

5. Ярошенко Ф.О., Павленко В.Л. Історія податків та оподаткування в Україні: Навчальний посібник. – Ірпінь.: Академія ДПС України, 2002. – 240 с.
6. Мельник В.М. Адміністрування податків в історичній ретроспективі // Фінанси України. – № 10, – 2005. – С. 43–50.
7. Білик О.А. Еволюція податкових органів на селі у 20 – 30 роки XX століття: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gv/2010_16/articles/9_Bilik.pdf

УДК 005.35

Л.П. Петрашко,
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана,
м. Київ

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ БЛАГОДІЙНОСТІ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Проаналізована та оцінена практика застосування інструментів благодійної діяльності міжнародних та українських компаній в контексті включення благодійних програм в стратегічні орієнтири компаній та гармонізації їх філантропічних та бізнес – інтересів, розроблений механізм адаптації визначеної практики до реалій українського бізнес середовища.

Проанализирована и оценена практика применения инструментов благотворительной деятельности международных и украинских компаний в контексте включения благотворительных программ в стратегические ориентиры компаний и гармонизации их филантропических и бизнес – интересов, разработан механизм адаптации названной практики к реалиям украинской бизнес среды.

The practice of charity instruments of international and Ukrainian companies was analyzed and evaluated in the context of the inclusion of charitable programs in the strategic orientation of companies and the harmonization of their philanthropic and business interests, a mechanism of adaptation of the mentioned practices to the realities of the Ukrainian business environment is developed.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), корпоративна благодійність, інструменти корпоративної благодійності (філантропії), благодійна організація, операційна програма, грантова програма, благодійний фонд, волонтерська програма, pro-bono послуги.

Постановка проблеми. Корпоративна благодійність – це повноцінний прояв корпоративної соціальної відповідальності компаній. Стратегічна корпоративна благодійність визначається, як діяльність, що забезпечує реалізацію довгострокових цілей компанії; гармонізує інтереси отримувачів допомоги та донорів за відсутності бізнес вигоди для компанії – донора; розширює інструментальне забезпечення філантропії за рахунок використання наряду з традиційними інструментами і нетрадиційних, а саме: волонтерства, програмного підходу до благодійної допомоги, конкурсного фінансування, соціального інвестування, регіонального між секторного партнерства. Використання тих чи інших форм та інструментів надання благодійної допомоги залежить від активів, які компанія використовує у своїй благодійній діяльності, а саме: фінансових ресурсів; товарів, майна, послуг; часу; професійних навичок співробітників.

Аналіз останніх досліджень. Рамки професійних дискусій щодо оцінки практик корпоративної благодійної діяльності компаній та пошуку шляхів розповсюдження ефективних технологій та практичних моделей управління

соціальними та благодійними програмами досить широкі як у міжнародному та і в вітчизняному масштабах [1-10]. Американський, європейський та російський досвід сфери корпоративної філантропії проаналізований в роботах Туркина С., Симпсон С., Івченко С., та інших [1,2,3,4,5]. Експерти визначають практичний інструментарій благодійної діяльності компаній в контексті використаних ресурсів. [2, 5 - 10]. В українському суспільстві застосування різноманітних інструментів благодійної діяльності компаній носить поки що епізодичний та несистемний характер. [6-10]. На сьогодні існує нагальна потреба в окресленні формату стратегічної благодійної діяльності компанії та розробці механізму адаптації її інноваційних інструментів до реалій українського бізнес – середовища.

Ціллю нашого дослідження є систематизація міжнародного та вітчизняного досвіду щодо застосування інструментарію благодійної діяльності компаній, оцінка практичних моделей і інструментів реалізації корпоративної благодійної діяльності міжнародних та українських компаній, розробка механізму адаптації інноваційних інструментів визначеної практики в українському бізнес – середовищі.

Результати дослідження. Дослідження процесів розвитку благодійної діяльності в Україні проводились в період з 2005 (благодійний фонд «Творчий центр Каунтерпарт») по 2009 роки (Український форум благодійників). Обидва дослідження: «Корпоративна благодійність в Україні» благодійного фонду «Творчий центр Каунтерпарт» та «Практика благодійної діяльності бізнес – компаній в Україні: сучасний досвід» Українського форуму благодійників оцінювали практики та інструменти корпоративної філантропії міжнародних та вітчизняних компаній. [7-10, див. табл.1,2].

Таблиця 1

Практика використання інструментів корпоративної благодійності в українських компаніях, 2009 р. [Адаптовано 7, с.31-32]

Інструменти корпоративної благодійності	% до загальної кількості досліджуваних компаній (можливе паралельне використання декількох інструментів)
Адресна матеріальна допомога	68%
Власні операційні програми	68%
Допомога через спеціалізовану благодійну організацію	48%
Власна грантова програма	32%
Власний благодійний фонд	28%
Власні волонтерські програми	28%
Соціальний маркетинг	28%
Благодійна допомога товарами	16%
Pro-bono послуги	8%
Допомога через державну структуру	8%
Інше	16%

Таблиця 2
Приклади практик корпоративної філантропії (2005 – 2009 рр.) [Фрагмент авторського дослідження]

Назва компанії	Інструмент корпоративної філантропії	Зміст програми	Результат
Компанія «XXI Століття»	Адресна благодійна допомога	Реконструкція київського парку «Аврора» (бульвар Перова)	Вкладено 2 млн. гривень в облаштування 6 га території парку
«Концерн Галнафтогаз»	Адресна благодійна допомога	Інформаційна кампанія протидії торгівлі людьми	Встановлення рекламних щитів у прикордонних областях України (Львівська, Волинська, Закарпатська) на 12 АЗС ОККО
«Київстар»	Власна операційна програма	Надання допомоги групам людей: дітям – сиротам, самотнім літнім людям, ветеранам, людям з обмеженими можливостями	Покращення умов проживання 25 дитячих будинків та інтернатів, 11 геріатричних центрів, соціальна адаптація дорослих та дітей інвалідів.
Рекламна агенція «Euro RSCG Kiev»	Волонтерська програма «Art & Heart Euro RSCG Kiev» (понад 20 осіб)	Розробка дизайну інтер'єру та ремонт дитячої кімнати спеціалізованого закладу	Створення унікальної кімнати відпочинку матері та дитини в Українському медичному центрі реабілітації дітей з органічними ураженнями нервової системи МОЗ України
ПроКредит Банк	Pro-bono послуги	«Фінансова програма: Школа ПроКредит»	Навчання школярів молодших класів

Слід зазначити, що серед компаній українського бізнес середовища найбільш поширені інструменти корпоративної благодійності, базою яких є фінансові активи, а саме: адресна благодійна допомога, власні операційні і грантові програми, допомога через спеціалізовану благодійну організацію та створення власного благодійного фонду. [Табл.1]. Застосування інноваційних інструментів корпоративної філантропії: pro-bono послуги (надання безоплатних професійних послуг громадським і благодійним організаціям, незахищеним верствам населення), власних благодійних корпоративних фондів, програм корпоративного волонтерства досить широко застосовується в практиці благодійної діяльності міжнародних компаній, в українських компаній це скоріше виняток, аніж правило. Поясненням цьому може слугувати те, що з одного боку компанії не володіють відповідною термінологією та не можуть якісно співвіднести свою благодійну діяльність із загальноновживаними термінами, а з іншого боку, надання не грошової

допомоги у переважній більшості компаній носить доволі стихійний характер та не оформлене у відповідну програму компанії. Лише окремі структури використовують цей інструмент як один із стратегічних компонентів політики КСВ.

Для досягнення ефективності та результативності щодо впровадження інноваційного інструментарію благодійної діяльності в українське бізнес середовище необхідно розробити механізм адаптації. Механізм адаптації інноваційних інструментів благодійної діяльності до реалій українського бізнес середовища включає наступні етапи: визначення потреби, визначення оптимальних шляхів для популяризації інструментарію, розробка політики та мети благодійних програм для компаній, перелік та оцінка переваг визначених практичних інструментів, визначення процесу адміністрування потенційних проектів, програм, ініціатив, окреслення індикаторів оцінки успіху реалізації благодійних програм, забезпечення механізмів комунікації.

Приведемо, як приклад механізм адаптації корпоративного волонтерства для українських компаній. За рівнем розвитку «активного» волонтерства в світі визначають рівень розвитку та зрілості громадянського суспільства. Корпоративне волонтерство (КВ) – це діяльність компанії, яка здійснюється на засадах вільного вибору без фінансової мотивації та приносить користь, громаді, суспільству, волонтеру. Переваги реалізації програм КВ необхідно визначати у трьох аспектах: переваги для компанії (вирішення кадрових питань: професійний розвиток кадрів, формування командного духу компанії, профілактика та підтримка професійного азарту), переваги для громади (доступ до ресурсів, вирішення соціальних проблем, побудова ефективних комунікацій з бізнес структурами), переваги для співробітників (розвиток та вдосконалення навичок, новий життєвий досвід, самореалізація).

Основними підходи до розробки програм КВ є керованість топ – менеджментом та керованість самими співробітниками. Перший підхід повинен використовуватися, коли програми КВ включені до стратегії розвитку компанії. При використанні другого підходу роль компанії обмежена і є в основному просто ідеологічною підтримкою ініціатив своїх співробітників. Для українських компаній може бути запропонований формат програм КВ «гроші за вчинки», що означає внесок компанії в реалізацію соціальних проектів розраховується на основі робочого часу витраченого співробітниками при реалізації названих програм. Компанія може передати кошти, власну продукцію благодійним організаціям, в діяльності яких беруть участь співробітники – волонтери. Розмір благодійної допомоги визначається на основі відповідності вартості часу, витраченого працівниками, або ж на основі накопичення певної кількості волонтерських годин. Існує кілька альтернативних схем реалізації визначеного формату програм КВ: «банк часу», «бюджет» робочого часу, які пропонують гнучкий графік роботи, додаткові дні до відпустки для співробітників – волонтерів. Механізм адаптації програм КВ до реалій українського бізнес

середовища повинен включати розробку наступних етапів: окреслення кола потенційних учасників програм КВ, гармонізацію цілей КВ та бізнес цілей компанії, сумісність з іншими благодійними програмами, способи управління КВ, результат програми КВ, показники успішності КВ. систему інформування та систему звітності.

Висновки. Результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що корпоративна філантропія знаходить своє місце в бізнес середовищі України. Посткризовий розвиток стратегічної благодійності в світі обумовив появу інноваційних інструментів її реалізації. Серед них такі інструменти, як соціально відповідальне інвестування (створення власних та колективних фондів соціальних інвестицій): сканування, соціальне адвокатування, інвестування в громаду; соціальне підприємництво, соціальні венчурні фонди, корпоративне волонтерство. КВ – загальновизнаний інструмент реалізації благодійної діяльності компанії. Реалізація програм КВ принесе бізнес структурам комплексний набір переваг, які тісно пов'язані з соціально відповідальним веденням бізнесу, а саме: поліпшується макро - та мікро - середовище компаній, робочий клімат та командний дух її співробітників, зростає статус бізнесу в місцевій громаді.

Економічна результативність та соціальні здобутки компанії не повинні розглядатися окремо. Успішна реалізація стратегій корпоративної благодійності працює не тільки на імідж компанії в колі власних стейкхолдерів, а й дозволяє значно збільшити прибутки для акціонерів компанії. За умов підтримки держави, наслідування та адаптації досвіду успішних практик благодійної діяльності міжнародних та вітчизняних компаній корпоративна філантропія перетвориться у потужний ресурс розвитку корпоративної соціальної відповідальності компанії перед навколишнім середовищем, суспільством, громадою, соціально незахищеними верствами населення.

Список використаних джерел:

1. Туркин С, Симпсон С. Социальное измерение в бизнесе. Бизнес. Общество. Власть. – М.: Красная площадь, 2001. – 96с.
2. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства/ Пер. з англ.. С.Яринич. – К.: Стандарт, 2005.- 302с.
3. Burlingame D. Corporate Philanthropy at the Crossroads. Indiana:1998
4. Salamon, Lester M. America's Nonprofit Sector. A Primer. Second edition. The Independent Sector, 1999
5. Company Giving in Europe. A survey of different approaches to Community Involvement in Each of the Member States of the European Community with Case Studies of Good Practices. Brussels: European Foundation Centre, 1999
6. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) / Автори: О.В. Безпалько, Ю.М. Галустян, А.В. Гулевська-Черниш, Г.М. Лактіонова, Л.Б. Магдюк, Д.В. Непочатова, Л.М. Паливода/ за заг.ред. А.В. Гулевської-Черниш. – К.: Книга плюс, 2008. – 120с.
7. Практика благодійної діяльності бізнес – компаній в Україні: сучасний досвід (звіт за результатами дослідження) / Автори: А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський; за заг. ред.. А.Гулевської-Черниш. – К.: Салютіс, 2010. – 60 с.
8. Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине. – К.: ТЭФ ОЛБИ, 2008. – 160 с.

9. Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине. – К.: Оранта, 2007. – 138 с.

10. Благодійність бізнесу: корисно для себе – ефективно для інших. Інформаційно – методичний посібник /Автори: А.Гулевська – Черниш, О.Мацібох, Д.Мурашко, Д.Непочатова, Л.Паливода, Л.Сідельник, Ю.Щербініна, Л.Ярошенко; за заг. ред.. А.Гулевської – Черниш, Д.Непочатової. – К.: Книга плюс, 2009. – 152 с.

УДК 338.48

М. В. Босовська, к.е.н.,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕАЛІЇ ЗАСТОСУВАННЯ

Розкрито науково-теоретичні аспекти управління якістю послуг на підприємствах готельного господарства, проаналізовано методологічні аспекти удосконалення управління якістю, розроблено систему управління якістю на основі концепції TQM та сучасних принципів гостинності, а також обґрунтовано переваги використання даної системи якості на підприємствах готельного господарства.

Раскрыто научно-теоретические аспекты управления качеством услуг на предприятиях гостиничного хозяйства, проанализированы методологические аспекты совершенствования управления качеством, разработана система управления качеством на основе концепции TQM и современных принципов гостеприимства, а также обосновано преимущества использования данной системы качества на предприятиях гостиничного хозяйства.

It is opened scientific-theoretical aspects of quality management of services in the enterprises of hotel business, it is analysed methodological aspects of quality management, it is developed the control system of quality on the basis of concept TQM and modern principles of hospitality and also it is based advantages of using this system of quality in the enterprises.

Ключові слова: якість, управління якістю, система якості, готельне господарство, концепція TQM, стандарти ISO

У сучасних умовах функціонування та розвитку національної економіки, визначальним у забезпеченні високого іміджу та конкурентного статусу вітчизняних підприємств готельного господарства виступає ефективне управління якістю. Відповідно до ринкових тенденцій, успішними вважаються не ті організації, які просто виробляють продукцію у відповідності до стандартів або вимог споживачів, а ті, які забезпечують високий рівень задоволеності споживачів, власного персоналу, сприяють успіху постачальників та партнерів, допомагають у розв'язанні проблем суспільства і досягають при цьому довготривалих високих фінансових результатів. Забезпечення високої якості стає об'єктивною умовою існування, найважливішим фактором підвищення рівня обслуговування, гарантією соціальної та економічної безпеки в підприємствах готельного господарства. Саме тому, досить актуальним в період глобалізації є удосконалення управління якістю у підприємствах готельного господарства. Особливу актуальність набуває проблема забезпечення відповідного рівня якості послуг підприємств готельного господарства за умови недостатнього досвіду розвитку в Україні як сучасних концепцій управління якістю, так і менеджменту в