал, волонтерів та донорів. Вони визначають, що організація робитиме, а що ні. Вони допомагають визначити загальний підхід та пріоритети діяльності організації. Вони є основою для стратегії, яка, своєю чергою, визначає необхідні організаційні навички, що можуть бути реалізовані лише за умови належного планування людських ресурсів, систем та організаційної структури [9, с. 37].

Стратегія. Якщо прагнення неприбуткової організації описують на високому рівні те, чого організація хоче досягти – її мету та завдання – то стратегія є засобом для досягнення цих прагнень. Добре продумана стратегія – це не просто сума видів діяльності організації, вона має спиратися на основні компетенції неприбуткової організації, розподіляти ресурси між пріоритетами та допомагати окреслити її унікальну диференціацію. Зусилля з розбудови спроможності, які зосереджуються на стратегічному компоненті, зазвичай спрямовані на узгодження стратегій організації з її прагненнями. Але стратегії також мають бути узгоджені з рештою організації – з навичками, людськими ресурсами тощо – щоб забезпечити найбільші шанси на позитивний соціальний вплив [9, с. 41].

Організаційні навички. Для багатьох високоефективних неприбуткових організацій найважливішим компонентом ланцюжка створення цінності є процес, за допомогою якого вони розробляють, впроваджують, фінансують та вимірюють програми. Створення успішного процесу – такого, що збільшує соціальний вплив, - спирається на весь спектр навичок організації: від стратегічного планування, маркетингу та фандрейзингу до розробки та виконання програм. Прогалина в навичках неминуче ставить під загрозу здатність покращувати та розширювати послуги для більшої кількості клієнтів. Донори та державні установи, наприклад, неохоче виділятимуть значні ресурси підприємству зі слабким фінансовим контролем. Аналогічно, організаціям, які не проводять ретельної оцінки та вимірювання ефективності своїх програм, важко продемонструвати відчутні результати, які надихають донорів [9, с. 44].

Людські ресурси. Люди – професійні працівники, волонтери, члени правління – є життєдайною силою будь-якої неприбуткової організації. Людські ресурси організації представляють колективні здібності та досвід її працівників, але неприбуткові організації не лише неохоче керують талантами (особливо у порівнянні з приватним сектором), але схильні недооцінювати своїх людей. Проте, коли організаціям вдається залучити талановитих людей і повністю розкрити їхній потенціал, відбуваються хороші речі [9, с. 49].

Системи та інфраструктура. Керівникам неприбуткових організацій часто легше зрозуміти важливість розбудови спроможності щодо систем та інфраструктури, ніж щодо будь-якого іншого компоненту спроможності. З одного боку, це усвідомлення відображає той факт, що збої в роботі систем часто є невидимими, негачними та незручними для неприбуткових організацій – такі збої, як надсилання прямого електронного листа голові правління або використання фінансових систем, які не можуть генерувати своєчасні звіти. Тому розбудова спроможності вдосконалювати системи рідко буває складним завданням всередині організації. Складніше змусити неприбуткові організації замислитися над розбудовою потенціалу в усьому спектрі систем, які підтримують організацію. У контексті структури спроможності, системи – це процеси, як формальні, так і неформальні, за допомогою яких функціонує організація – коротко кажучи, те, як все працює. Неприбуткові системи можуть бути складними, навіть містифікуючими, особливо коли йдеться про управління рішеннями, знаннями та людьми. Системи також є одним з найбільш очевидних важелів потенціалу, оскільки неприбуткові організації вже звикли звертатися за “технічною допомогою” до спеціалізованих зовнішніх третіх сторін. Інфраструктура, тим часом описує активи, які підтримують організацію, як фізичні, так і техніко-логічні. Хоча інфраструктуру часто сприймають як належне, неприбуткові організації мають широкі можливості додавати цінність у цій сфері, так само як і у випадку з системами [9, с. 54].

Організаційна структура. Поряд з удосконаленням систем, неприбутковим організаціям найлегше займатися розбудовою спроможності, яка

стосується питань організаційної структури. Уточнення ролей та обов'язків, створення нових робочих груп або виокремлення наявних, формування та робота з правлінням – більшість з цих заходів знайомі керівникам неприбуткових організацій, а тому не є надто загрозливими. Неприбуткова організація може змінювати свою організаційну схему кожні 3 місяці, якщо хоче, але вона ніколи не досягне інституційного вирівнювання, якщо її організаційна структура не буде підтримувати не лише системи та людські ресурси, але й прагнення, стратегії та навички. Як і у випадку з іншими компонентами організаційної спроможності, зміни в структурі організації є найбільш ефективними, коли вони інтегровані з комплексним пакетом ініціатив з розбудови спроможності [9, с. 59].

Культура. Культура проходить невидимою ниткою через усю тему розбудови спроможності. Для неприбуткових організацій культура відіграє ще більш важливу роль, ніж для бізнесу. Культура згуртовує організацію, що є важливою причиною того, чому працівники неприбуткових організацій готові погоджуватися на відносно низьку зарплату і так важко працювати. Через свою поширеність і важливість, неприбуткову культуру важко змінити. Та хитрість полягає в тому, щоб вносити зміни в культуру таким чином, щоб це позитивно впливало на спільну прихильність персоналу та волонтерів до місії. У цій сфері дуже легко ненавмисно підірвати моральний дух персоналу та волонтерів. Для цілей цієї дискусії ми хочемо розрізнити два аспекти культури організації: її основні цінності, переконання і норми поведінки, з одного боку, та її орієнтацію на виконання роботи, або “культуру виконання”, з іншого. Жодне з цих понять не є достатньо зрозумілим у неприбутковому секторі, оскільки багато практиків виходять з того, що культура – це не більше, ніж сукупність різних особистостей, досвіду, ідей та стилів роботи людей в середині організації. Насправді побудова сильної культури, заснованої на цінностях, або сильної культури ефективності – це стратегічний, інтелектуальний і часто складний процес. Він вимагає від організації значних зобов'язань щодо часу та ресурсів, але віддача від нього може бути суттєвою [9, с. 63-64].

МакКінсі глибше робить огляд семи елементів спроможності неприбуткових організацій. Ми зупиняємо нашу увагу на елементі людських ресурсів, оскільки саме їх не вистачає для забезпечення успішного розвитку організації, яку досліджуємо. Погоджуємося з думкою, що залучення талантів та повне розкриття їх потенціалу приведе до розквіту діяльності організації.

Існують інструменти для оцінки організаційної спроможності неприбуткової організації, за допомогою яких збираються дані та проводиться комплексний аналіз. На основі цього аналізу розробляється план організаційного розвитку для ГО. Оглянемо складові такого інструменту від ГО “ІСАР Єднання”:

1. Місія та стратегічне планування. Розуміння громадської організації своєї місії та цілей, своєї стратегії розробки місії та цілей, донесення їх до співробітників, клієнтів та зацікавлених сторін, та використання їх як основи для планування короткострокової та довгострокової діяльності організації.
2. Структура правління організації та стилі управління.
3. Спроможність адаптуватись. Здатність організації бути підзвітною собі та своїм зацікавленим сторонам щодо прогресу в досягненні місії, відстежувати свій прогрес та визначати сфери, де відбулось чи не відбулось покращення, та використовувати інформацію для внесення відповідних виправлень та змін.
4. Партнерство та співпраця. Організація продемонструвала здатність налагоджувати продуктивне і стратегічне партнерство з іншими зацікавленими сторонами, які засновані на взаємних або взаємодоповнювальних цілях, мають стратегічне значення для організації та забезпечують отримання чітких конкретних результатів.
5. Роль у секторі. Здатність і готовність ГО зробити свій внесок у загальну міць і життєздатність громадянського сектора в Україні беручи участь в одній або декількох з наступних видів діяльності: надання прямих послуг або технічної допомоги іншим ГО, виступати в ролі інформаційного каналу для забезпечення сектору інформацією

та ресурсами, захист потреб сектора в цілому, виконання керівної ролі в коаліціях чи інших загальносекторальних групах.

6. Надання послуг. Здатність організації надавати необхідні та ефективні послуги, які відповідають її місії та задовольняють потреби її цільових груп або громади.
7. Фінансова життєздатність та мобілізація ресурсів [10].

Після збору даних все зводиться у підсумковій таблиці та висвітлюється у підсумковому графіку.

Якщо ми порівняємо наведені вище три підходи та критерії організаційної спроможності, то виділимо важливість та присутність для себе наступних: культура, людські ресурси, стратегія, навички, лідерство, комунікація, спроможність адаптуватись, партнерство та співпраця. Саме вони можуть суттєво впливати на управління членством в ГО “М32”.

1.2 Управління членством в неприбуткових громадських організаціях

У своїй статті "Почуття спільноти: Визначення та теорія" доктор Девід МакМіллан говорить, що членство - це “відчуття приналежності або спільне відчуття особистої спорідненості” [11].

Кембридзький словник дає таке визначення слову “членство”: “стан приналежності до організації” [12].

Як стверджує Патріція Річ у своїй книзі “Розвиток членства: План дій для досягнення результатів”: “Членство – це мінливе поняття, яке визначається кожною окремою групою. Воно може означати виписку чека, волонтерську роботу, сповідання віри, саморозвиток, адвокацію певної проблеми. Це може означати щось одне або все це і навіть більше.” [13, с. 2]

Всі три визначення про членство мають слушну думку: це почуття приналежності, яке визначає кожна спільнота окремо. Для неприбуткової організації це особливо актуально, коли вона працює у напрямку національно-патріотичного виховання молоді – саме відчуття особистої спорідненості

сформоване в основах членства такої організації має залучати, споріднювати та утримувати.

По своїй суті управління членством це управління людськими ресурсами в громадській організації. Саме тому звернемо нашу увагу на статтю “Що таке управління персоналом?”. Крістін Мо стверджує, що управління людськими ресурсами – це процедура залучення, управління та розвитку членів команди з метою підтримки загальної місії організації [14]. Даємо перелік пріоритетів для більшості фахівців з управління персоналом:

- підбір команди;
- приєднання до колективу;
- навчання та розвиток;
- управління ефективністю;
- залучення співробітників;
- система винагород та бонусів.

Навіть при найретельнішому плануванні проєктів, вони можуть зриватись через непередбачуваний людський фактор, що своєю чергою призведе до низької продуктивності та можливий навіть провал проєкту. При ефективному управлінні людьми потрібно володіти набором з п’яти ключових навичок:

1. **Створювати.** Для створення успішної команди, слід зосередитися на підборі членів команди, навчанні та структурі команди. Потрібно забезпечити навчання для розвитку навичок і створити чіткі засади успіху з визначеними показниками та межами, які спрямовуватимуть команду на продуктивність і досягнення.
2. **Розуміти.** Щоб ефективно керувати командою, потрібно приділити час розумінню особистості, мотивації та особистих цілей кожного члена команди. Проявляючи емпатію та уникаючи універсального підходу, можна покращити комунікацію, мотивацію та взаєморозуміння, а отже, приймати обґрунтовані рішення щодо того, як залучати та розвивати кожного члена команди для досягнення максимальної результативності.

3. **Спілкуватися.** Ефективна комунікація має вирішальне значення для керівника, щоб доносити думки, мотивувати команду та розв'язувати проблеми. Вербальні чи невербальні форми, підтримка позитивного настрою, ретельне планування комунікації та надання конструктивного зворотного зв'язку сприяють успішному лідерству та співпраці в команді.
4. **Співпрацювати.** Керівники мають активно долучатися до співпраці, розподіляти обов'язки та делегувати завдання, щоб підвищити ефективність команди. Вони можуть зміцнити повагу, лояльність та відданість всередині команди, виховуючи почуття спільної відповідальності, колективно розв'язуючи проблеми та розширюючи можливості членів команди.
5. **Вирішувати.** Керівники повинні вирішувати конфлікти в команді, розуміючи індивідуальні відмінності та беручи участь у відкритому спілкуванні. Конфлікт, як відкритий, так і прихований, може підірвати співпрацю. В екстремальних випадках, коли дії окремої особи загрожують команді та проекту, необхідна рішучість і керівник повинен ставити на перше місце добробут команди [15].

У статті “Членство має значення: Архетипи організації, стилі участі та спільні дії” стверджують, що членство історично було вирішальним аспектом організаційних досліджень і рушійною силою колективних дій. Однак у сучасну цифрову епоху концепція членства значно еволюціонувала завдяки широкій інтеграції технологій, яка розмила традиційні кордони та протоколи контролю. Ця трансформація змусила науковців переоцінити відносини між латентними групами, формальними членами та організаціями колективної дії. Вони стверджують, що організації більше не відіграють такої ж центральної ролі у сортуванні членів, визначенні цілей і тактики. Натомість різноманітні групи людей відіграють більш впливову роль у формуванні колективних дій. Членство тепер визначається участю в різних інтерактивних середовищах, що ставить питання про його значення і про те, як різні типи членства впливають на стилі

участі та фокус колективних дій [16, с.2]. Ми погоджуємось, що цифрова епоха внесла певні зміни в підходи до членства, зокрема інформування про залучення та переваги членства зручно робити на різних онлайн-платформах, де можна вийти на широку аудиторію потенційних членів організації.

Генрі Хан дійшов висновку, що справді відрізняє високоактивні асоціації. Це те, як вони трансформують мотивацію своїх членів та їхню здатність до участі. Поєднуючи сучасні онлайн та офлайн-інструменти, ці асоціації розбудовують широту та глибину активізму, розвиваючи громадян як демократичних лідерів та залучаючи людей до колективних дій. Культивувати та трансформувати мотивацію та спроможність людей до активізму – нелегко. Розвиток стосунків з членами організації, розвиток їхньої мотивації та навчання їх навичкам демократичного громадянства потребує дорогоцінного часу та ресурсів [17, с. 2]. Це цікава думка щодо трансформації мотивації членів громадської організації – особливо важливим для нас є культивування мотивації та спроможності людей не тільки до активізму, а й лідерства, відповідальності та ініціативності в організації.

Поєднання мобілізації та організації допомагає громадським об'єднанням нарощувати якість та кількість або глибину та ширину активізму. Щоб розбудувати владу, громадським об'єднанням потрібна велика кількість людей, здатних діяти, а також кадри лідерів, які розвиватимуть і здійснюватимуть цю діяльність. Їм потрібні люди, які діють, а також спільнота, яка разом вчиться, як перетворити цю дію на владу. Організації можуть поєднувати онлайн та офлайн-стратегії для розбудови своєї активістської бази. Організації стикаються з постійною напругою між інвестиціями в членство та інвестиціями в членів. Інвестиції в членство допомагають розбудувати ширину, але інвестиції в членів допомагають розбудувати **глибину**. Генрі Хан стверджує, що організації не повинні обирати між інвестиціями в членів та інвестиціями в членство. Вони можуть робити і те, і інше. Інвестуючи у своїх членів, вони розбудовують потенціал, необхідний для розбудови свого членства [17, с. 4].

У своєму дослідженні лідери організацій, з якими Генрі Хан спілкувався, визначили три різні теорії змін, які трансформувалися у три різні моделі залучення: вовки-одинаки, мобілізатори та організатори (терміни взяті з інтерв'ю). Кожна модель участі описана в таблиці 1.1, починається з базового припущення про те, як розбудовувати владу [17, с. 9-10].

Таблиця 1.1

Порівняння вовків-одинаків, мобілізаторів та організаторів

	Сайти з високим рівнем залученості поєднували ці стратегії		
	Сайти з низьким рівнем залученості поєднували ці стратегії		
	Вовки-одинаки	Мобілізатори	Організатори
Стратегія розбудови влади	Розбудовують владу за допомогою інформації	Розбудовують владу, розбудовуючи членство, залучають людей туди, де вони є	Розбудовують владу, розвиваючи лідерство; трансформують мотивацію та спроможність членів організації брати на себе більше лідерства
Стратегія розбудови членства	Не визначено	Розбудовують членство, залучаючи якомога більше людей до активних дій; створюють більший, більш цілеспрямований список потенційних членів	Розбудовують членство, розвиваючи лідерів, які можуть залучати інших; постійно розвивають послідовність серед нових потенційних членів
Вплив на адвокаційну діяльність	Обирають стратегії адвокації, які можна здійснити без великої кількості людей (наприклад, написання коментарів, проведення досліджень)	Обирають адвокаційні стратегії, які вимагають швидкого залучення великої кількості людей (наприклад, петиції); зосереджуються на реагуванні на своєчасні події, які залучають людей	Обирають адвокаційні стратегії, які сприяють залученню людей протягом тривалого часу; зосереджуються на кампаніях, які визначають послідовність дій, які люди можуть здійснити
Вплив на структуру	Централізують відповідальність в руках персоналу або кількох ключових волонтерів	Централізують відповідальність в руках персоналу або кількох ключових волонтерів	Розподіляють відповідальність між великою мережею волонтерів
Вплив на типи прохань до волонтерів	Не визначено	Зосереджуються на окремих запитах, які часто дозволяють людям діяти швидко і наодинці	Зосереджуються на взаємозалежних запитах, які часто є більш трудомісткими, змушують людей працювати з іншими та надають їм певну стратегічну автономію
Вплив на комунікацію з волонтерами	Надають інформацію та оновлення зацікавленим особам	Зосереджуються на охопленні якомога більшої кількості людей, розробляючи привабливі "пітчі", які залучатимуть найбільше людей та нові мережі	Зосереджуються на тому, щоб достукатися до людей, будуючи з ними стосунки та спільноту
Особливості надання підтримки	Мінімальні ресурси, необхідні для навчання та рефлексії	Мінімальні ресурси, необхідні для навчання та рефлексії	Потребують великих ресурсів для навчання, коучингу та рефлексії

Джерело: [17, с. 9]

Розгляд цих трьох моделей дає розуміння про різні типи лідерства, які мають різні стратегії розбудови членства онлайн. Мобілізатори - розбудовують членство, залучаючи якомога більше людей до активних дій; створюють більший, більш цілеспрямований список потенційних членів, в той час, як організатори - розбудовують членство, розвиваючи лідерів, які можуть залучати інших; постійно розвивають лідерство серед нових потенційних членів.

1.3 Підходи до залучення нових членів в неприбуткових громадських організаціях

Перш ніж розглянемо підходи до залучення нових членів до неприбуткових громадських організацій, звернемо нашу увагу на Закон України про громадські об'єднання, де у статті 8 про членів (учасників) громадського об'єднання йдеться:

“1. Членами (учасниками) громадської організації, крім молодіжної та дитячої, можуть бути особи, визначені частиною першою статті 7 цього Закону, які досягли 14 років...

2. Членами (учасниками) громадської спілки, крім молодіжної та дитячої, можуть бути юридичні особи приватного права, у тому числі громадські об'єднання зі статусом юридичної особи, фізичні особи, які досягли 18 років та не визнані судом недієздатними. Вік членів молодіжної, дитячої спілки визначається її статутом у межах, встановлених законом.”[18]. Не менш важливим буде також розглянути моделі членства. Структура чи модель членства – це план того як члени організації отримують доступ до її послуг та переваг. Модель членства допомагає визначити рівні членства, окреслити джерела фінансування та проводити групові заходи [19].

У світовій практиці існує перелік моделей, які визначають структуру членства в неприбуткових громадських організаціях [20]. Наводимо поширені моделі:

Модель виняткового членства. У цій моделі невелика кількість клієнтів або організацій-членів сплачують значний авансовий внесок та постійні внески

для фінансування НУО в обмін на реалізацію проєкту або проведення досліджень.

Однорівнева модель членства. Громадська організація має один рівень членства, де всі члени мають однакові права та обов'язки. Членами є фізичні особи або організації.

Багаторівнева модель членства. Кілька рівнів членства, що складаються з різних організацій. Члени можуть сплачувати внески залежно від країни, в якій вони знаходяться, або це може бути добровільне/безплатне членство.

Проектна модель. У цьому режимі фінансування діяльності організація забезпечується шляхом розробки та реалізації окремих проєктів. Накладні витрати, як правило, передбачені для покриття інфраструктурних та інших витрат.

Ліцензійна модель. Громадська організація може пропонувати ліцензії на використання своїх продуктів за собівартістю.

Консультаційна модель. Організація стягує плату за продукти та послуги, які вона пропонує, включаючи розбудову спроможності, навчання, публікації тощо.

Академічна модель. Це випадок, коли інфраструктура, така як фізичне приміщення, доступ до експертів та студентської робочої сили, надається установою, що приймає, наприклад, університетом, зазвичай безплатно або за певну плату.

Нас далі цікавитиме однорівнева модель членства, оскільки організація, яка лягла в основу цієї роботи, має саме таку модель.

Перш ніж залучати потенційних нових членів до громадської організації, варто переконатися, що сама організація готова до них. В статті “Як залучити нових членів до асоціації” пропонують наступні кроки, які допоможуть переконатися, що організація готова до зростання:

1. Чітко визначити цінність членства. Варто описати одним реченням цю цінність. Також рекомендовано створити переконливу коротку розповідь по типу “презентація для ліфта”, яка чітко та лаконічно пояснить, що саме може

запропонувати організація потенційним членам. Довжина презентації повинна бути такою, щоб її можна було розповісти за час поїздки на ліфті, тобто близько 30 секунд або 100-150 слів [21].

2. Окреслити життєвий цикл членства. Потенційним членам потрібно пояснити, як насправді виглядатиме їхнє членство: описати ключові переваги, шляхи розвитку для різних членів; визначити, як саме організація може допомогти їм у досягнення їхніх цілей.

3. Зрозуміти типові заперечення. Деякі потенційні члени матимуть заперечення проти приєднання до громадської організації. Незалежно від того, чи відчують вони, що не мають часу, чи не можуть собі цього дозволити, чи мають якісь інші проблеми, бути готовими відповісти на ці заперечення у своєму зверненні та під час розмови.

4. Визначити стратегію рекрутингу. Подумати, на яких членів організація хоче орієнтуватися і як вона буде до них достукатися. Визначити, хто є ідеальними членами організації, де вони проводять час, і створити список методів, які громадська організація буде використовувати для їх залучення.

5. Виділити необхідні ресурси. Для проведення успішної рекрутингової кампанії потрібні час, гроші та люди. Потрібно переконатися, що у організації є все необхідне для її успішного проведення [22].

Щоб управління членством в організації складалося успішно, звернемо увагу на життєвий цикл членства:

- 1) поінформованість: залучення нових членів створюючи ціннісну пропозицію та поширювати її там, де її може побачити цільова аудиторія організації;
- 2) активація: розуміння ціннісної пропозиції та як вона може допомогти досягти особистих цілей;
- 3) утримання: при високому рівні повернення учасників після першого досвіду це свідчить про те, що вони бачать цінність в організації;

- 4) залучення та просування: на цьому етапі учасники, які користуються вашим продуктом чи послугою, усвідомлюють його переваги та стають прихильниками вашої організації;
- 5) перетворення: останній етап, на якому важливо переконати користувачів оновити свій статус та скористатися додатковими продуктами чи послугами від організації [23].

Наступний крок – це розробка стратегій та тактик, які будуть у плані залучення нових членів громадської організації. При складанні такого плану авторка статті “10 тактик для збільшення членства у вашій організації, які не беруть до уваги” Марі Сміт рекомендує запросити співробітників та волонтерів організації долучитися до процесу планування з творчим підходом. Розглянемо ці тактики, які пропонує авторка статті:

Надання цільового та цінного контенту. Замість того, щоб покладатися лише на промоцію членства, надавати контент, який допоможе організації розвивати стосунки з потенційними членами. Потрібно визначити та дослідити різні сегменти цільового ринку членства - наприклад, студенти, люди на початку кар'єри, в середині кар'єри, керівники та професіонали, які перебувають на перехідному етапі. Додавши цей підхід до стратегії залучення нових членів, контент набуває нової ролі лід-магніту - того, що потенційні члени вважають настільки цінним, що готові надати свою адресу електронної пошти в обмін на його завантаження.

Спрощення процесу набуття членства. Коли потенційний член готовий приєднатися, на його шляху не повинно стояти жодних бар'єрів. Організація має переконатися, що процес приєднання є швидким, інтуїтивно зрозумілим та безперешкодним. Розпочати варто з тестування сайту та блогу. Вступ робити максимально простим і безболісним. Довгі форми відлякують. В онлайн-заявці на членство запитувати лише те, що є абсолютно необхідним - дані, які організації потрібні зараз, щоб оформити їхнє членство. Попросити більше даних можна пізніше [24].

Пропозиція заохочення для приєднання. Іноді привабливий стимул може зруйнувати останній психологічний бар'єр на шляху до приєднання. Наприклад, ексклюзивна пропозиція для нових членів долучитися на майбутній захід, можливість онлайн-навчання або реєстрацію на вебінар. Такі заохочення потрібно рекламувати на своїй домашній сторінці, в бічній панелі блогу, в електронних розсилках і в соціальних мережах. Крім того, можна ще створити відчуття терміновості у пропонованих заохоченнях. Мережу рекрутерів теж потрібно заохочувати - уже чинних членів організації. Наприклад, за кожен успішну рекомендацію щодо членства, яку вони надають, дати їм заохочення як подяку, а також визнати їхній внесок у публікаціях та на заходах.

Посилення взаємодії у соціальних мережах. Організація має розробити стратегію роботи в соціальних мережах, яка узгоджується з членською та маркетинговою стратегіями, а також з потребами та інтересами потенційних членів. Окрім власного контенту, підбирати цікавий та інформативний контент з інших джерел, щоб поділитися ним. Крім того, публікувати на каналах організації у соціальних мережах інформацію про переваги членства, які громадська організація надає. Варто також використовувати рекламу у соціальних мережах для проведення цільових рекламних кампаній [24].

Пошук можливостей для спільного маркетингу. Громадська організація може співпрацювати з іншими компаніями та організаціями у своїй галузі, просуваючи послуги чи пропозиції один одного. Це взаємовигідно, і ці можливості можуть суттєво розширити охоплення до можливих нових членів.

Оптимізація власного вебсайту громадської організації для залучення нових членів. Потрібно продумати всі етапи приєднання нового учасника до організації - від доступності для відвідувачів, які вперше заходять на сайт, до чіткого процесу вступу. Після цього переконатися, що сайт оптимізує цей процес від початку до кінця.

Проведення заходів не лише для членів організації. Заходи лише для членів організації є чудовими перевагами членства, але є також велика цінність у проведенні заходів, які можуть відвідувати і не члени організації. Це дозволить

організації продемонструвати її цінність потенційним новим членам ще до того, як вони приєднаються до неї. Це можуть бути вебінари, з'їзди, нетворкінгові заходи та інші можливості, які будуть корисними як членам, так і не членам організації. Організація має створювати можливості для надання гостям інформаційної та професійної цінності, допомагаючи їм дізнатися більше про місію та переваги організації.

Дошка оголошень про вакансії на сайті організації. Онлайн-база вакансій відповідає практичним потребам багатьох людей. Це також ідеальний спосіб позиціювати себе як лідера з членами, які роблять внесок у розвиток галузі. Громадській організації варто оптимізувати свій вебсайт і дошку вакансій, щоб люди могли легко знаходити їх і орієнтуватися в них [24].

Використання наявних бізнес-мереж. Якщо організація та/або її члени беруть участь у місцевих бізнес-мережах, це чудовий спосіб розповісти про організацію та її переваги. Скористатися можливостями виступу або спонсорства варто, коли це можливо. Це дасть можливість розповісти про місію громадської організації та продемонструвати досвід у її сфері чи галузі.

Покращення досвіду членства за допомогою сучасного програмного забезпечення для управління членством. Залучаючи потенційних членів, громадська організація може відстежувати їхню взаємодію з її вебсайтом та електронними листами. Їх поведінка в інтернеті дає уявлення про їхні інтереси. Також варто запустити автоматизовану серію вступних електронних листів, які познайомлять потенційних членів з ресурсами, майбутніми подіями та освітніми можливостями, що відповідають їхнім інтересам і потребам [24].

Отож, існує декілька поглядів на організаційну спроможність з трьома ключовими підходами: здатність організації до управління собою, виконання місії та основних компетенцій організації. Щоб неприбуткові організації ефективно функціонували, має бути комплексний підхід до розбудови її спроможності, який складатиметься з чіткого визначення прагнень, розробки стратегічних основ, розвиток організаційних навичок, управління людськими ресурсами та формування позитивної організаційної культури.

У контексті неприбуткових організацій ефективне управління членством фокусується на залученні, управлінні та розвитку членів команди, щоб підтримувати місію організації. Є кроки, які передбачають чітке визначення членства, окреслення життєвого циклу членства, щоб пояснити переваги та шляхи розвитку, розуміння та вирішення суперечок, розробку стратегії залучення нових членів та виділення необхідних ресурсів для успішної кампанії з залучення нових членів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ЧЛЕНСТВОМ НЕПРИБУТКОВОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ “М32”

2.1 Підходи до залучення нових членів в неприбуткових громадських організаціях патріотичного спрямування в Україні

Оскільки громадська організація “М32” займається національно-патріотичним вихованням молоді в Україні, розглянемо, що значить виховання у національно-патріотичному дусі [25].

На сайті Міністерства освіти та науки України написано визначення “національно-патріотичного виховання” дітей та молоді – “це комплексна системна і цілеспрямована діяльність органів державної влади, освітніх закладів, громадських організацій, сім’ї та інших соціальних інститутів щодо формування у молодого покоління високої патріотичної свідомості, почуття вірності, любові до Батьківщини, турботи про благо свого народу, готовності до виконання громадянського і конституційного обов’язку із захисту національних інтересів, цілісності, незалежності України, сприяння становленню її як правової, демократичної, соціальної держави. Найважливішим пріоритетом національно-патріотичного виховання є формування ціннісного ставлення особистості до українського народу, Батьківщини, держави, нації.” [26].

Огляд підходів до залучення нових членів в організацію звужуємо до громадських організацій схожого спрямування діяльності на території України. Зокрема розглянемо як залучають нових членів в молодіжну громадську організацію “Пласт – Національна скаутська організація України”, громадську організацію “Національний Альянс” та громадську організацію “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”.

Молодіжна громадська організація “Пласт – Національна скаутська організація України” - є добровільною, неполітичною, позаконфесійною, неприбутковою та незалежною всеукраїнською молодіжною громадською організацією. Громадська організація має на меті сприяти всебічному,

патріотичному вихованню української молоді. Пласт виховує молодь як свідомих, відповідальних і повновартісних громадян місцевої, національної та світової спільноти, провідників суспільства [27].

Пласт в Україні об'єднує близько 10000 членів різного віку. Станом на кінець 2023 року за інформацією зі звітного посту в Інстаграм 567 дорослих (18+) пройшли тренінги для виховників, які відіграють роль менторів та скеровують самостійну дію молоді в корисний напрям [28].

Для досягнення виховних цілей Пласт застосовує власну унікальну методу виховання. Принципи виховної методи Пласту:

- добровільне членство в організації;
- виховання через гру та працю;
- навчання через самоврядування у гуртках;
- пізнання природи та життя у ній;
- підтримка зацікавлень та здібностей дітей і молоді [27].

На відміну від більшості скаутських організацій світу, де членство завершується із досягненням 25-ліття, для членства у Пласті немає обмежень. Умовний віковий поділ передбачає 5 вікових категорій:

- пташата (до 6 років, можуть бути членами Пласту лише разом зі своїми батьками);
- новаки (6-12 років);
- юнаки (12-18 років);
- старші пластуни (18-35 років);
- пластуни-сеніори (від 35 років).

Членство в молодіжній громадській організації “Пласт – Національна скаутська організація України” побудоване наступним чином:

Дійсні члени Пласту - волонтери, від 18 років, які виконали кваліфікаційні вимоги та склали пластову присягу. У Пласті дійсні члени поділяються на дві вікові категорії (улади) Улад Старшого Пластунства та Улад Пластового Сеніорату. Основне завдання цих двох самовиховних уладів - сприяння виховному процесу, що здійснюється в Уладі Пластунів Новаків та Пластунок

Новачок та Уладі Пластунів Юнаків та Уладі Пластунок Юначок. Саме члени Улад Старшого Пластунства та Улад Пластового Сеніорату виконують в Пласті функції виховників, адміністраторів, вони проводять табори та вишколи. Для полегшення цієї роботи вони об'єднуються у курені, кожен із яких має власне спрямування та традиційні акції. Курінь — організація і структурна одиниця Пласту.

Улад Старшого Пластунства – це дійсні члени віком 18-35 років.

Улад Пластового Сеніорату - це дійсні члени віком понад 35 років. В Уладі Пластового Сеніорату існує три ступені дійсного членства, що здобуваються по чергово. Перший ступінь - Пластун сеніор праці, другий ступінь - Пластун сеніор довір'я, та третій ступінь - Пластун сеніор керівництва.

Улад Пластунів Юнаків та Улад Пластунок Юначок - старший улад дітей віком 12-17 років.

Улад Пластунів Новаків та Пластунок Новачок - улад дітей віком 6-11 років.

Улад Пластових Пташат - улад дітей віком до 6 років.

Прихильники Пласту - кандидати в дійсні члени, від 17 років, до яких ставиться ряд кваліфікаційних вимог для їх прийняття в дійсні члени Пласту.

Приятелі Пласту – особи віком понад 18 років, які визнають користь пластової ідеї і допомагають Пласту у його діяльності.

Добродії Пласту – особи, які жертвують на цілі Пласту значні кошти або майно.

Почесні члени Пласту – особи, які здійснили вагомий внесок у розвиток Пласту та втілюють пластові ідеали у суспільному житті [29].

Виховники - особи, які працюють з дітьми, сприяють їм у самовихованні та саморозвитку особистості. Вони зорганізовані в окремих кадрах (об'єднаннях) виховників: для наймолодшого уладу 6-11 р.. - новацтва, і старшого уладу дітей віком 12-17 р. – юначтва. Третя кадра - Кадра виховників Пташат (дітей віком до 6 років) формується з-поміж батьків цих дітей.

Інструктори – особи, які володіють необхідними спеціалізованими знаннями та вміннями, здобутими на профільних вишколах, чи у закладах профільної освіти, що підтверджено відповідними посвідками, дипломами, сертифікатами. Інструктори здійснюють навчання, проводячи спеціалізовані вишколи, інструктажі та гутірки відповідно до свого профілю.

Адміністратори - це члени організації віком від 18 років, що дають можливість дітям та молоді брати участь в пластовій програмі; підтримують волонтерів в їх ролях і функціях; беруть участь в роботі організаційних структур. Адміністративна робота у Пласті ведеться через: міжнародну, пресслужбу, фінансово-господарську, кадрово-вишкільну, юридичну, медичну та інші служби. В такому випадку, слово "адміністратор" означає ту роль або функцію, яку вони виконують від імені організації. Наприклад, гніздовий або зв'язковий (головний виховник об'єднання декількох груп дітей) не потрапляють під це визначення. Однак, якщо у них є інша роль або функція, про які зазначалося вище, вони можуть потенційно називатися адміністраторами. Адміністративні посади можуть займати як волонтери, так професійні працівники.

Професійні працівники - це люди, найняті за заробітну плату працювати в організації, виконуючи певні ролі та функції на професійних засадах. Це члени організації, що склали пластову присягу, чи професійні працівники, що не склали присяги, але віддані місії і цінностям Пласту, а також пріоритетам (стратегії) організації [29].

Волонтерами Пласту можуть бути люди віком від 17 років, громадяни України, громадяни інших держав та особи без громадянства, які проживають в Україні на законних підставах. Волонтерство в Пласті добровільне, індивідуальне та фіксоване. Долучаючись до організації спершу волонтер отримує ступінь Прихильника/ці Пласту (заповнивши заяву вступу через систему EPast), а згодом ступінь Дійсного члена/кині організації (по досягненню 18 р./опісля виконання кваліфікаційних вимог). Як волонтер в Пласті можна, окрім основної роботи з дітьми, взяти участь у різноманітних тренінгах та

проєктах. Завдяки цьому можна здобути навички роботи в команді, роботи з дітьми, мати можливість взяти участь у спеціалізованих навчальних заходах [29].

Перейдемо до порівняння Пласту з ГО “МЗ2”. Обидві організації працюють у напрямку патріотичного виховання молоді України, проте Пласт має власну методику виховання, прописану структуру членства в організації та необмежений вік долучення до діяльності організації. У громадській організації “МЗ2” долучення можливе, якщо молодій людині 14 і більше років, структура прописана у внутрішніх політиках, але важливі моменти передаються усно. Спільним є те, що в обох організаціях не висвітлено інформацію про можливості членства у соціальних мережах, у Пласті є на сайті часткова інформація, проте деталі про ієрархію членства відсутні. Діяльність Пласту поширена на всю територію України, в той час, як ГО “МЗ2” працює з молоддю в Білоцерківській громаді.

Розглянемо громадську організацію “Національний Альянс” та як залучають нових членів до неї. Громадська організація “Національний Альянс” - всеукраїнський молодіжний рух, який був заснований 2005 року та об'єднав окремих активістів Помаранчевої революції, та молодіжні середовища в більшості регіонів України. Громадська організація створена на честь подвигу учасників бою на станції Крути, що стали зразком для зародження нового патріотичного руху. “Національний Альянс” - молодіжна громадська організація, яка стоїть на засадах українського націоналізму, християнських цінностей і здорового способу життя. Метою організації є плекання нового покоління української еліти для розбудови української національної держави [30].

Про структуру організації йдеться у їхньому дописі в соціальній мережі Інстаграм за листопад 2023 року (рис. 2.1). Найвищою посадою є Голова “Національного Альянсу”, після голови є три заступники голови, тобто провід організації, далі йдуть голови осередків та члени осередків. Члени альянсу мають наступні рівні: найвищим рівнем вважається старший член “Національного Альянсу”, після нього йде член “Національного Альянсу”, далі йде прихильник

“Національного Альянсу”, а перед тим, як стати членом ГО “Національний альянс”, учасник заходів ГО, який виявив інтерес приєднатися до її діяльності, стає прихильником “Національного Альянсу”. Найнижчим в цьому ранжуванні є статус друга організації та учасника заходів [30].



Рис. 2.1. Рівні членства у громадській організації “Національний Альянс”

Джерело: [30]

У дописі також надається пояснення статусів системи членства в ГО “Національний Альянс”:

Учасник заходів - будь-хто, хто побував на заході ГО “Національний Альянс”.

Друг організації - людина, яка не є в організації, але їй імпонують ідеї громадської організації і вона відвідує заходи, долучається ресурсом чи порадами.

Прихильник - людина, яка виявила бажання долучитися до організації, заповнила карту прихильника, доєдналася до одного з осередків, вишколюється і виконує поставлені їй завдання.

Член організації (найдієвіший рівень в організації) - це прихильник, який набрався досвіду, має корисні навички у різних сферах діяльності організації, здав вишкільну карту для проводу і організував захід від ГО “Національний Альянс”.

Старший член організації - людина, яка відповідає за важливі процеси в організації, готова брати більшу відповідальність, здала карту Старшого члена організації, може потрапити у провід організації [30].

Варто також зазначити, що у шапці профілю сторінки організації в Інстаграм є посилання на публічну гугл-форму, яку заповнюють ті, хто бажає стати членом організації [31]. Після заповнення проводять бесіду про організацію та доєднують до неї. Пізніше, при певних досягненнях можна заповнювати картку члена організації.

За схожим напрямом діяльності, якою займається ГО “М32”, працює всеукраїнська громадська організація “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”. Створена у 2001 році організація ставила перед собою такі цілі: пошук, згуртування та вишкіл молодих націоналістичних кадрів. За роки свого існування громадська організація виробила беззаперечну репутацію в площині національно-патріотичного виховання. Як послідовники ініціативи “Організації Українських Націоналістів”, організація працює над розбудовою української самостійної соборної держави, плекає чесноти та риси характеру справжніх націоналістів [32].

У буклеті всеукраїнської громадської організації “Молодіжний Націоналістичний Конгрес” можемо дізнатися наступне: це мережева організація, яка залучає молодь до громадської діяльності, використовуючи для цього внутрішню систему вишколу членства та діяльність в осередках “Молодіжного Націоналістичного Конгресу” [33].

Молоді люди є активними членами організації, в середньому протягом 4-5 років. Цього часу достатньо, щоб пройти вишкіл, сформувати свою громадянську позицію, набути досвіду роботи в локальних та національних

ініціативах, віднайти мотивацію опікуватися одним із напрямків української справи в дорослому житті.

Вишкільна система організації передбачає рівневість членства, яку проходить молода людина, перебуваючи в організації. Внаслідок реалізації вишкільної системи відбувається селекція людей, які поділяють цінності організації, та відповідально працюють для їх втілення. Проводиться навчання та перевірка знань, умінь та навичок, необхідних молодому націоналісту-державотворцю [33].

Ось таке ранжування має всеукраїнська громадська організація “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”:

Прихильник. Людина, яка тільки вступила в організацію, і ознайомлюється з діяльністю організації. Прихильник долучається до роботи організації і своєю працею та ініціативністю підтверджує бажання стати членом ГО “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”.

Кандидат у дійсні члени. Член організації, який підтвердив набуття статусу відповідною роботою та рівнем знань. Кандидат у дійсні члени здобув певний досвід роботи в організації, володіє базовими знаннями історії та ідеології українського націоналістичного руху, політичної ситуації в Україні та історії організації, а також пройшов табір 0-го рівня, який перевіряє здатність людини діяти в команді, лідерські якості та спроможність вийти із зони комфорту.

Дійсний член МНК. Член організації, який взяв на себе повноту відповідальності за діяльність та розвиток організації. Щоб стати дійсним членом, кандидат повинен проявити себе активним та відповідальним, зокрема реалізувати власний суспільно-корисний проєкт чи важливу ділянку організаційної роботи, володіти знаннями з ідеологічного, політичного та організаційного вишколу ГО “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”, пройти базовий військовий вишкіл, табір “Відвага ім. І. Гавдиди” та табір 1-го рівня, який перевіряє особливості характеру людини. Дійсні члени мають можливість

здобути досвід керівництва - бути членами Проводу осередку, керівниками, працювати в Секретаріаті регіонального чи всеукраїнського рівня.

Провідний член. Дійсні члени, які здобули авторитет в організації, можуть стати членами керівних органів організації та здійснювати стратегічне й тактичне управління на всеукраїнському рівні. Для навчання та перевірки провідницьких якостей дійсних членів ГО “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”, проводяться табори 2-го рівня.

Почесний член. Звання Почесного члена надається за особливі заслуги перед МНК спеціальним рішенням Центрального Проводу організації [33].

Схожостей ГО “М32” з ГО “Молодіжний Націоналістичний Конгрес” та ГО “Національний Альянс” більше ніж з Пластом. Всі три організації працюють за напрямком національно-патріотичного виховання молоді України. В усіх 3-х організаціях є статус прихильника перед тим як стати повноправним членом організації, організації ведуть активно сторінки у соціальній мережі Instagram, проте у ГО “Національний Альянс” у Київському підрозділі висвітлюється система членства, а у ГО “Молодіжний Націоналістичний Конгрес” та ГО “М32” такої інформації немає. Активної інформаційної роботи саме по залученню в члени не ведеться в організаціях. ГО “Національний Альянс” та ГО “Молодіжний Націоналістичний Конгрес” працюють в інших областях України, в той час, як громадська організація “М32” працює тільки в Київській області.

2.2 Загальна характеристика діяльності та членства неприбуткової громадської організації “М32”

Громадська організація “М32” - білоцерківська громадська організація, що займається національно-патріотичним вихованням молоді. Гасло організації: “Хай живе Вільна Україна!”

Мета організації - формувати генерації освічених, успішних, дієвих українців, які розбудовують державу на ідеях українського націоналізму [34].

Члени організації мають на меті:

- бути носіями та творцями української ідентичності;

- виховувати власним прикладом відповідальну, рішучу, творчу та ідейну молодь;

- творити нову українську політичну культуру прийняття рішень на місцевому та центральному рівнях;

- посилювати національну безпеку та захищати українське;

- співпрацювати та зміцнювати державні інституції.

Основні напрямки діяльності ГО “МЗ2”:

- виховання та вишкіл молоді (гутірки, ватри, Теренова гра “Герць” ім. Героїв 72-ї ОМБр, буткемпи, мандрівки, тренування з тактики та військові інтенсиви);

- громадська діяльність;

- волонтерська робота;

- ведення інформаційних ресурсів та пропагандивна робота (гутірки).

Організація має внутрішній документ, який має назву “Методичка “МЗ2” [34]. Крім інформації про громадську організацію, також міститься інформація про визначення та витоки українського націоналізму, міститься Катехизис Українського Націоналіста та список рекомендованої літератури до прочитання. Важливим є **декалог** (10 заповідей Українського Націоналіста), який мають розуміти та знати потенційні члени ГО перед тим, як їх кандидатуру схваллять:

1. Здобудеш Українську Державу, або загинеш в боротьбі за Неї.

2. Не дозволиш нікому плямити слави, ні честі Твоєї Нації.

3. Пам’ятай про великі дні наших Визвольних змагань.

4. Будь гордий з того, що Ти є спадкоємцем боротьби за славу Володимирового Тризуба.

5. Пімстиш смерть Великих Лицарів.

6. Про славу говори не з тим, з ким можна, а з ким треба.

7. Не завагаєшся виконати найнебезпечнішого чину, якщо цього вимагатиме добро справи.

8. Ненавистю і безоглядною боротьбою прийматимеш ворогів Твоєї Нації.

9. Ні просьби, ні грозьби, ні тортури, ані смерть не приневолять Тебе виявити тайни.

10. Змагатимеш до поширення сили, слави, багатства й простору Української Держави [35].

Відповідно до статуту організації управління здійснюється на засадах демократизму, гласності, виборності органів управління, підпорядкованості і виконавчої дисципліни, із врахуванням регламентуючих документів організації [36, с. 5].

Органами управління організацією є: Загальні збори членів організації, Провід та Голова організації. Провід організації є керівним органом організації на період між загальними зборами, обирається терміном на 5 років та виконує функції з управління його поточною, організаційною діяльністю. Серед компетенцій Проводу є: організація виконання рішень Загальних зборів; підготовка та подання рекомендацій Загальним зборам щодо визначення основних напрямків діяльності організації, затвердження планів і звітів про їх виконання, інших пропозицій з питань діяльності організації; підготовка річних звітів з діяльності організації, звітів з виконання програм та проєктів та подає їх на затвердження Загальних зборів. Голова організації здійснює оперативне управління справами, майном та коштами організації в межах, встановлених статутом, Загальними зборами та Проводом і в межах своєї компетенції і повноважень забезпечує виконання їх рішень [36, с. 5].

Ієрархія, яка існує в організації: кожен, хто відвідав хоч раз захід, який провела організація, може проявити цікавість щодо долучення до інших заходів, отримує статус прихильника. Прихильник має періодично відвідувати активності ГО, активний в соціальних мережах - коментує, ділиться новинами організації, а також в майбутньому має бажання долучитись до команди "М32".

Статус дійсного члена організації можна отримати, якщо прихильник відвідав не менше 3-х заходів, зрозумів та вивчив декалог, з підтримкою ментора організував захід, веде здоровий та активний спосіб життя, розділяє та плекає

цінності націоналізму, сприяє розвитку та популяризації організації серед загалу [37].

Згідно зі статутом організації, прийняття у члени ГО здійснюється на підставі письмової заяви на ім'я Голови Проводу за рішенням Проводу організації, яке приймається протягом місяця з дня подання відповідної заявки [36, с.4].

Дійсні члени організації також можуть обрати собі посаду та напрям діяльності в ГО: референт по роботі з прихильниками, вишкільний референт, інформаційний референт та референт по волонтерській та громадській діяльності. До обов'язків референта по роботі з прихильниками входить: ведення чату з прихильниками; бути ментором для них – допомогти з вивченням ідеологічної інформації організації, з організацією заходу, давати відповіді на питання, координація охочих стати «прихильником» та проведення заходів для них. Вишкільний референт займається пошуком можливостей та тренерів для проведення тренувань та вишколів, постійно покращує своє розуміння військової справи та відповідає за поліпшення військових навичок особового складу. Комунікаційний референт серед своїх обов'язків має вести соціальні мережі організації, розповсюджувати інформацію про проведення заходів, створювати чати перед проведенням заходів та координувати зголошених учасників заходів, фотографувати заходи та збирати відгуки в учасників. За волонтерський та громадський напрямки відповідає референт, до обов'язків якого входять: проведення благодійних заходів для збору коштів на підтримку українській армії, пошук тих, кому потрібна допомога волонтерів, постійно моніторити місцеві події, щоб долучатись чи ініціювати акції дотичні до діяльності організації, створювати інформаційні афіші та розклеювати їх по місту [37].

Також наводимо статистику відвідуваності заходів в організації за 2023 рік:

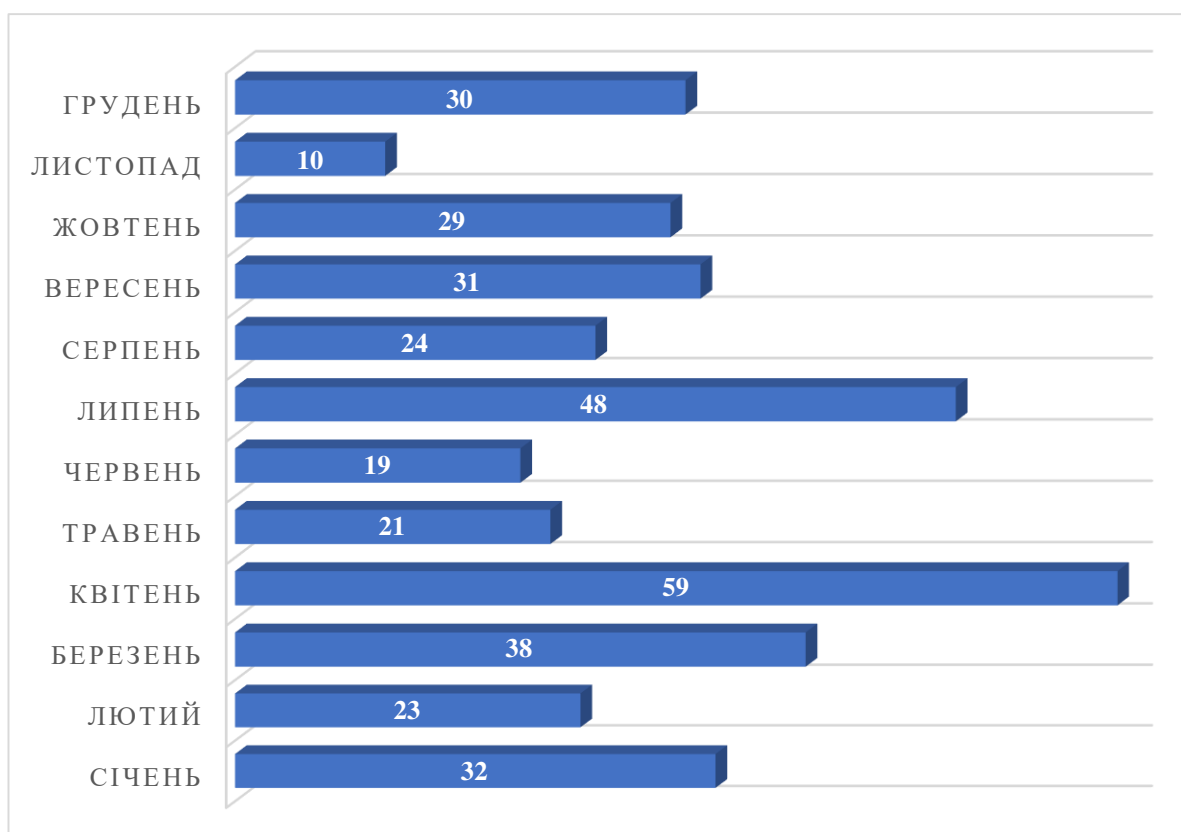


Рис.2.2. Відвідуваність заходів в ГО "М32" у 2023 році

Джерело: розроблено автором за [38]

У 2023 році відвідуваність заходів, організованих ГО "М32", була різною протягом року. Найвища явка спостерігалася у квітні - 59 учасників, за нею йшов липень - 48 учасників. У березні також була відносно вища відвідуваність - 38 осіб. І навпаки, червень і травень мали найнижчу відвідуваність - 19 і 21 учасник відповідно. В листопаді було зафіксовано найнижчу відвідуваність - лише 10 осіб. Ці цифри свідчать про нестабільність залучення та інтересу до заходів організації. На це можуть впливати такі фактори, як зміст програми, час проведення або інформаційно-просвітницькі стратегії.

2.3 Дослідження ролі статусу членства серед прихильників громадської організації "М32"

Після спілкування з головою та проводом громадської організації "М32" зазначили проблему в тому, що прихильники не поспішають ставати повноцінними членами організації. На основі гіпотези, яку винесли, було розроблено дослідження ролі статусу членства серед прихильників ГО "М32".

Гіпотеза була наступна: про членство в організації до кінця не чітко прокомуніковано, тому воно незрозуміле для тих, хто має бажання долучитися; також в тій комунікації, яка ведеться щодо членства (усна та в закритому чаті серед прихильників у чаті Телеграм), йдеться про його умови та відповідальність, яка до кінця незрозуміла та демотивує ставати членом ГО “МЗ2”.

Дослідження пройшли 25 прихильників анонімно у період з 14 по 18 грудня 2023 року у Білоцерківській міській територіальній громаді. Була створена гугл-форма з питаннями відкритого та закритого типу з вибором чи ранжуванням. Розроблений опитник голова громадської організації поширила у закритому чаті в Телеграм серед спільноти активних прихильників. Через низьку активність заповнення опитника, голова громадської організації особисто надіслала кожному прихильнику, який не належить до чату спільноти, але підтримує зв'язок з організацією та нечасто відвідує її заходи чи бере участь в їх проведеннях. Таким чином була досягнута цифра 49 серед кількості тих, до кого звернулися з проханням пройти опитування та пройшло опитування безпосередньо 25 респондентів.

Щоб зрозуміти основну цільову аудиторію тих, хто може стати потенційними членами організації, ми запитали про вік, стать, освіту (останній здобутий рівень) та статус зайнятості. Вік, який переважає серед прихильників – 14-17 років, 44% (11 з 25 опитаних). На другому місці 18-24 роки, 36 % (9 з 25 респондентів) та решта 20% (5 з 25) - 25-34 роки. Ці дані демонструємо на наступному рисунку:

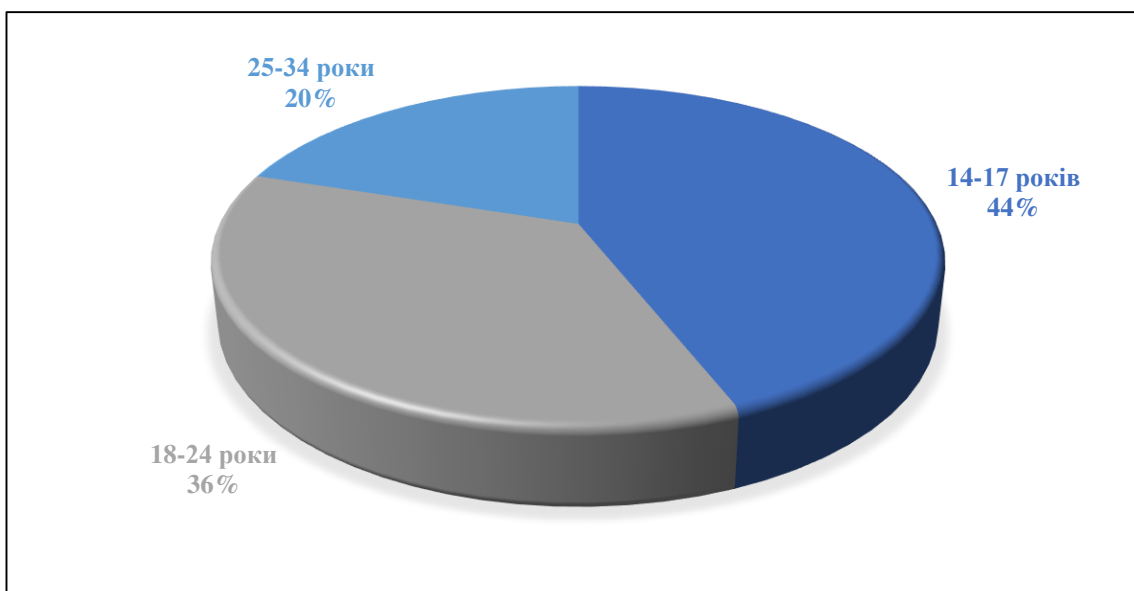
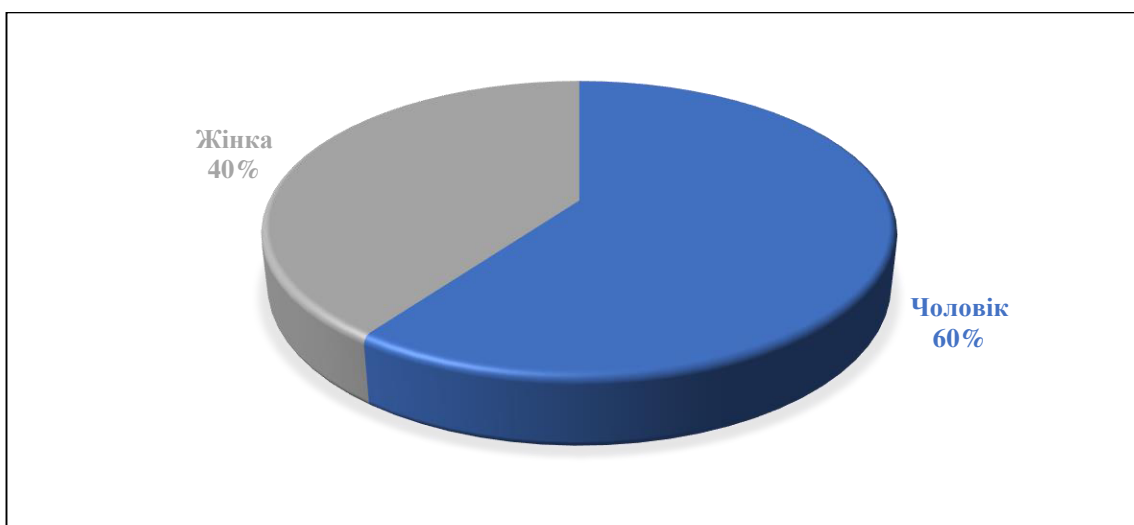


Рис.2.2. Вік прихильників ГО "М32"

Джерело: власна розробка автора

Серед опитаних прихильників бачимо, що переважна більшість це чоловіки 60% (15 з 25 опитаних), а жінок менше – 40% (10 з 25). Це співвідношення відображено на наступному рисунку:

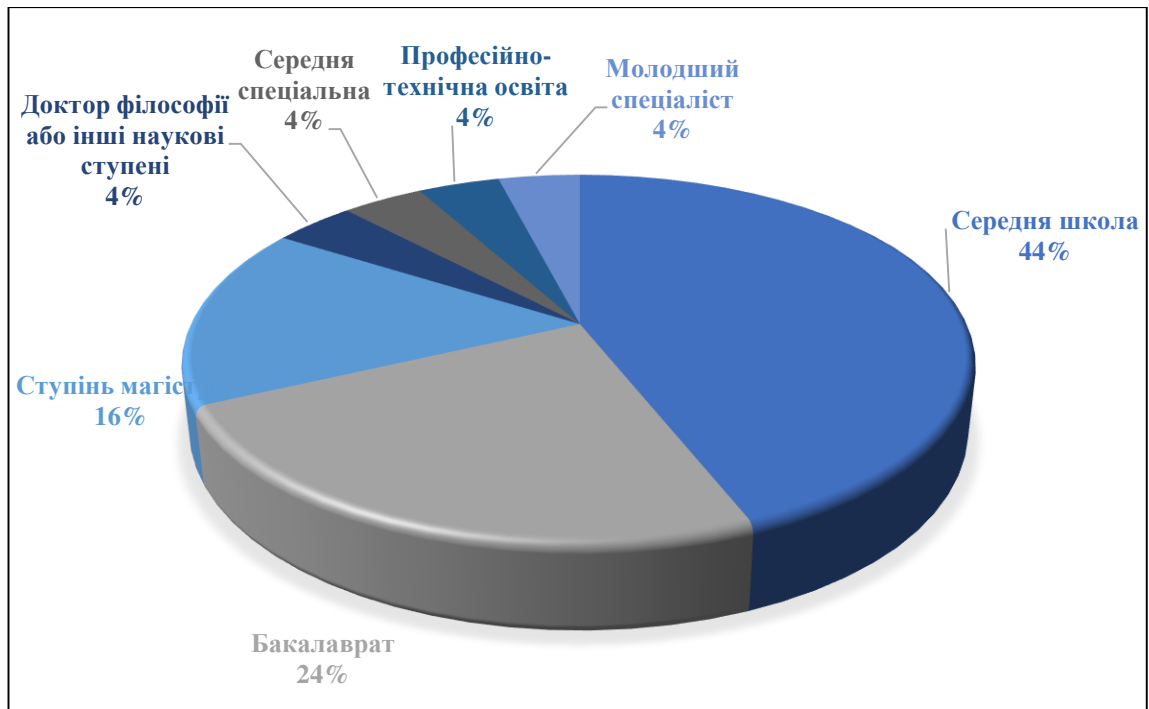


2.3. Стать прихильників громадської організації "М32"

Джерело: власна розробка автора

Щодо останнього здобутого освітнього рівня, бачимо, що переважає середня школа 44% (11 з 25 опитаних), далі маємо 24% бакалаврів (6 з 25 респондентів) та 16% (4 з 25 прихильників) мають ступінь магістра. По 4% (1 респондент) мають такі категорії як доктор філософії або інші наукові ступені,

середня спеціальна освіта, професійно-технічна та молодший спеціаліст відповідно. Ці дані бачимо на наступному рисунку:



2.4. Освіта прихильників ГО “МЗ2”

Джерело: власна розробка автора

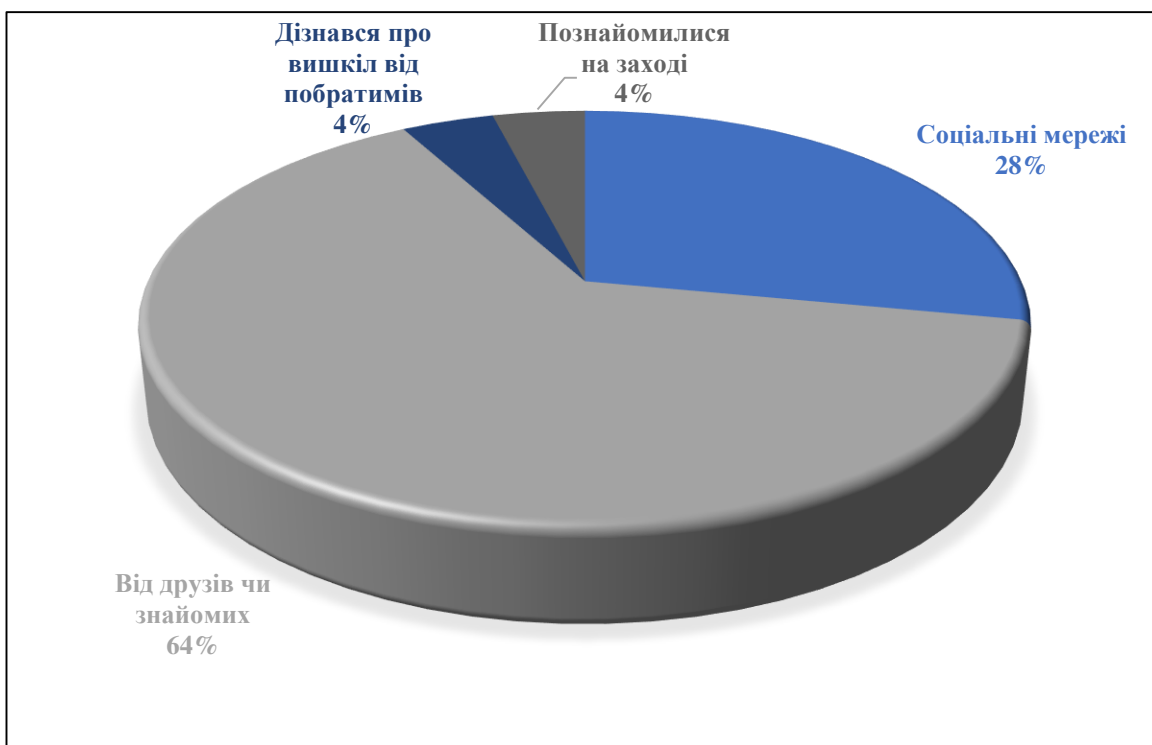
Щодо статусу зайнятості, найбільше маємо прихильників, які працюють – 48% (12 з 25 опитаних), 28% (7 з 25 респондентів) є студентами, 20% (5 з 25 прихильників) є школярами та 1 опитаний служить в лавах Збройних Сил України. Ці дані продемонстровані в наступному рисунку:



2.5. Зайнятість прихильників громадської організації "МЗ2"

Джерело: власна розробка автора

У наступному блоці питань досліджували мотивацію до вступу у громадську організацію "МЗ2". Одним з питань було про, те як респонденти вперше дізналися про організацію. 64% (16 з 25 опитаних) дізналися від друзів чи знайомих, через соціальні мережі приєднались до заходів ГО "МЗ2" 28% опитаних (7 з 25 респондентів), 4% (1 опитаний) дізналися про вишкіл від побратимів та 4% (1 опитаний) познайомилися на заході. Цю інформацію знайдемо на наступному рисунку:



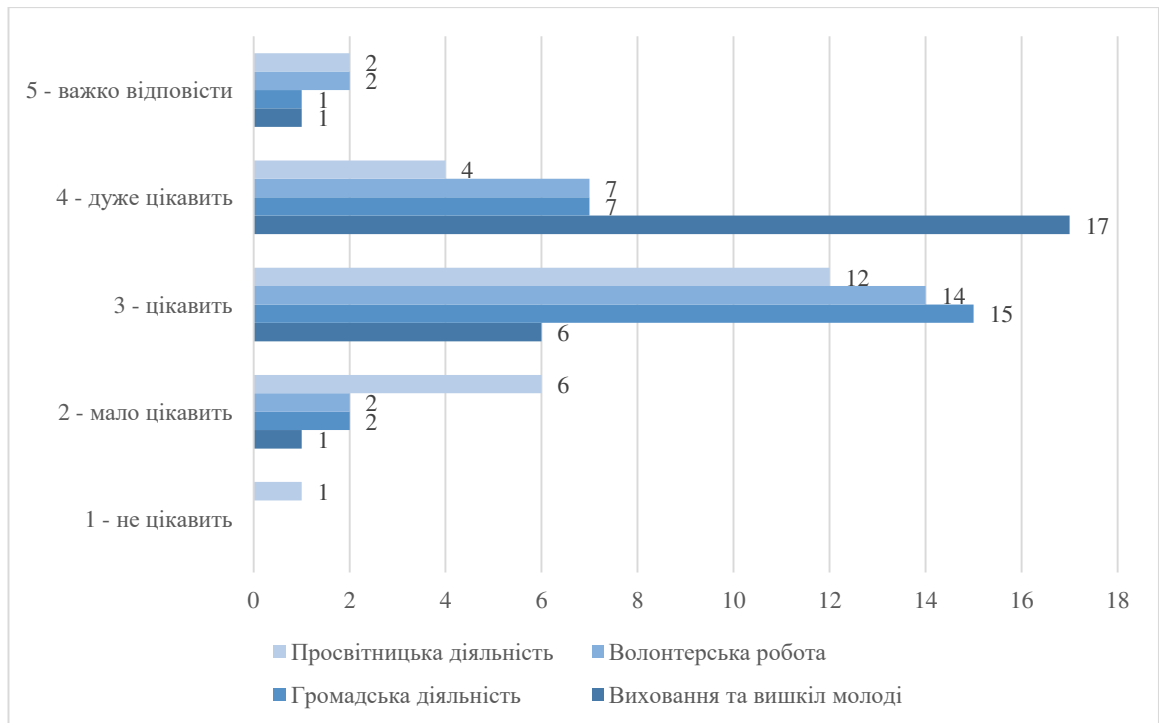
2.6. Як вперше дізналися про громадську організацію “М32”?

Джерело: власна розробка автора

У відкритому питанні про те, що в організації найбільше сподобалося прихильникам, 10 респондентів відзначили вишколи, 5 опитаних вказали атмосферу на заходах, а також 5 прихильників написали про нові знання та навички.

За допомогою ранжування в закритих питаннях з відповідями на вибір дослідили зацікавленість прихильників такими напрямками діяльності організації: виховання та вишкіл молоді, громадська діяльність, волонтерська робота та просвітницька діяльність. Ранжування мало наступні бали та розшифрування: 1 – не цікавить, 2 – мало цікавить, 3 – цікавить, 4 – дуже цікавить, 5 – важко відповісти. Отож, 23 опитаних найбільше цікавить напрям виховання та вишколу молоді, напрямом громадської діяльності цікавиться 22 опитаних, 21 респондент зацікавлений у волонтерській роботі і найменше цікавляться просвітницькою діяльністю – тільки 16 опитаних. Проте ми можемо тут спостерігати, що більшу частину “прихильників” цікавлять всі 4 напрямки діяльності організації. Тільки один респондент відповів, що не цікавиться таким

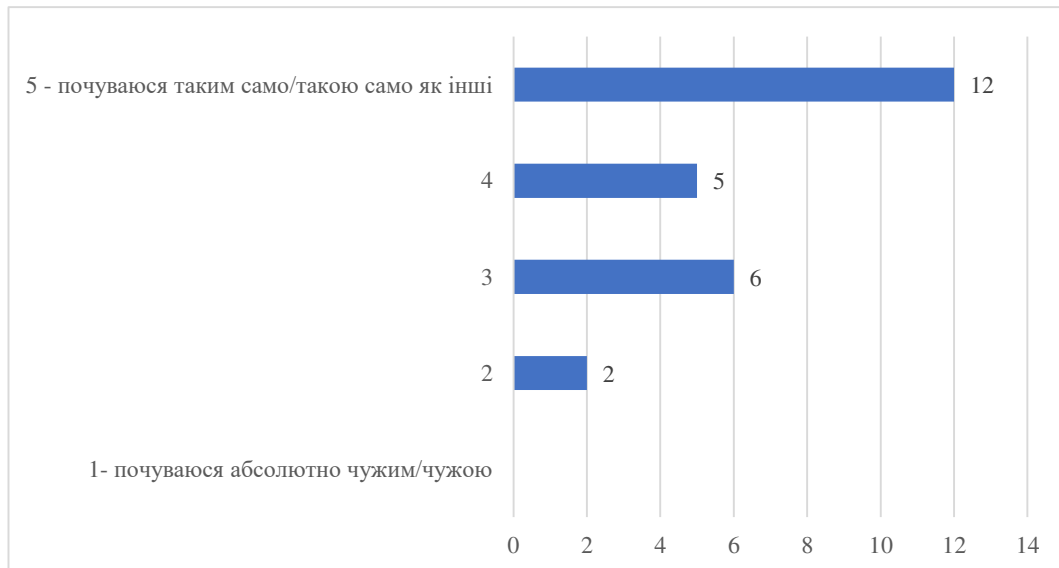
напрямок як просвітницька діяльність. Наводимо нижче порівняльний графік всіх відповідей:



2.7. Зацікавленість прихильників в напрямках діяльності ГО “МЗ2”

Джерело: власна розробка автора

Додатковим також поставили закрите питання про відчуття приналежності на подіях від організації, де було ранжування від 1 до 5, де 1 – почуваюся абсолютно чужим чи чужою та 5 – почуваюся таким само чи такою само як інші. Серед опитаних 48% (12 з 25 “прихильників”) поставили відмітку 5 балів та відмітку 4 бали поставили 20 % (5 з 25 респондентів). Відмітка в 3 бали стоїть у 24% опитаних (6 з 25 “прихильників”) та 2 бали поставили 8 % (2 респонденти). Тобто приблизно третя частина опитаних почуває себе на 2 чи 3 з 5, в той час, як 17 опитаних поставили відмітки 4 та 5 та почувають себе такими само як інші. Серед тих, хто поставив відмітку в 3 бали, у додаткових коментарях один респондент написав про те, аби почуватись “серед своїх” варто прожити певний досвід разом, а інший лишив коментар про потребу в соціальних заходах, де можна практикувати роботу в парах та навчати поваги до оточення. Для візуалізації вищенаписаного демонструємо наступний рисунок:



2.8. Як ти себе почувашш на подіях від ГО “М32”?

Джерело: власна розробка автора

На питання про бажання стати членом громадської організації “М32” в майбутньому 72% (18 з 25 прихильників) опитаних відповіли “так”, в той час, як відповідь “ні” поставили 28% (7 з 25 прихильників) респондентів. Після цього питання відбувся розподіл на два напрямки питань: для тих, хто відповів “так” та для тих, хто відповів “ні”. Для тих, хто відповів “так”, наступним питанням було про членство, а саме чому вони ще не стали членами організації. Для вибору було надано 4 варіанти відповідей та 5-та відкрита, де можна написати власну відповідь. Респонденти могли обрати декілька відповідей, які підходять для них. Ми отримали наступні результати: 11 з 18 опитаних обрали відповідь “Мені не вистачає досвіду організації подій”, 5-ро опитаних не розуміють систему членства, а 4-ро не знали про цю можливість. Один респондент уже є членом ГО “М32”, а двоє в процесі подачі заявки на членство. Ще один опитуваний зазначив про брак часу через зайнятість у волонтерському фонді та ще один “прихильник” вказав, що має недостатній вік для членства. У наступному графіку можемо побачити вищенаписані дані:

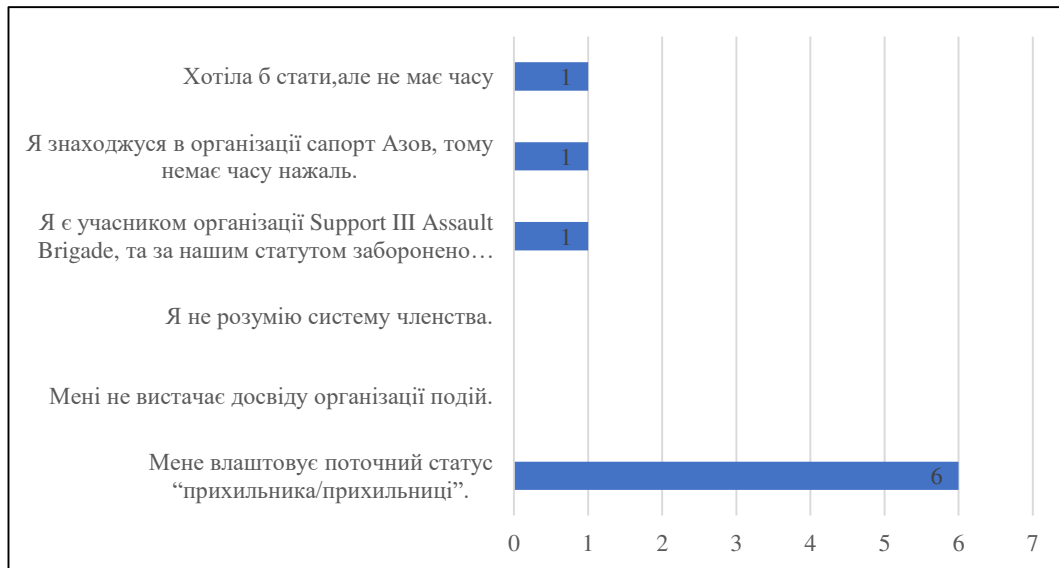


2.9. Чому ти ще не став членом громадської організації “М32”?

Джерело: власна розробка автора

На відкрите питання про те, що таке членство для 18 прихильників, які відповіли “так” на питання про бажання стати членом ГО “М32”, 6 опитаних написали про відповідальність за свою діяльність в організації, 7 опитаних також вказало про важливість команди та роботи в ній.

Відповідь “ні” обрали 7 опитаних з 25. Для них було поставлене питання про те, чому вони не хочуть ставати членами організації. Серед 3-х запропонованих відповідей “прихильники” могли обрати декілька, а також написати власну відповідь у запропонованій опції. Влаштує поточний статус прихильника 6 опитаних, 2 через зайнятість в іншій організації не мають змоги долучитись та 1 не має часу для повноцінного членства. Ці відповіді нам демонструє наступний графік:



2.10. Чому ти не хочеш стати членом ГО "М32"?

Джерело: власна розробка автора

На відкрите питання про конкретні побоювання чи бар'єри, що заважають стати членом ГО "М32", 1 опитаний вказав, що бракує навичок роботи з учасниками заходів, ще один респондент зазначив, що не має бажання бути членом будь-якої організації. Інші відповіді дублюють обрані відповіді у попередньому питанні.

Переходячи до інтерпретації, слід зауважити, що гіпотеза про те, що про членство в організації до кінця не чітко прокомуніковано, тому воно незрозуміле для тих, хто має бажання долучитися, частково підтвердилася. Серед тих, хто відповів "так" щодо питання про бажання стати членом громадської організації, виявилось, що 4 респонденти не знали про цю можливість, а для 5 прихильників є досі не зрозуміла система членства, тож це свідчить про те, що організація нечітко комунікує та рідко висвітлює інформацію щодо можливостей стати членом ГО "М32" та яка сама по собі система членства. Варто також зазначити, що 11 опитаним не вистачає досвіду організацій подій, а це більш ніж половина тих, хто готовий стати членом організації. Частково це може бути також слабка комунікація щодо того як саме прихильники можуть спробувати себе в організації заходів. Виникає також питання чи варто повністю давати під відповідальність організацію такого заходу тому, хто тільки був учасником і не має досвіду з проєктного менеджменту та лідерства, якщо це може навпаки

відлякати чи демотивувати прихильників, яким буде більш комфортний статус, в якому вони знаходяться через покладання на них досить високої відповідальності за організацію заходу самостійно.

Серед тих, хто відповів “ні” на питання про бажання стати членом громадської організації “МЗ2”, 6 з 7 респондентів влаштовує поточний статус, 1 відповідь стосується роботи з групою людей, її мотивація та лідерство. 2 прихильники мають членство в інших організаціях та 1 опитуваний зазначив про небажання бути членом певної організації. З таких відповідей можна зробити висновок, що організації варто вести комунікацію про переваги членства для тих, кого влаштовує поточний статус.

Серед напрямків діяльності організації, які найвище оцінили прихильники бачимо, що найбільше цікавляться вихованням та вишколами, на другому місці маємо громадську діяльність та волонтерську роботу на третьому. Саме на ці напрямки, щоб підтримувати інтерес учасників та заохочувати до проактивності в організації, варто звернути увагу організаторам та поступово залучати до якогось з етапів планування чи реалізації заходів прихильників, тим самим навчаючи їх на практиці та підтримуючи у виконанні невеликих завдань.

Отже, у контексті того, що місією громадської організації “МЗ2” є національно-патріотичне виховання молоді України, огляд підходів до залучення нових членів звужується до огляду організацій зі схожою діяльністю. Метою дослідження було надати уявлення про стратегії залучення молоді, яка прихильна до виховання національних та патріотичних цінностей серед української молоді. Найбільш розробленою системою членства можна вважати громадську організацію "Пласт - Національна скаутська організація України". Проте деякі категорії не можуть підійти для наслідування в ГО “МЗ2”, оскільки віковий поріг в Пласті нижчий від 14 років. За своєю діяльністю найбільше схожі дві інші організації, які ми оглядали. Вони теж мають статус “прихильника” перед тим як стати повноправним членом організації.

Щодо ГО “МЗ2”, найважливішими критеріями, якими послуговуються при прийнятті в члени організації є участь прихильників у вишколах, організація

заходів з невеликою підтримкою та знання декалогу. Наразі 25 прихильників пройшли опитування. Була сформульована гіпотеза перед початком опитування, що інформація про членство в організації та його переваги поширюється неефективно. Ця гіпотеза підтвердилася, тому покращення комунікації щодо можливостей членства стало до розгляду на формування рекомендацій. Також при опитуванні було виявлено, що є значна кількість прихильників, які не можуть самостійно організувати заходи, оскільки не мають основних знань та навичок з проєктного менеджменту.

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛУЧАТИ НОВИХ ЧЛЕНІВ

3.1 Загальні рекомендації щодо посилення спроможності організацій залучати нових членів.

Наступні рекомендації будуть помічними для тих громадських організацій, які нещодавно створені чи працюють 2-3 роки з молоддю віком 14-35 років у напрямку національно-патріотичного виховання. При формуванні цих рекомендацій враховувались результати дослідження, проведеного з прихильниками громадської організації “М32” та аналізу системи членства трьох організацій, які працюють в напрямку патріотичного виховання з молоддю, а також поради та рекомендації на різних онлайн-платформах.

Рекомендуємо наступні пункти:

Розробити програму залучення нових членів.

Є три кроки “лійки членства”, яка показує повну картину залучення нових членів у неприбутковій громадській організації [39].

Крок 1: зловити потенційних членів громадської організації варто через безпосередньо відвідування самого заходу, поширення інформації про заходи та діяльність організації в цілому з вуст у вуста та на онлайн-платформах як власних, так і партнерських.

Крок 2: виховувати потенційних нових членів організації через розсилки електронних листів, особисте запрошення на наступний захід телефоном, повідомлення в чатах груп соціальних мережах.

Крок 3: залучати через переваги членства, наголошуючи на тих, які могли б найбільше привабити потенційних членів організації.

При розробці такої програми, громадській організації варто враховувати наступне:

Рівні членства. Повне членство зазвичай означає велике залучення та зобов’язання перед організацією. Тому модель багаторівневого членства буде

привабливішою для нових людей. Серед її переваг також індивідуалізоване членство, яке відповідає різним потребам та можливостям підтримки.

Ексклюзивність. Що саме громадська організація може запропонувати тільки для її членів, а не для всіх, хто відвідує заходи та не є членом – потрібно створити унікальний продукт чи послугу, яка зможе надаватись тільки виключно членові громадської організації та зможе приваблювати потенційних членів.

Вторинне залучення. Якщо потенційного члена громадської організації не цікавить залучення до основних заходів та подій, тоді варто звернути увагу на те, чому саме ця людина розділяє цінності громадської організації та в який інший спосіб привабливий для неї вона може долучитися до членства та робити власний внесок в успіх діяльності організації.

Використовувати соціальні мережі для залучення.

Кінцевою метою використання соціальних мереж громадською організацією має бути проведення користувача через життєвий цикл прихильника організації, тобто від людини, яка знає про існування громадської організації, до проактивного члена, який готовий на конкретні дії задля блага організації, цінності якої він розділяє [40].

Щоб максимально використати соціальні мережі для залучення потенційних членів громадської організації, варто слідувати наступному алгоритму дій:

1. Визначити аудиторію соціальних мереж, з якою організація взаємодіятиме.

2. Визначити стратегію взаємодії з цією аудиторією, а краще розділити на декілька стратегій, якщо є не одна категорія підписників, з якими відбудуватиметься взаємодія.

3. В залежності від цілей та особливостей діяльності громадської організації варто обирати платформи соціальних мереж, де можна досягнути визначеної аудиторії. Зазвичай це такі соціальні мережі як Інстаграм та Телеграм, які мають велику аудиторію молоді.

4. Розробити план постів фокусуючись на формі та спрямованості контенту. Розуміння частоти викладу таких постів, сторіз чи рілз, вчасно використовувати

інструменти аналітики та вміло користатись інструментами управління соціальними мережами – всі ці складові важливі при впровадженні плану постів у дію.

5. Використання візуального контенту для збільшення відчуття причетності підписників з місією громадської організації. Варто звернути увагу на те, що комунікація про переваги членства теж може відбуватись в інтерактивний спосіб через візуалізований контент та допоможе найкраще достукатися до підписника та спонукати відвідати захід чи розглядати членство в організації.

6. Крім публікацій постів потрібно також урізноманітнити комунікацію з підписниками. Залаштунки роботи під час підготовки до заходів та самої їх реалізації, статистика подана в інтерактивний спосіб, голосування онлайн в підтримку тих чи інших ініціатив створить унікальну атмосферу взаємодії з підписниками, які шукатимуть ще більше навчального чи розважального контенту.

7. Щирість та нативність у дописах та комунікації через профілі у соціальних мережах. Можна також додатково виставляти звітність діяльності організації у відкритий спосіб, лишати контакти чи посилання на форми зворотного зв'язку.

8. Хештеги та їх важливість. Це ще один спосіб збільшити аудиторію, підібравши правильний хештег, роблячи серію постів про членство. Хештег - це слово або словосполучення з ключовим словом, перед яким стоїть символ хешу (#). Він використовується в дописі в соціальних мережах, щоб допомогти тим, хто може бути зацікавлений у конкретній темі, знайти його, коли вони шукають ключове слово або певний хештег. Це допомагає привернути увагу до дописів організації і заохотити до взаємодії [41].

9. Рефлексія та аналіз проробленої роботи, оновлення стратегії роботи із соціальними мережами. Важливо впроваджувати покращення та коригування після аудиту соціальних мереж.

Організовувати просвітницькі ініціативи.

Щоб підвищити обізнаність про громадську організацію та її діяльність, потрібно організовувати заходи та долучатися до програм роботи з громадою. Співпраця з навчальними закладами, місцевим бізнесом, органами влади та знаменитостями підвищить кількість відвідувачів заходів та потенційних членів організації.

Важливо також розвивати стосунки з журналістами та впливовими особами, які висвітлюють теми, пов'язані з діяльністю громадської організації, надаючи їм інформацію про роботу організації. Щоб посилити вплив серед молоді аудиторії, найкраще підійде співпраця з лідерами думок у соціальних мережах, які розділяють цінності громадської організації. Маючи великі охоплення підписників, вони допоможуть поширити повідомлення викликавши інтерес та підтримку громадської організації [42].

Урізноманітнити переваги членства

Серед додаткових переваг, які можна запропонувати членам громадської організації, можуть бути: ексклюзивний доступ до певних подій як власних, так і партнерських організацій, можливості для навчання чи нетворкінгу в самій команді членів організації та з членами партнерських неприбуткових організацій [43].

Перевагою активного членства також може бути володіння брендваною продукцією, яка є власною розробкою громадської організації та це також допоможе поширювати інформацію про саму організацію та привести нових потенційних членів. Варто подавати це як додатковий привілей, а не основний, щоб не перетворювати активне членство лише в ціль здобути подарунки.

Створити інформаційні кампанії про переваги членства

Для тих, хто задоволений своїм нинішнім статусом в організації та не планує стати членом, чи тих, хто вагається, або ж тих, хто ще не чув про такі можливості, варто розробити та втілювати інфокампанії про можливості та переваги членства в громадській організації. Важливо виділяти, як членство в організації може підвищити їхню задоволеність і надати додаткові можливості для особистого та професійного зростання.

Окрім того, неприбутковій громадській організації варто розробити власний комунікаційний мікс для поточної комунікації про переваги членства в організації із вказанням каналів, форматів та інструментів вимірювання. Аналізуючи канали та формати, які уже існують в організації, можна побачити на скільки успішно проходить комунікація з кінцевими бенефіціарами, а також виявити формати, які ще не впроваджені в канали комунікації, але могли б бути не менш ефективними та сприяти розвитку організації [44].

Пропагувати різноманітність та інклюзію.

Робота громадської організації буде більш ефективною, коли її команда відображатиме спільноту, якій вона служить [45].

Залучати членів з різним походженням, забезпечуючи багату та різноманітну членську базу, усуваючи бар'єри для вступу, а також навчати та підтримувати нових членів з нечисленних груп – буде яскравим відображенням прихильності організації до різноманітності та інклюзії.

Громадська організація має розбудовувати відносини з різними спільнотами та активно з ними взаємодіяти забезпечуючи доступність програм та заходів для них.

Організувати заходи від новачків

Для всіх, хто цікавиться проведенням заходів в організації, але не має досвіду, варто проводити тренінги чи майстер-класи з проектного менеджменту та лідерства. Варто також навчати створення, управління, планування, виробництва, нагляду та всій логістиці заходу, від ідеї до запуску, зворотного зв'язку та досягнення мети в тематиці проектного менеджменту [46]. При цьому важливо ділитися прикладами проведених заходів з успішними та неуспішними моментами.

Також слід запровадити поетапний підхід до розподілу обов'язків, щоб учасники могли почати з менших завдань, перш ніж брати на себе більш значущі ролі в організації та реалізації заходу чи невеликого проекту. На всіх етапах можна додати програму з наставництва – об'єднати недосвідчених членів чи волонтерів організації з більш досвідченими членами, де досвідчені члени

організації змогли б направляти та підтримувати тих, хто тільки починає організовувати події.

Варто розробити покрокові інструкції, які описують процес організації заходів. Також надати шаблони для створення онлайн-афіш чи офлайн-афіш для розповсюдження інформації про майбутню подію. Слід не забувати, що для взаємного навчання важливо організовувати збірки, під час яких члени організації ділитимуться своїм досвідом отриманим під час реалізації заходів.

Збирати зворотний зв'язок.

Механізмами для збору відгуків від членів організації про їхній досвід, проблеми та пропозиції можуть бути: онлайн-опитування, фокус-групи, цифрові канали [47]. Варто також збирати зворотний зв'язок з учасників, які періодично відвідують заходи від організації.

Зворотний зв'язок організація потім може використовувати для постійного вдосконалення власних комунікаційних стратегій та ініціатив із залучення членів.

Виразити подяку та визнання за внесок в діяльність організації.

Важливо в першу чергу знати в який спосіб проявити вдячність, оскільки кожна людина по-різному її сприймає. Варто запитати як саме людина хоче, аби її подякували чи якого вона прагне визнання та зробити це вчасно та щиро [48].

Серед подяк та визнання виділимо висвітлення історій успіху та демонстрацію позитивного впливу участі членів в організації - це може надихати волонтерів та тих, хто зацікавлений у членстві в громадській організації. В залежності від платформ, через які організація комунікує, це можуть бути дописи в соціальних мережах з відмітками членів організації, яким дякують чи стаття на сайті. Або ж можна запросити активного члена записати невеликий подкаст про його досвід успішної діяльності в громадській організації. Також варто відзначати подяками, сертифікатами чи рекомендаціями, оскільки досвід громадської діяльності досить цінний, при подачі заявок на освітні програми чи роботу.

Відзначати важливі етапи та досягнення завдяки членству в громадській організації.

Святкування досягнень важливо проводити паралель з цілями та цінностями громадської організації [49].

Саме так можна підкреслити вплив та цінність членства в організації на всю її діяльність. Потрібно також враховувати побажання та ідеї святкування всієї команди, що відобразить культуру та різноманітність команди громадської організації. Варто запросити на такий захід тих, хто не є членами громадської організації, але підтримують її діяльність та розділяють її цінності.

3.2 Рекомендації для громадської організації “М32” щодо посилення спроможності залучати нових членів

Щоб успішно залучати нових членів до організації чи сприяти переходу від статусу прихильника до члена громадської організації, варто врахувати результати дослідження, яке було проведене, а також взяти до уваги аналіз поточної діяльності організації та її активності в соціальних мережах. Розглянемо рекомендації, який ми розробили для ГО “М32”.

Інформаційно-просвітницька робота щодо можливостей та переваг членства у громадській організації “М32”.

Цільова аудиторія, яку слід залучати - молодь у Білоцерківській міській територіальній громаді:

- школярі віком від 14 років;
- студенти коледжів та закладів вищої освіти;
- члени молодіжної ради громади;
- відвідувачі Молодіжного центру міста Біла Церква;
- внутрішньо переміщена молодь;
- молодь з інвалідністю;
- молодь національних меншин.

Важливо зазначити два напрямки – офлайн та онлайн, які організація може використовувати для інформування про членство.

Серед заходів офлайн пропонуємо наступне:

1. влаштувати інформаційні сесії для молоді міста з метою ознайомлення потенційних членів з цілями, цінностями та діяльністю громадської організації, під час яких комунікувати про переваги вступу до організації, а також участь в її ініціативах;
2. брати участь у місцевих заходах для громади, таким чином налагоджуючи зв'язок із ширшою аудиторією;
3. налагодити партнерства із зацікавленими у співпраці школами, коледжами та закладами вищої освіти, а також з єврейською громадою, яка є досить потужною в громаді, громадською організацією “Сонях”, яка опікується внутрішньо переміщеними особами з 2014 року, з громадською організацією “Ми - особливі”, яка працює з молоддю з особливими потребами та інвалідністю (з Молодіжним центром та молодіжною радою ГО “М32” вже тісно та плідно співпрацює). Залучившись їх підтримкою, організувати спільні заходи національно-патріотичного спрямування для молоді освітніх закладів та громадських організацій;
4. об'єднати представників громадського сектору та місцевої влади у спільний захід-нетворкінг, де можна ближче познайомитися із діяльністю один одного та налагодити майбутню співпрацю;
5. влаштувати неформальну панельну сесію запитань та відповідей зі спікерами з інших громадських організацій, які працюють в напрямку національно-патріотичного виховання молоді про їхній досвід членства та його переваги для “прихильників” громадської організації “М32” та тих, кому може бути цікава така тема.

Заходи онлайн, які організація може організувати для інформування про можливості та переваги членства:

1. створити та лишити в закріплених допис в соціальній мережі Інстаграм про систему членства в ГО “МЗ2”;
2. домовитися про спільні дописи в соціальних мережах партнерів організації, в яких розповісти про спільні заходи та саму громадську організацію, посилаючись на її профіль в Інстаграм;
3. створити серію сторіз з інтерактивною розповіддю про систему членства, його переваги та особисті історії успіху чинних членів громадської організації;
4. заохотити членів організації ділитись сторіз та дописами на сторінках власних профілів, а також взаємодіяти з дописами організації, коментуючи їх;
5. зробити декілька стрімів у форматі “на живо” в соціальній мережі Інстаграм з місцевою легендою істориком Віталієм Дрібницею про український народ, його спадщину, розвінчування спотворень історичних фактів. Instagram Live - це функція, яка дозволяє вести пряму трансляцію або транслювати відео для ваших підписників в Instagram в режимі реального часу [50]. Відео в прямому ефірі з'являються поруч з Історіями, трохи вище основної стрічки Instagram;
6. розробити та втілити пілотний проєкт з декількох подкастів на Ютуб на тему історичних витоків гутірок, ватр, теренових ігор, вишколів з істориком Віталієм Дрібницею та запрошеними членами ГО “МЗ2”, які організують та проводять такі заходи в наш час, також долучаючи членів партнерських ГО національно-патріотичного спрямування, які поділяться специфікою їх заходів та проведуть спільні паралелі в таких заходах. Подкаст - це цифровий медіаформат, що складається з аудіо (або відео) епізодів, присвячених певній темі [51]. Такий захід приверне увагу більшої аудиторії та може забезпечити вихід на ще одну інформаційну платформу, на якій можна залучати інших спікерів, які будуть цікаві аудиторії, а також можна

говорити про членство в національно-патріотичних організаціях у контексті.

Вступ в організацію.

Ми пам'ятаємо, що перш ніж стати членом громадської організації “МЗ2” потенційний член проходить етап, на якому він є у статусі прихильника. Ми рекомендуємо чітко окреслити умови, при яких людина лишається все ще прихильником чи може набувати статусу членства та прописати ці умови у внутрішніх політиках організації, особливо наголошуючи про важливість участі у вишколах та знання декалогу, які організація вважає найважливішими критеріями при розгляді кандидата на вступ.

Тепер перейдемо до етапу, коли людина заявляє про намір стати членом організації. Громадській організації “МЗ2” рекомендуємо видозмінити онлайн гугл-форму, за допомогою якої потенційний кандидат в члени може заповнити заявку на членство, надаючи всю необхідну інформацію для Провода та голови організації. Пропонуємо наступні пункти, які необхідно включити до заявки:

- Прізвище, ім'я та по батькові.
- Дата народження.
- Електронна пошта.
- Номер мобільного телефону.
- Мотивація вступу в члени ГО “МЗ2”.
- До організації яких заходів чи ініціатив ти був долучений?
- У якому напрямі хочеш підтримувати діяльність організації?
- Твої побажання чи рекомендації.

Після розгляду такої заявки, якщо кандидата схвалили на членство в організації, потрібна система заходів з адаптації нового члена в громадську організацію. Для цього пропонуємо такі заходи:

1. Розробити та запровадити письмове підтвердження у вигляді електронного листа.
2. Надати доступ до ознайомчих матеріалів по діяльності організації.

3. Пропрацювати та зафіксувати у письмовому джерелі систему наставництва для новачків, під час якої перших 2 місяці досвідчені члени об'єднані в пари з новими та заручившись підтримкою, здійснюють діяльність в організації. Наставники можуть пропонувати поради, відповідати на запитання та допомагати новим членам зорієнтуватися в діяльності організації протягом початкового періоду.

Усунення виклику відповідальності за організацію та проведення заходу, який стоїть на заваді прихильника стати повноправним членом організації.

Рекомендуємо впроваджувати наступні заходи, які створять сприятливе середовище для зросту прихильників, їх бажання до активної участі в організації та реалізації заходів та проєктів у ГО “М32”, що сформує більш впевнену та дієздатну членську базу в організації у майбутньому.

Навчання для прихильників. Разом з досвідченими організаторами заходів серед членів ГО “М32”, фахівцями з проєктного менеджменту та лідерства розробити навчальну програму, де навчатимуть планування, логістики, комунікацій та розв'язання проблем із застосуванням практичного досвіду тренерів та розробляючи власні проєкти в командах з підтримкою наставника, який відповідатиме за конкретний захід, наприклад, організація гутірки чи ватри. Важливо зробити фокус не на теорії, а на практичності такого навчання, щоб організація мала невеликі групи, які готові будуть втілювати напрацьовані плани заходів.

Поступове залучення прихильників до організації заходу та його проведення. Перш ніж брати відповідальність за велику частину роботи в заході, варто дати невелике доручення та подивитись чи вдалося його виконати прихильнику. Обов'язково запитати як самому прихильнику було виконувати це доручення та чи задоволений він результатом. Після позитивного відгуку можна пропонувати більший обсяг роботи. Наведемо приклад: при організації ватри прихильнику дають завдання прокомунікувати з тими, хто заповнив заявку на

захід, об'єднати їх в чат у Телеграм та написати невелике повідомлення про місце проведення події, час та що потрібно взяти з собою. Якщо завдання вдалося здійснити – наступного разу можна віддати комунікацію з учасниками заходу цьому прихильнику повністю. Після успішного виконання повноцінних завдань варто запитати відгук та запропонувати в парі організувати та провести наступний захід, де напарником прихильнику буде досвідчений член організації. Коли прихильник набуде впевненості у проведенні заходу самостійно, можна з впевненістю йому пропонувати проведення заходу, проте з підтримкою та консультаціями, якщо в них виникне потреба.

Зміна ролей чи обов'язків у плануванні та реалізації заходів. Важливо заохочувати прихильників виконувати різні ролі під час планування та реалізації заходу. Так вони отримають різний досвід, розширять перелік своїх навичок та організація таким чином зможе запобігати вигоранню.

Розбудовувати чітку комунікацію в команді організаторів заходу. Важливо давати прихильникам чіткі інструкції з виконання тих чи інших задач. При цьому важливо вести комунікацію в спільному чаті, де всі знатимуть та розумітимуть, на якому етапі втілення є захід та чи потрібна допомога в реалізації завдання. Це особливо важливим може бути для чинних досвідчених членів, які матимуть повну картину того, як перебігає виконання завдань прихильниками.

Підтримка ініціативи та інновації від прихильників. Хочемо наголосити, що власну залученість прихильник відчуває також тоді, коли його ідеї щодо покращення заходу приймають та втілюють. Тому варто прислухатись до пропозицій прихильників та брати їх до розгляду, а якщо їх підтримає команда організаторів, то і втілити. Так само з ініціативою, якщо прихильник її проявляє, варто її підтримати та заохотити.

Відзнака та вдячність прихильників. Можна створити рейтинг успішності та відзначати щомісячно найактивніших прихильників подарунками чи доступом до участі в тих навчаннях чи заходах, до яких зазвичай не долучають прихильників. Рейтинг оцінки варто визначати виходячи з цінностей громадської

організації “М32” та успіхів, яких досягли прихильники, виконуючи завдання чи реалізуючи захід в команді.

Конструктивний зворотний зв’язок. Найкраще давати при особистому спілкуванні або очільника команди організаторів чи наставника з прихильниками. Такий зв’язок важливий саме наголосити на сильних сторонах прихильника та рекомендаціях як краще підсилити слабкі сторони у майбутньому.

Навчання з лідерства. Для того, щоб навчити лідерських якостей прихильників, радимо голові організації разом з тренером з лідерства розробити окрему навчальну програму та якраз така програма може бути в доступі ексклюзивно для тих прихильників, які досягли успіхів при плануванні та реалізації заходів у команді. Це буде для них наступним етапом розвитку в організації.

Таким чином, рекомендації у цьому розділі мають дві частини:

- у загальних рекомендаціях щодо посилення спроможності організацій залучати нових членів, представлені рекомендації для громадських організацій, які розпочали свою діяльність у напрямку національно-патріотичного виховання молоді віком 14-35 років в Україні;
- рекомендації для ГО “М32” щодо залучення нових прихильників та полегшення переходу від статусу прихильника до статусу члена організації.

Спільним є те, що комунікацію щодо членства та його можливостей варто вести на онлайн-платформах організацій та додатково розробити комунікаційну стратегію, оскільки при пошуку інформації по членству тільки у Пласту та ГО “Національний Альянс” містилася ця інформація у доступному форматі без конкретного запиту до керівництва. Серед рекомендацій для ГО “М32” щодо усунення виклику щодо відповідальності за організацію та проведення заходів, який стоїть на заваді “прихильника” стати повноправним членом організації, стало розробити навчання проєктного менеджменту для “прихильників” та поступове їх залучення до організації та проведення заходу.

ВИСНОВКИ

Отже, під організаційною спроможністю розуміємо те як ефективно організація використовує ресурси для досягнення власних цілей при цьому адаптуючись та вдосконалюючись. Посилення організаційної спроможності впливає на довгостроковий успіх та загальну ефективність діяльності організації.

Для стійкого організаційного перетворення важливими є цінності, мотивація, стосунки, ставлення та прихильність. Саме культура та комунікація впливає на стратегію, лідерство, управління, навички, підзвітність та людський капітал. Щоб неприбуткові організації ефективно функціонували, має бути комплексний підхід до розбудови її спроможності, який складатиметься з чіткого визначення прагнень, розробки стратегічних основ, розвитку організаційних навичок, управління людськими ресурсами та формування позитивної організаційної культури.

Поняття членства, яке дав Девід МакМіллан та розвинула Патриція Річ охоплює почуття приналежності та спільної особистої спорідненості в організації. У контексті неприбуткових організацій ефективне управління членством фокусується на залученні, управлінні та розвитку членів команди, щоб підтримувати місію організації. Беручи до уваги цифрову епоху, членство в організаціях зазнало значної трансформації. Через поєднання онлайн та офлайн-інструментів трансформувалась мотивація та спроможність членів організації, що своєю чергою сприяє розвитку організації.

При розгляді підходів до залучення нових членів у громадську організацію важливе значення має вивчення різних моделей членства. Ці моделі надають організаціям різноманітні можливості для визначення рівнів членства, джерел фінансування та здійснення діяльності для задоволення різних потреб і досягнення різних цілей. Розробка ефективних стратегій залучення нових членів до неприбуткової організації передбачає комплексний підхід включаючи певні тактики. Використовуючи ці тактики створюється динамічне та привабливе

середовище, яке привабить потенційних членів та сприятиме їх залученню до діяльності організації.

Ключовою місією громадської організації “М32” є національно-патріотичне виховання молоді України. Огляд підходів до залучення нових членів у цьому контексті звужується до огляду організацій зі схожою діяльністю. Серед організацій, які розглядали, молодіжна громадська організація "Пласт - Національна скаутська організація України". Її мета – сприяти всебічному патріотичному вихованню української молоді. Пласт вирізняється тим, що підтримує інклюзивну політику членства без вікових обмежень, приймаючи до своїх лав людей п'яти різних вікових категорій, щоб забезпечити відданість своїм принципам протягом усього життя. Членство та інші ролі в організації чітко окреслені та прописані у внутрішніх політиках. Наступною організацією, яку аналізували була громадська організація "Національний Альянс". Організація має багаторівневу систему членства, яка висвітлена публічно в соціальних мережах, з такими позначеннями, як "старший член", "член" та "прихильник". А громадська організація "Молодіжний Націоналістичний Конгрес" діє як мережева організація, вона використовує структуровану систему членства з такими етапами, як прихильник, кандидат у дійсні члени, дійсний член, провідний член та почесний член.

Громадська організація "М32" у Білоцерківській громаді займається національно-патріотичним вихованням молоді та послуговується 10 заповідями Українського Націоналіста, які є важливими для розуміння майбутніми членами організації перед вступом до неї. Організація має ієрархічну структуру, де учасники, які відвідують заходи, можуть бути визначені як прихильники та перейти до повноправних членів шляхом активної участі у заходах, демонстрації прихильності до націоналізму та проходження вишколів.

Серед 25 прихильників організації було проведено анонімне опитування, щоб дослідити їх мотивацію стати повноправними членами громадської організації “М32”. Гіпотеза полягала в тому, що нечітке інформування про умови членства та специфічні обов'язки можуть демотивувати потенційних членів.

Значна частина опитуваних висловила бажання стати членами організації в майбутньому, мотивуючи це браком досвіду в організації заходів та нерозумінням системи членства. Деякі "прихильники", які вирішили не ставати членами, посилалися на задоволеність своїм поточним статусом або на обмеження, пов'язані з зайнятістю в інших організаціях. Гіпотеза про те, що членство в ГО "МЗ2" поширюється неефективно, частково підтверджується дослідженням. Отримані дані свідчать про необхідність покращення комунікації щодо можливостей членства та деталей вступу. Серед тих, хто бажає стати членами організації, є важливим розв'язати проблему відсутності досвіду планування та реалізації заходів. Рішення - поступово залучати "прихильників" до планування та реалізації заходів, щоб сприяти практичному навчанню та підтримці у виконанні менших завдань, провести навчання з проєктного менеджменту. Також розробити комунікаційну стратегію, яка висвітлюватиме можливість членства та його переваги для тих, хто задоволений нинішнім своїм статусом.

У загальних рекомендаціях щодо посилення спроможності організацій залучати нових членів, представлені рекомендації для громадських організацій, які розпочали свою діяльність у напрямку національно-патріотичного виховання молоді віком 14-35 років.

Рекомендації є наступними:

- використовувати максимально соціальні мережі для залучення потенційних членів громадської організації;
- організувати просвітницькі ініціативи, щоб збільшити обізнаність про організацію;
- урізноманітнити переваги членства: ексклюзивне навчання чи брендovaná продукція;
- створювати інформаційні кампанії про переваги членства у організації;
- пропагувати різноманітність та інклюзію;

- допомагати організовувати заходи за участю новачків як організаторів;
- збирати зворотний зв'язок;
- дякувати та визнавати успіхи потенційних членів, які роблять свій внесок у діяльність організації;
- відзначати важливі етапи та досягнення завдяки членству в громадській організації.

Для ефективного залучення нових прихильників та членів або полегшення переходу від статусу прихильника до статусу члена в ГО "МЗ2" рекомендуємо орієнтуватися на молодь Білоцерківської громади через інформаційні офлайн та онлайн- канали. Стратегії офлайн включають організацію інформаційних сесій, участь у місцевих заходах, налагодження партнерства з навчальними закладами та іншими громадськими організаціями, а також проведення нетворкінгових заходів. Онлайн-ініціативи включають створення інформативних дописів у соціальній мережі в Instagram, співпрацю з партнерами над спільними публікаціями в соціальних мережах та на інших платформах, використання інтерактивних історій в Instagram, заохочення залучення учасників за допомогою постів і коментарів, проведення прямих ефірів на історичні теми та створення подкастів на YouTube з тематикою історії про Україну та ідентичність українців.

Щоб подача на членство у громадській організації "МЗ2" була чітка та прозора, рекомендуємо детально та чітко описати умови прийняття в члени організації у внутрішніх політиках. Ключовими критеріями для розгляду питання про членство чітко вказати участь у вишколах та ознайомлення з цінностями організації, викладеними в декалозі. Також рекомендуємо модифікувати онлайн-форму в Google для потенційних членів, включивши до неї мотивація вступу, а для адаптації нових членів у команду та діяльність організації радимо структурувати та зафіксувати письмово систему заходів, таких як: письмове підтвердження членства, доступ до вступних матеріалів та впровадження системи наставництва, яка об'єднує досвідчених членів з новачками для початкової підтримки та орієнтації в організації.

Щоб усунути виклик щодо відповідальності за організацію та проведення заходу, який стоїть на заваді “прихильника” стати повноправним членом організації, рекомендуємо:

- розробити та впровадити навчання для “прихильників” з проєктного менеджменту;
- поступово залучати “прихильників” до організації заходу та його проведення;
- змінювати ролі та обов’язки у плануванні та реалізації організації;
- розбудовувати чітку комунікацію в команді організаторів заходу;
- підтримувати ініціативи та інновації від “прихильників”;
- дякувати та відзначати “прихильників”;
- вести конструктивний зворотний зв’язок;
- навчати бути лідерами.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Angela Biden. Organizational Capacity: Our Short Guide. URL: <https://tools4dev.org/blog/organizational-capacity/> (дата звернення: 02.01.2024)
2. Results of an Inquiry Into CAPACITY BUILDING PROGRAMS FOR NONPROFIT PROGRAMS. URL: https://effectivecommunities.com/wp-content/uploads/2017/09/ECP_CapacityBuildingInquiry.pdf (дата звернення: 09.10.2023)
3. What is Nonprofit Capacity and Why Does it Matter? URL: <https://www.geofunders.org/resources/what-is-nonprofit-capacity-and-why-does-it-matter-675> (дата звернення: 02.01.2024)
4. Aleksandar Olic. Adizes Corporate Lifecycle – How Companies Grow and Die. URL: <https://activecollab.com/blog/growth/how-companies-grow-and-die-adizes-corporate-lifecycle> (дата звернення: 02.01.2024)
5. NGO Capacity Building: Key Concepts. URL: <https://www.ngoconnect.net/sites/default/files/resources/NGOTips%20-%20NGO%20Capacity%20Building%20-%20Key%20Concepts.pdf> (дата звернення: 03.01.2024)
6. Yu-Lee, Tomas R. Essentials of capacity management: John Wiley & Sons. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=JSAnXQdERzQC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Yu-Lee,+Tomas+R.+Essentials+of+capacity+management:+John+Wiley+%26+Sons%3B+2002.&ots=MXqpMuBrBN&sig=ChvTOKrzG5e9oRoe2a2voU_MXps&redir_esc=y#v=onepage&q=Yu-Lee%2C%20Tomas%20R.%20Essentials%20of%20capacity%20management%3A%20John%20Wiley%20%26%20Sons%3B%202002.&f=false (дата звернення: 09.10.2023)
7. Eisinger P. Organizational capacity and organizational effectiveness among street-level food assistance programs. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 2002;31(1):115–30. URL:

<https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0899764002311005> (дата звернення: 09.10.2023)

8. Kate Cox, Stephen Jolly, Simon van der Staaij, Christianvan Stolk. Understanding the Drivers of Organisational Capacity. RAND Corporation, Santa Monica, Calif., and Cambridge, UK, 2017. - 51 p.

9. Effective Capacity Building in Nonprofit Organizations. Prepared for Venture Philanthropy Partners by McKinsey and Company. 2001. URL: <https://www.scribd.com/document/80935427/McKinsey-Capacity-Building#logout> (дата звернення: 20.10.2023)

10. Бордун Н. Домашнє завдання із предмету «Організаційний розвиток (2.22-23.СУН22/М)». Львів, ІЛТУ УКУ, 2023.

11. Dr. David McMillan. Sense of Community: A Definition and Theory. URL: <https://www.drdauidmcmillan.com/sense-of-community/sense-of-community-a-definition-and-theory> (дата звернення: 03.01.2024)

12. Oxford English Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/membership> (дата звернення: 03.11.2023)

13. Patricia Rich. Membership Development: An Action Plan for Results by Patricia Rich. Aspen Publisherrrs Inc., U.S., 2002.

14. Kristine Moe. What is people management? URL: <https://www.betterup.com/blog/people-management> (дата звернення: 03.01.2024)

15. Lucy James. The 5 Cs of people management. URL: <https://www.quarsh.com/blog/the-5-cs-of-people-management/> (дата звернення: 03.01.2024)

16. SageGournals. “Membership Matters: Organizing Archetypes, Participatory Styles, and Connective Action.” URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/08933189211032621> (дата звернення: 08.11.2023)

17. Hanrie Han. How Organizations Develop Activists: Civic Associations and Leadership in the 21st Century by Hanrie Han. Oxford University Press, 2014.

18. Верховна Рада України. Про громадські об'єднання. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 04.01.2024)
19. Springly. How To Create a Successful Membership Structure for Your Organization. URL: <https://www.springly.org/en-us/blog/membership-structure/#:~:text=A%20membership%20structure%2C%20also%20known,sources%2C%20and%20hold%20group%20events> (дата звернення: 04.01.2024)
20. The NGO Café. NGO Membership Models. URL: <https://www.gdrc.org/ngo/ngo-models.html#:~:text=Single%2Dtier%20membership%20model%3A%20here,of%20a%20variety%20of%20organizations> (дата звернення: 04.01.2024)
21. Матеріал з Вікіпедії. Презентація для ліфту. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%B4%D0%BB%D1%8F_%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%82%D1%83 (дата звернення: 04.01.2024)
22. Paid Memberships Pro. How to Attract New Members to an Association. URL: <https://www.paidmembershipspro.com/attract-association-members/> (дата звернення: 04.01.2024)
23. Medium. Understanding the Member Lifecycle Journey. URL: <https://mortimervic.medium.com/understanding-the-member-lifecycle-journey-6d686c8069c0> (дата звернення: 05.01.2024)
24. Aptify. 10 Overlooked Tactics for Increasing Membership at Your Organization. <https://www.aptify.com/blog/10-overlooked-tactics-for-increasing-membership-at-your-organization/> (дата звернення: 04.01.2024)
25. Сторінка громадської організації “М32” у соціальній мережі Інстаграм. URL: https://www.instagram.com/m32_bc (дата звернення: 03.01.2023)
26. Міністерство освіти і науки України. Національно-патріотичне виховання. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/pozashkilna-osvita/vihovna-robota-ta-zahist-prav-ditini/nacionalno-patriotichne-vihovannya> (дата звернення: 03.01.2024)
27. Пласт. URL: <https://www.plast.org.ua/about/> (дата звернення: 06.01.2024)

28. Сторінка молодіжної громадської організації “Пласт – Національна скаутська організація України” у соціальній мережі Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/p/C1gosbuRck2/?igsh=MWI0am9pcnNkM2N5aQ==>

(дата звернення 02.01.2024)

29. “ДОРΟΣЛІ В ПЛАСТІ”. Волонтерська політика молодіжної організації “Пласт – Національна скаутська організація України”. - Власна розробка організації.-12с.

30. Сторінка громадської організації “ВМР” “Національний Альянс” у соціальній мережі Інстаграм.

<https://www.instagram.com/p/Cz11cPSoMlC/?igsh=MWp5MHZ2OTE2Znd0bg==>

(дата звернення 25.12.2023)

31. Гугл-форма “Долучитися до громадської організації “Національний Альянс” <http://nation.org.ua/join/> (дата звернення 25.12.2023)

32. Сторінка громадської організації “Молодіжний Націоналістичний Конгрес” у соціальній мережі Інстаграм.

<https://www.instagram.com/p/CoezdiWto2/> (дата звернення 25.12.2023)

33. Буклет всеукраїнської громадської організації “Молодіжний Націоналістичний Конгрес”. Власна розробка організації. – 2019.-24с.

34. “Методичка М32”. Власна розробка організації для внутрішнього використання. -17с.

35. Націоналістичний портал. Декалог “десять заповідей українського націоналіста”. URL:

<https://ukrnationalism.com/the-nationalist-movement/ideology/laws-of-ukrainian-nationalism/47-dekaloh-desiat-zapovidei-ukrainskoho-natsionalista.html> (дата звернення 02.01.2024)

36. Статут громадської організації “М32”. – 2022.-12с.

37. Усна розмова з головою громадської організації “М32” (Дата: 20.12.2023)

38. Таблиця відвідуваності Excel для внутрішнього використання ГО “М32”.

39. Wildapricot. 99 Ways To Get New Members For Your Organization. URL: <https://www.wildapricot.com/blog/ways-to-get-new-members> (дата звернення 02.01.2024)
40. GlobalOwls. Best Practices in Social Media Engagement for NGOs. URL: <https://globalowls.com/best-practices-social-media-engagement-ngos/> (дата звернення 02.01.2024)
41. Digital Marketing Institute. How to Use Hashtags Effectively on Social Media. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-to-use-hashtags-in-social-media> (дата звернення 02.01.2024)
42. Medium. How to Promote an NGO: A Comprehensive Guide to Amplify Impact. URL: <https://medium.com/@imran20021110/how-to-promote-an-ngo-a-comprehensive-guide-to-amplify-impact-91276aed726> (дата звернення 02.01.2024)
43. Wildapricot. The Complete Guide to Diversifying Your Nonprofit Revenue Streams. URL: <https://www.wildapricot.com/blog/nonprofit-revenue-streams> (дата звернення 02.01.2024)
44. Кісельова С. Домашнє завдання із предмету «Комунікації в неприбутковому секторі (2.22-23.СУН22/М)». Львів, ІЛУ УКУ, 2023.
45. LinkedIn. Promoting Equity, Diversity, and Inclusion (EDI) in the NGO Sector: “Why It Matters and How to Do It”. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/promoting-equity-diversity-inclusion-edi-ngo-sector-why-singh/> (дата звернення 02.01.2024)
46. Blog 4foreverything. The ultimate guide of event organization. URL: <https://www.4foreverything.com/en/blog/the-organization-of-events/> (дата звернення 02.01.2024)
47. Usertesting. How to get customer feedback. URL: <https://www.usertesting.com/blog/how-to-get-customer-feedback> (дата звернення 02.01.2024)
48. Forbes. 14 Simple Ways Nonprofit Leaders Can Acknowledge Staff Contributions. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesnonprofitcouncil/2022/03/29/14-simple-ways->

[nonprofit-leaders-can-acknowledge-staff-contributions/?sh=733a0cdb56d5](https://www.linkedin.com/advice/1/how-can-you-celebrate-team-successes-milestones-7lxyc) (дата звернення 02.01.2024)

49. LinkedIn. How can you celebrate team successes and milestones effectively?

URL: <https://www.linkedin.com/advice/1/how-can-you-celebrate-team-successes-milestones-7lxyc> (дата звернення 02.01.2024)

50. How to Instagram Live (No Sweating or Crying). URL:

<https://blog.hootsuite.com/instagram-live-tips/> (дата звернення 02.01.2024)

51. Mailchimp. Was ist ein Podcast? URL:

<https://mailchimp.com/de/resources/what-is-a-podcast/> (дата звернення 02.01.2024)

ДОДАТОК А

«Затверджено»
Рішенням установчих
зборів засновників
Громадської
організації «МЗ2»
Протокол № 1 від
«15» грудня 2022 р.

**СТАТУТ
ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ
«МЗ2»**

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Громадська організація «МЗ2» (далі - Організація) є добровільним об'єднанням фізичних осіб, створеним для здійснення та захисту прав і свобод людини та громадянина, задоволення суспільних, зокрема, економічних, соціальних, культурних, освітніх та інших інтересів своїх членів та/або інших осіб.

1.2. Найменування Організації українською мовою:

Повне найменування Організації українською мовою – Громадська організація «МЗ2».

Скорочене найменування Організації українською мовою – ГО «МЗ2».

1.3. Організація у своїй діяльності керується Конституцією України, Цивільним кодексом України, Податковим кодексом України, Законом України «Про громадські об'єднання», Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», іншим чинним законодавством України та цим Статутом. Правовою основою діяльності Організації є також регламентні документи та рішення загального характеру, що приймаються Організацією у межах їх статутних повноважень і є обов'язковими для всіх членів.

1.4. Організація є непідприємницьким товариством, основною метою якого не є одержання прибутку. Організація вільна у виборі напрямків своєї діяльності та діє на засадах добровільності, самоврядності, вільного вибору території діяльності, рівності перед законом, відсутності майнового інтересу її членів (учасників), прозорості, відкритості та публічності.

2. ЮРИДИЧНИЙ СТАТУС ОРГАНІЗАЦІЇ

2.1. Діяльність Організації має суспільний характер, що проявляється у її взаємодії з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями різних форм власності, встановленні

партнерських відносин з іншими громадськими організаціями, рухами, фондами, зареєстрованими в Україні чи за її межами, громадянами України, іноземцями та/або особами без громадянства.

2.2. Організація набуває статусу юридичної особи з моменту її державної реєстрації згідно з чинним законодавством, має свою печатку, штампи і бланки зі своїм найменуванням та рахунки у банківських установах (за необхідності). Організація може мати власну символіку (емблему, інший розпізнавальний знак, прапор), яка підлягає реєстрації у встановленому законодавством порядку.

2.3. З моменту державної реєстрації Організація має виключне право на використання свого найменування, в тому числі назви, викладеної іноземною мовою чи мовою національної меншини.

2.4. Для досягнення своєї мети та виконання статутних завдань Організація у встановленому чинним законодавством порядку має право:

2.4.1. Бути учасником цивільно-правових відносин, набувати майнові і немайнові права відповідно до законодавства.

2.4.2. Представляти і захищати свої законні інтереси та законні інтереси своїх членів чи інших осіб у будь-яких органах державної влади, в тому числі судах, правоохоронних органах, у органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та підпорядкування.

2.4.3. Вільно поширювати інформацію про свою діяльність, пропагувати свою мету (цілі).

2.4.4. Ідейно та організаційно підтримувати інші об'єднання громадян, надавати допомогу в їх створенні та веденні їх діяльності.

2.4.5. Публікувати наукові та методичні результати діяльності Організації; проводити інформаційно-роз'яснювальну роботу.

2.4.6. Одержувати у порядку, визначеному законом, публічну інформацію, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації.

2.4.7. Брати участь в організації і фінансуванні, а також самостійно проводити конференції, семінари, змагання, лекторії, круглі столи, консультації, творчі заходи, турніри, конкурси та інші заходи, пов'язані зі статутною діяльністю Організації, із залученням представників громадськості, органів державної влади та місцевого самоврядування, експертів із різних галузей суспільного життя, у т.ч. міжнародних.

2.4.8. Отримувати допомогу у вигляді коштів або майна, що надходить безоплатно у вигляді членських внесків, безповоротної фінансової допомоги, пожертв, грантів та самостійно вирішувати питання про їх використання відповідно до положень цього Статуту та законодавства України.

2.4.9. Здійснювати в порядку, передбаченому чинним законодавством, необхідну підприємницьку діяльність безпосередньо або через створення в порядку, передбаченому законом, юридичних осіб (товариств, підприємств), якщо така діяльність відповідає меті (цілям) Організації та сприяє її досягненню.

2.4.10. Брати участь у здійсненні державної регуляторної політики відповідно до законодавства України.

2.4.11. Звертатися у порядку, визначеному законодавством, до органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб з пропозиціями (зауваженнями), заявами (клопотаннями), скаргами.

2.4.12. Одержувати у порядку, визначеному законодавством, необхідну для реалізації своєї мети і завдань публічну інформацію, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації.

2.4.13. Брати участь у порядку, визначеному законодавством, у розробленні проектів нормативно-правових актів, що видаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування і стосуються сфери діяльності Організації та важливих питань державного і суспільного життя.

2.4.14. Брати участь у порядку, визначеному законодавством, у роботі консультативних, дорадчих та інших допоміжних органів, що утворюються органами державної влади, органами влади Автономної Республіки Крим, органами місцевого самоврядування для проведення консультацій з

громадськими об'єднаннями та підготовки рекомендацій з питань, що стосуються сфери діяльності Організації.

2.4.15. Підтримувати прямі міжнародні контакти з організаціями громадян інших країн, укладати відповідні угоди та брати участь у міжнародних заходах з питань діяльності Організації, що не суперечать міжнародним зобов'язанням України.

2.4.16. Засновувати з метою досягнення статутної мети (цілей) засоби масової інформації.

2.4.17. Створювати та реалізувати різноманітні проекти, запроваджувати програми.

2.4.18. На добровільних засадах брати участь або засновувати громадські спілки тощо, у тому числі міжнародні, укладати угоди про співробітництво і взаємодопомогу.

2.4.19. Одержувати на умовах оренди або тимчасового безкоштовного користування будівлі, обладнання, транспортні засоби та інше майно, що необхідне для здійснення статутних завдань Організації.

2.4.21. Відкривати рахунки у національній та іноземній валютах в установах банків.

2.4.22. Засновувати нагороди з метою відзнаки членів Організації та її партнерів.

2.4.23. Безпосередньо чи через створені нею юридичні особи (товариства, підприємства) бути виконавцем державного замовлення відповідно до закону.

2.4.24. Користуватися іншими правами, передбаченими законодавством України.

2.5. Організація несе відповідальність за своїми зобов'язаннями належним їй майном. Організація не відповідає за зобов'язаннями своїх членів, а її члени не відповідають за зобов'язаннями Організації, за винятком випадків, коли вони беруть на себе такі зобов'язання.

3. МЕТА ТА НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Головною метою Організації є виховання національно свідомої молоді.

3.2. Основними напрямками діяльності Організації є:

3.2.1. Національно-патріотичне виховання молоді.

3.2.2. Військово-тактична підготовка молоді.

3.2.3. Просвітницька діяльність.

3.2.4. Організація та проведення вишкільних таборів.

4. ПОРЯДОК НАБУТТЯ І ПРИПИНЕННЯ ЧЛЕНСТВА, ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ ЧЛЕНІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

4.1. Членство в Організації є добровільним та індивідуальним.

4.2. Членами Організації можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах, які досягли 14 років і які визнають Статут Організації та сприяють діяльності, що спрямована на досягнення мети і завдань Організації.

4.3. Ніхто не може бути примушений до вступу у Організацію. Належність чи неналежність до Організації не може бути підставою для обмеження прав і свобод будь – якої особи або для надання їй органами державної влади, іншими державними органами, органами місцевого самоврядування будь-яких пільг і переваг.

4.4. Прийом у члени Організації здійснюється на підставі письмової заяви на ім'я Голови Проводу за рішенням Проводу Організації, яке приймається протягом місяця з дня подання відповідної заяви. Провід Організації має право відмовити у прийнятті особи в члени Організації. Провід Організації має право делегувати право прийняття в члени Організації відокремленим підрозділам Організації або іншим статутним органам.

4.5. Усі члени Організації є рівними у реалізації своїх прав та обов'язків.

4.5.1. До прав члена Організації належить:

4.5.1.1. обирати і бути обраними до керівних органів Організації, брати участь у всіх заходах, що проводяться Організацією;

4.5.1.2. брати участь у роботі постійних та тимчасових комісій, створених за рішенням уповноважених органів Організації;

4.5.1.3. звертатися до органів Організації з запитами та пропозиціями з питань, пов'язаних з діяльністю Організації, одержувати відповіді;

4.5.1.4. оскаржувати рішення, дії, бездіяльність керівних органів Організації, подавати заяви, заперечення і скарги на прийняті ними рішення до Провід та вимагати розгляду скарг та заяв на Загальних зборах.

4.5.1.5. оскаржувати рішення загальних зборів до суду.

4.5.1.6. одержувати інформацію з питань діяльності Організації;

4.5.1.7. звертатися до органів Організації за допомогою у захисті своїх прав та законних інтересів;

4.5.1.8. вільно відстоювати і пропагувати ідеї та пропозиції з питань, що обговорюються в Організації до прийняття рішень з цих питань;

4.5.1.9. вільно виходити з Організації за власною письмовою заявою.

4.5.2. Члени Організації зобов'язані:

4.5.2.1. дотримуватись положень Статуту Організації;

4.5.2.2. виконувати рішення керівних органів Організації;

4.5.2.3. своєчасно сплачувати вступні та членські внески в розмірах та строки, що встановлюються Проводом Організації;

4.5.2.4. сприяти здійсненню завдань Організації;

4.5.2.5. брати участь у публічних заходах, що проводяться Організацією.

4.6. Членство в Організації припиняється у випадках:

4.6.1. виходу із Організації за власним бажанням;

4.6.2. виключення із Організації, за рішенням Проводу, у зв'язку із порушенням вимог цього Статуту, або якщо діяльність члена суперечить меті та завданням Організації, або якщо член втратив зв'язок із Організацією без поважних причин чи за систематичну несплату членських внесків;

4.6.3. смерті члена Організації.

4.7. Вихід з Організації здійснюється за письмовою заявою учасника Організації на ім'я Голови Проводу. Членство в громадському об'єднанні припиняється з дня подання такої заяви та не потребує додаткових рішень.

Дія абзацу першого цього пункту не поширюється на членів громадського об'єднання, обраних на посади керівника громадського об'єднання чи заступника такого керівника. Членство в громадському об'єднанні зазначених керівників припиняється з дня, наступного за днем обрання нового керівника чи його заступника.

4.7.1. Підстави для виключення з членів Організації:

- неодноразові порушення вимог Статуту;
- неучасть в діяльності Організації особисто або через представника протягом принаймні 12 (дванадцяти) місяців;
- несплати членських внесків протягом останнього року;
- відповідне рішення Проводу Організації.

4.8. Питання про виключення вирішується Проводом організації більшістю голосів її членів.

4.9. Член Організації не має права голосу при вирішенні Загальними зборами Організації питань щодо вчинення ним правочину та щодо спору між ним і Організацією.

5. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

5.1. Управління Організацією здійснюється на засадах демократизму, гласності, виборності органів управління, підпорядкованості і виконавчої дисципліни, із врахуванням регламентуючих документів Організації.

5.2. Органами управління Організацією є: Загальні збори членів Організації, Провід, Голова Організації.

Засідання керівних органів Організації (Загальних зборів, Провід) можуть проводитись як за безпосередньої участі членів (їх уповноважених представників

за довіреністю), так і за допомогою інтернет зв'язку з використанням аудіовізуальних комп'ютерних програм онлайн конференцій.

Рішення про форму проведення такого засідання приймає Провід та повідомляє про прийняте рішення членів Організації не пізніше ніж за 10 днів до визначеної дати проведення такого засідання (Загальних зборів, Провід).

Будь-яке засідання керівних органів оформлюється протоколом. Про форму засідання обов'язково вказується у протоколі: якщо засідання відбувалось за допомогою інтернет зв'язку, у протоколі обов'язково фіксується за допомогою якої комп'ютерної програми відбувалось засідання.

5.3. Загальні збори членів Організації (далі – Загальні збори) є вищим органом Організації, який вправі приймати рішення з будь-яких питань її діяльності, в тому числі і з тих, що належать до компетенції Проводу.

5.3.1. У Загальних зборах беруть участь її члени особисто чи через уповноваженого представника за довіреністю. Кожний член Організації має один голос. Збори вважаються повноважними, якщо на них присутні не менше 1/3 членів Організації.

5.3.2. Чергові Загальні збори скликаються Проводом щорічно. Відповідне рішення із зазначенням дати, часу, місця проведення та питань, які виносяться на обговорення, повинне бути доведене до відома членів Організації не пізніше, ніж за 30 днів до дати проведення засідання Загальних зборів. Загальні збори розглядають питання, винесені на їх розгляд Проводу, Головою Організації, а також членами Організації.

5.3.3. Позачергові Загальні збори скликаються при наявності обставин, що зачіпають суттєві інтереси Організації, Проводу, а також в інших випадках, передбачених даним Статутом та законодавством України, протягом 30 днів з дня виникнення відповідних обставин. У такому разі рішення Проводу Організації із зазначенням дати, часу, місця проведення та питань, які виносяться на обговорення, повинне бути доведене до відома членів Організації не пізніше, ніж за 14 днів до дати проведення засідання Загальних зборів.

5.3.4. Не менш як одна десята частина членів Організації мають право ініціювати перед Проводом скликання позачергових Загальних зборів. Якщо вимога членів Організації про скликання Загальних зборів не виконана, ці члени мають право самі скликати Загальні збори.

5.3.5. До виключної компетенції Загальних зборів належить вирішення наступних питань:

5.3.5.1. Визначення основних напрямків діяльності Організації, затвердження її планів та звітів про їх виконання.

5.3.5.2. Внесення і затвердження змін до установчих документів Організації, відомостей про Організацію.

5.3.5.3. Затвердження зразків печаток, штампів, символіки та інших зразків реквізитів Організації.

5.3.5.4. Прийняття рішення про припинення діяльності Організації.

5.3.5.5. Обрання ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу.

5.3.5.6. Обрання Проводу Організації та відкликання Проводу, або окремих членів Проводу.

5.3.5.7. Обрання та відкликання Голови Організації.

5.3.5.8. Визначення порядку та способів реалізації права власності та здійснення контролю за її реалізацією.

5.3.6. Рішення Загальних зборів вважаються прийнятими, якщо за них проголосувала більшість від числа присутніх учасників Загальних зборів. З питань, передбаченими п. 5.3.5.2, п.5.3.5.4 рішення Загальних зборів вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менш як три четвертих присутніх учасників Загальних зборів. Також трьома четвертими голосів членів Організації приймаються рішення щодо відчуження майна організації на суму, що становить п'ятдесят і більше відсотків майна організації.

5.3.7. Головує на засіданнях Загальних зборів особа з числа членів, обрана Загальними зборами Головуючим зборів. Хід Загальних зборів протоколюється. Протоколи засідань Загальних зборів ведуться секретарем Загальних зборів, який

обирається загальними зборами, підписуються Головуючим і секретарем Загальних зборів.

5.3.8. Загальні збори приймають рішення, які оформляються у вигляді протоколів засідання Загальних зборів. Рішення, прийняті Загальними зборами з дотриманням вимог даного Статуту, внутрішніх документів та законодавства України, обов'язкові для всіх інших органів управління Організації та членів Організації. Рішення, прийняті Загальними зборами, набувають чинності з моменту їх прийняття, якщо інше не визначено Загальними зборами.

5.4. Провід Організації є керівним органом Організації на період між Загальними зборами, обирається терміном на 5 років та виконує функції з управління його поточною, організаційною діяльністю.

5.4.1. Провід підзвітний Загальним зборам і організовує виконання їх рішень. Провід діє від імені Організації в межах, передбачених даним Статутом, внутрішніми документами та чинним законодавством.

5.4.2. Головою Проводу є Голова Організації.

5.4.3. Структура Проводу, його склад та адміністративні функції кожного його члена затверджуються Загальними зборами. Члени Проводу є підзвітними Загальним зборам і несуть відповідальність перед ними за діяльність Організації та належне виконання своїх посадових обов'язків. Провід звітує перед членами Організації на Загальних зборах організації.

5.4.4. До компетенції Проводу відноситься:

5.4.4.1. Організація виконання рішень Загальних зборів.

5.4.4.2. Скликання Загальних зборів та формування їх порядку денного, підготовка матеріалів з питань порядку денного, попередній розгляд всіх питань, що належать до компетенції зборів та підготовка проектів рішень з цих питань до зборів.

5.4.4.3. Підготовка та подання рекомендацій Загальним зборам щодо визначення основних напрямків діяльності Організації затвердження планів і звітів про їх виконання, інших пропозицій з питань діяльності Організації.

5.4.4.4. Затвердження поточних планів діяльності Організації та заходів, необхідних для їх виконання;

5.4.4.5. Здійснення окремих функцій щодо управління майном за рішенням Загальних зборів членів Організації.

5.4.4.6. Підготовка річних звітів з діяльності Організації, в тому числі про залучення і використання коштів і майна Організації; звітів з виконання програм та проектів Організації та подає їх на затвердження Загальних зборів.

5.4.4.7. Вирішення інших питань, крім тих, що відносяться до виключної компетенції Загальних зборів.

5.4.5. Головує на засіданнях Проводу Голова Організації.

5.4.6. Усі питання, що входять у компетенцію Проводу, вирішуються колегіально на засіданнях Проводу. Провід проводить чергові і позачергові засідання. Чергові засідання скликаються Головою Організації, але не рідше, ніж раз на 3 місяці. Про час місце, та порядок денний засідання члени Проводу повідомляються за 10 днів до моменту його проведення. Позачергові засідання скликаються Головою організації за ініціативою третини членів Проводу або безпосередньо за вимогою більшості членів Проводу. Засідання правління є правомочним за умови присутності більшості його членів.

5.4.7. Кожен член Проводу може виступати з ініціативою про прийняття рішень із будь-яких питань, що входять компетенції Проводу.

5.4.8. У засіданнях Проводу беруть участь її члени особисто чи через уповноваженого представника за довіреністю. Рішення Проводу приймаються шляхом голосування більшістю голосів присутніх. Кожен член Проводу має один голос. За поділу голосів вирішальним є голос Голови Організації.

5.5. Голова Організації здійснює оперативне управління справами, майном та коштами Організації в межах, встановлених даним Статутом, Загальними зборами та Проводом і в межах своєї компетенції і повноважень забезпечує виконання їх рішень.

5.5.1. Голова Організації обирається та звільняється Загальними зборами раз на 5 років та є підзвітним Загальним зборам та підконтрольним Проводу

Організації, за посадою є Головою Проводу і вправі вносити на розгляд Загальних зборів та Проводу Організації пропозиції з будь-якого аспекту діяльності Організації.

5.5.2. Голова Організації:

5.5.2.1. Діє від імені Організації без довіреності та представляє Організацію у її стосунках з іншими особами.

5.5.2.2. Видає накази, розпорядження, інші внутрішні нормативні акти та документи Організації.

5.5.2.3. Організовує документообіг, діловодство, ведення бухгалтерського обліку та звітності Організації.

5.5.2.4. Здійснює прийняття, переведення на іншу роботу, відсторонення від неї та звільнення працівників Організації, застосовує до них заходи заохочення та стягнення, затверджує посадові обов'язки працівників Організації.

5.5.2.5. Виступає розпорядником коштів та майна Організації, укладає та підписує від імені Організації господарські та інші договори, контракти, видає довіреності на право вчинення дій та представництва від імені Організації.

5.5.2.6. Організовує підготовку засідання Проводу.

5.5.2.7. Вирішує інші питання діяльності Організації відповідно до мети і основних завдань її діяльності, віднесені до його компетенції внутрішніми документами Організації та даним Статутом, приймає з цих питань будь-які інші рішення або виконує будь-які інші дії крім тих, що відносяться до компетенції інших органів управління Організації, Проводу та Загальних зборів Членів Організації.

5.5.2.8. Звітує про свою роботу та роботу Проводу перед Загальними зборами Організації на чергових Загальних Зборах.

5.5.3. Рішення Голови Організації оформлюється у виді наказів чи розпоряджень.

5.5.4. Звітування здійснюється на чергових Загальних зборах. Позачергове звітування здійснюється на вимогу не менш як однієї третини членів Організації.

5.5.5. Голова Організації може бути відкликаний з посади за рішенням Загальних зборів за ініціативою більшості від складу членів Проводу до закінчення строку, на який він обирався, у випадках:

–за власним бажанням на підставі поданої Проводу Організації письмової заяви;

–при неодноразовому порушенні вимог Статуту Організації;

–якщо своїми діями він завдав матеріальну чи моральну шкоду Організації.

5.5.5. У разі, якщо Голова Організації не може приступити до своїх обов'язків протягом більш як 6 (шести) місяців Провід Організації скликає позачергові Загальні збори для обговорення становища та питання про керівництво Організацією.

6. НАГЛЯДОВА РАДА

6.1. Наглядова рада є консультативним та контролюючим органом Організації і здійснює ревізію її фінансово-господарської діяльності у випадку наявності більше десяти членів Організації.

6.2. Наглядова рада є підзвітною лише Загальним Зборам Організації.

6.3. Персональний склад Наглядової ради затверджується Загальними Зборами. Член Наглядової ради не може бути одночасно членом Проводу чи Головою Організації.

6.4. Наглядова рада обирається з числа членів Організації в складі голови ради та двох членів ради строком на п'ять років. Голову Наглядової ради пропонують для затвердження Загальними зборами Організації члени Наглядової ради.

6.5. До повноважень Наглядової ради належать:

–внесення пропозицій щодо фінансової діяльності та використання активів Організації;

–складання висновків про фінансову діяльність та використання активів Організації до затвердження Загальними зборами річних бюджетів, балансів, фінансових та інших звітів керівних органів Організації;

–проведення перевірок фінансово-господарської діяльності Організації;

–надання звітів перевірок та ревізій Загальним Зборам для прийняття відповідних рішень;

–ініціювання скликання позачергових Загальних зборів;

–затвердження річного плану діяльності Наглядової ради.

6.6. Очолює Наглядову раду голова, який:

–керує роботою Наглядової ради;

–скликає Наглядову раду на чергові та позачергові засідання;

–підписує документацію, підготовлену за результатами роботи Наглядової ради.

6.7. Наглядова рада є правомочною, якщо в її роботі беруть участь більшість від її складу. Рішення приймаються більшістю голосів членів Наглядової ради, присутніх на засіданні. При рівності голосів, голос голови Наглядової ради є вирішальним.

6.8. Члени Наглядової Ради мають право участі в засіданні Проводу Організації з правом дорадчого голосу.

7. ПОРЯДОК ОСКАРЖЕННЯ РІШЕНЬ, ДІЙ, БЕЗДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИХ ОРГАНІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗГЛЯДУ СКАРГ

7.1. Рішення, дії, бездіяльність керівних органів Організації можуть бути оскаржені членом (членами) Організації.

7.1.1. Первинна скарга на дії, бездіяльність або рішення Голови Організації/Голови Проводу подається до Проводу, яке зобов'язане розглянути скаргу на найближчому засіданні, із обов'язковим викликом члена громадського об'єднання, який скаржиться, а також Голову Організації/Голову Проводу дії,

бездіяльність або рішення якого оскаржується. В разі відхилення скарги Проводом - повторна скарга подається до Загальних зборів, які зобов'язані розглянути скаргу на черговому або позачерговому засіданні, із обов'язковим викликом члена, який скаржиться, а також Голови Організації/Голови Проводу дії, бездіяльність або рішення якого оскаржується.

7.1.2. Первинна скарга на дії, бездіяльність або рішення члена Проводу - подається до Голови Організації/Голови Проводу, який зобов'язаний розглянути скаргу протягом 20 робочих днів, із обов'язковим викликом члена громадського об'єднання, який скаржиться, а також члена Проводу дії, бездіяльність або рішення якого оскаржується. В разі відхилення скарги Головою Організації/Головою Проводу - повторна скарга подається до Загальних зборів, які зобов'язані розглянути скаргу на черговому або позачерговому засіданні, із обов'язковим викликом члена, який скаржиться, а також члена Проводу дії, бездіяльність або рішення якого оскаржується. Скарга, яка потребує розгляду на позачергових Загальних зборах, є підставою для скликання таких Загальних зборів протягом тридцяти днів з дня надходження такої скарги.

7.1.3. На дії, бездіяльність або рішення Загальних зборів Організації скарга подається до суду, відповідно до чинного законодавства на момент оскарження таких дій, бездіяльності або рішень.

7.2. До рішень, дій (бездіяльності), які можуть бути оскаржені, належать рішення у межах управлінської діяльності керівних органів організації, внаслідок яких:

7.2.1. Порушено права та/чи законні інтереси чи свободи члена Організації (групи членів Організації).

7.2.2. Створено перешкоди для здійснення членом організації його прав та/чи законних інтересів чи свобод.

7.2.3. Незаконно покладено обов'язки на члена Організації або незаконно застосовано до нього дисциплінарну відповідальність.

8. МІЖНАРОДНА СПІВПРАЦЯ

8.1. Організація у відповідності з своїми статутними завданнями, має право на здійснення міжнародних зв'язків та діяльності у порядку, передбаченому цим Статутом, чинним законодавством України.

8.2. Міжнародна діяльність організації здійснюється шляхом участі у міжнародних проектах, роботі міжнародних організацій, а також інших формах, що не суперечать законодавству України, нормам і принципам міжнародного права.

8.3. При здійсненні міжнародної діяльності Організація користується повним обсягом прав і обов'язків юридичної особи.

8.4. Організація:

8.4.1. організовує обмін делегаціями, організовує за участю іноземних партнерів турніри, змагання, конференції, виставки, ярмарки, відряджає своїх представників для участі у відповідних заходах за межами України;

8.4.2. проводить спільно з іноземними організаціями дослідження у відповідності з напрямками своєї діяльності, публікує їх результати;

8.4.3. реалізовує інші спільні програми та проекти за участю іноземних партнерів та міжнародних організацій, що не суперечить чинному законодавству України.

9. ВІДОКРЕМЛЕНІ ПІДРОЗДІЛИ ОРГАНІЗАЦІЇ

9.1. Організація може мати відокремлені підрозділи, які не є юридичними особами та утворюються за рішенням Загальних зборів Організації.

9.2. Відокремлені підрозділи Організації у своїй діяльності керуються Статутом Організації.

9.3. Керівники відокремлених підрозділів Організації призначаються Загальними зборами строком на 5 років і діють на підставі довіреності. Керівники відокремлених підрозділів повинні бути членами Організації.

9.4. Відокремлені підрозділи мають наступні повноваження:

9.4.1. Представляють Організацію у межах території, на яку поширюються їх повноваження.

9.4.2. Реалізують статутні мету та завдання Організації у межах території, на яку поширюються їх повноваження, згідно наданих рішенням загальних зборів повноважень.

9.4.3. Проводять роботу по залученню нових членів (учасників) з використанням засобів, не заборонених законодавством України.

9.5. Керівник відокремленого підрозділу має право:

9.5.1. Приймати рішення про використання назви та символіки Організації для реалізації завдань Організації.

9.5.2. Звертатися до керівних органів Організації щодо отримання допомоги у реалізації завдань Організації.

9.5.3. Бути присутнім на засіданні Проводу Організації (без права голосу).

9.5.4. Звертатися із клопотаннями до керівних органів Організації.

9.6. Керівник відокремленого підрозділу зобов'язаний:

9.6.1. Дотримуватися вимог Статуту Організації.

9.6.2. Виконувати законні та прийняті в межах вимог Статуту Організації рішення керівних органів Організації.

9.6.3. Не допускати дій, спрямованих на порушення честі, гідності членів (учасників) Організації.

9.7. Діяльність відокремленого підрозділу може бути припинено шляхом його закриття за рішенням Загальних зборів Організації.

9.8. Про закриття відокремленого підрозділу Організація повідомляє уповноважений орган з питань державної реєстрації відповідно до вимог чинного законодавства України.

9.9. Майно та кошти, яке було закріплене за відокремленим підрозділом, після припинення його діяльності передаються безпосередньо до відання Проводу до прийняття рішення щодо розподілу майна та коштів Загальними зборами Організації.

10. КОШТИ ТА МАЙНО ОРГАНІЗАЦІЇ.

10.1. Організація є непідприємницьким товариством. Для здійснення своїх програмних та статутних цілей і завдань у власності Організації можуть бути кошти, цінні папери, майнові та немайнові права, матеріальні та нематеріальні активи, обладнання, транспорт, інші засоби та майно, набуття яких не забороняється чинним законодавством України.

10.2. Організація самостійно й незалежно здійснює права володіння, користування та розпорядження належним їй майном, коштами, майновими та немайновими правами через свої статутні органи в межах їх компетенції.

10.3. Майно Організації складається з коштів або майна, які надходять безоплатно або у вигляді безповоротної фінансової допомоги чи добровільних пожертвувань, внесків членів Організації; пасивних доходів; дотації або субсидії з державного чи місцевих бюджетів, а також з державних цільових фондів, фінансової підтримки програм (проектів, заходів) Організації за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів, від виконання державного замовлення; благодійної, гуманітарної та технічної допомоги, в тому числі відповідно до міжнародних договорів України; набуті в результаті підприємницької діяльності Організації, підприємницької діяльності створених нею юридичних осіб (товариств, підприємств); доходів від основної діяльності Організації відповідно до цього Статуту та законодавства; майном, придбаним за рахунок власних коштів, чи набутих на інших підставах, не заборонених законом.

10.4. Забороняється розподіл отриманих доходів (прибутків) або їх частини серед засновників (учасників у розумінні Цивільного кодексу України), членів такої організації, працівників (крім оплати їхньої праці, нарахування єдиного соціального внеску), членів органів управління та інших пов'язаних з ними осіб.

10.5. Доходи (прибутки) та майно Організації використовуються виключно для фінансування видатків на утримання Організації, реалізації мети (цілей, завдань) та напрямів діяльності, визначених цим Статутом.

10.6. Організація несе відповідальність за своїми зобов'язаннями усім належним їй на праві власності майном. Організація не несе відповідальності за зобов'язаннями членів. Члени не несуть відповідальності за зобов'язаннями Організації, якщо інше не передбачено законом.

10.7. Організація зобов'язана вести бухгалтерський облік, статистичну, податкову, фінансову звітність, бути зареєстрованим в органах фіскальної служби та вносити до бюджету податки і збори у порядку і розмірах, передбачених законодавством. Організація зобов'язана зберігати не менше п'яти років усі необхідні облікові документи стосовно внутрішніх та міжнародних операцій.

10.8. Державний нагляд та контроль за дотриманням закону Організацією здійснюють органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування у порядку, визначеному законодавством України.

11. ПОРЯДОК ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО СТАТУТУ

11.1. Порядок внесення змін до статуту визначається статутом та чинним законодавством України.

11.2. Зміни до цього Статуту затверджуються рішенням Загальних Зборів, якщо за це проголосували не менше як 3/4 присутніх членів Організації. Про зміни, що вносяться в статутні документи, повідомляється уповноважений орган з питань реєстрації.

12. ПРИПИНЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

12.1. Припинення діяльності Організації здійснюється за рішенням громадського об'єднання, прийнятим Загальними зборами, шляхом саморозпуску або реорганізації, чи за рішенням суду про заборону (примусовий розпуск) громадського об'єднання.

12.2. Припинення діяльності громадського об'єднання зі статусом юридичної особи має наслідком припинення юридичної особи.

12.3. Організація має право у будь-який час прийняти рішення про припинення своєї діяльності (саморозпуск).

12.4. Рішення про саморозпуск Організації приймається Загальними Зборами, якщо за це проголосували не менш як три четвертих присутніх учасників Загальних зборів. Загальні збори створюють ліквідаційну комісію або доручають Проводу здійснювати повноваження ліквідаційної комісії для проведення припинення громадської організації як юридичної особи, а також приймають рішення щодо використання коштів та майна громадського об'єднання після його припинення відповідно до статуту.

12.5. Реорганізація Організації здійснюється за рішенням Загальних Зборів, якщо за це проголосувало не менше три четвертих присутніх учасників Загальних зборів шляхом злиття, поділу, приєднання або перетворення.

12.6. Порядок та правові наслідки припинення діяльності Організації шляхом саморозпуску, реорганізації або заборони (примусового розпуску) Організації визначається відповідно до цього Статуту та чинного законодавства України.

12.7. Передбачається передача активів одній або кільком неприбутковим Організаціям відповідного виду або зарахування до доходу бюджету у разі припинення юридичної особи (у результаті її ліквідації, злиття, поділу, приєднання або перетворення).

Засновники:

1. Куранда Юлія Вікторівна _____
2. Капуста Ірина Валеріївна _____
3. Пащенко Володимир Володимирович _____
4. Каваціук Богдан Олегович _____
5. Кузьменко Максим Ігорович _____
6. Діденко Владислав Васильович _____
7. Саввін Олексій Ігорович _____