

Лаврів К. М.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти групи МА-411Б;

науковий керівник:

Литвиненко Л. Л.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
Національний авіаційний університет, м. Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ АВІАПЕРЕВІЗНИКІВ У МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Соціально відповідальна поведінка авіапідприємства передбачає здійснення бізнес-діяльності з урахуванням впливу на соціальну, економічну та екологічну сфери. Це означає, що авіапідприємство приймає до уваги не тільки економічні аспекти своєї діяльності, але й соціальні та екологічні наслідки своїх дій. Соціальна відповідальність авіапідприємств є важливою складовою їх успіху. Досягнення більш високого рівня соціальної відповідальності може допомогти авіакомпаніям зміцнити свою репутацію, сформувати позитивний імідж і збільшити лояльність клієнтів, що може створити необхідні умови для підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності. Це актуалізує питання розгляду успішних практик соціально відповідальної поведінки авіапідприємств з урахуванням сучасних вимог та перспективних тенденцій розвитку ринку авіаперевезень.

За наявних умов сучасні авіапідприємства повинні володіти емпатією, що допомагає в розумінні проблем тих, чий інтереси є ключовими для визначення напрямків розвитку [1]. Це, передусім врахування потреб клієнтів для створення відповідної цінності при наданні послуг авіаперевезення. Це буде також вкладатися в соціально відповідальну поведінку авіаперевізників.

Авіапідприємство може займатися зменшенням викидів в атмосферу та покращенням якості повітря, а також забезпеченням високих стандартів безпеки польотів та захистом прав пасажирів. Крім того, авіакомпанії можуть брати участь у благодійних проєктах та сприяти соціальному розвитку регіонів, в яких вони здійснюють свою діяльність. Важливим аспектом соціальної відповідальної поведінки авіапідприємств є взаємодія з громадськістю та іншими стейкхолдерами. Авіакомпанії можуть проводити відкриті діалоги зі споживачами, ділитися інформацією про свою діяльність та відповідати на запитання та зауваження.

Соціально відповідальна поведінка авіапідприємств може мати позитивний вплив на місцеву економіку, зокрема, сприяти розвитку туризму та інших галузей, пов'язаних з авіаційною діяльністю [2;3]. Так, авіакомпанії можуть домовлятися з місцевими готелями та іншими підприємствами про співпрацю з метою приваблення туристів та покращення якості послуг. Крім того, вони повинні забезпечувати пасажирів достатній рівень інформації про права та обов'язки відповідно до міжнародних стандартів.

Одним із проявів соціальної відповідальності авіапідприємств може бути зменшення впливу авіації на довкілля. Для цього можуть використовуватися більш екологічно чисті види палива, зменшуватися викиди шкідливих речовин у повітря, а також забезпечуватися ефективне використання ресурсів з одночасним зменшенням відходів. Наприклад, авіапідприємства можуть використовувати нові технології та інноваційні підходи до бізнес-процесів з метою зменшення впливу на екологія та підвищення ефективності роботи. Також вони можуть розробляти та впроваджувати соціальні та екологічні проекти, спрямовані на поліпшення умов проживання людей та збереження природних ресурсів.

Соціально відповідальна поведінка авіапідприємств передбачає створення рівних можливостей для всіх працівників та дотримання їхніх прав забезпечення безпеки та охорони здоров'я на робочому місці, рівних умов праці та оплати праці, дотримання прав людини та боротьбу з дискримінацією.

Одним із яскравих прикладів соціальної відповідальності є успішна практика авіакомпанії “Emirates Airline”, що реалізує ряд проектів з підтримки соціального розвитку та захисту довкілля:

- підтримка біологічного різноманіття: Emirates підтримує проекти із захисту ареалів певних видів, а також допомагає відновлювати втрачені природні середовища;

- благодійність: Emirates співпрацює зі швейцарською гуманітарною організацією «Дитячий світ» та іншими благодійними організаціями, щоб надавати допомогу дітям та молоді в різних країнах світу;

- зменшення впливу на довкілля: Emirates працює над зменшенням шкідливого впливу своїх операцій на екологію, включаючи впровадження програми збору та переробки відходів, використання екологічно чистих технологій тощо;

- розвиток спорту: Emirates підтримує проекти спортивного розвитку, включаючи спонсорство футбольних команд та важливих спортивних подій;

- підтримка громадського здоров'я: Emirates допомагало в боротьбі з пандемією COVID-19 шляхом надання медичного обладнання та ресурсів [5].

Отже, Emirates демонструє свою здатність бути лідером в корпоративній соціальній відповідальності, підтримуючи проекти, які позитивно впливають на довкілля та спільноту, а також покращуючи життя людей через благодійність та соціальні програми. Крім того, Emirates активно працює над зменшенням свого власного впливу на довкілля та покращенням умов для своїх співробітників. Наприклад, компанія проводить низку заходів зі зменшення використання пластику (використання біопластику на борту літаків). Emirates також підписала міжнародну угоду про зменшення викидів від літаків та підтримує розвиток сталого пального.

У цілому, Emirates продемонструвала високий рівень соціальної відповідальності в своїх діях та проектах, що позитивно впливає на довкілля та людей у всьому світі.

Соціально відповідальна поведінка авіаперевізників безпосередньо пов'язана з реалізацією етичних цілей, що полягають у встановленні та дотриманні високих моральних та етичних стандартів у всіх аспектах їхньої

діяльності. Це означає, що авіапідприємства повинні дотримуватися правил та принципів, що визначаються не тільки законодавством, а й загальними етичними нормами.

Одна з головних етичних цілей авіапідприємств – забезпечення безпеки пасажирів та екіпажу. Це означає, що авіакомпанії повинні забезпечувати належний рівень технічної підготовки та обслуговування повітряних суден, а також дотримуватися вимог до персоналу, який здійснює польоти. Також, етичні цілі авіапідприємств включають забезпечення рівних умов для всіх пасажирів без дискримінації. Крім того, авіапідприємства повинні бути екологічно відповідальними та дотримуватися вимог наявних екологічних стандартів та норм. Це може означати використання більш ефективних технологій, що забезпечують зменшення викидів CO₂ та інших шкідливих речовин у повітря, а також зменшення кількості відходів та екологічної шкоди від діяльності авіакомпаній.

Отже, етичні цілі авіапідприємств включають безпеку, рівність та екологічну відповідальність. До інших етичних цілей авіапідприємств можна віднести:

- дотримання прозорості та відкритості у відносинах з клієнтами та партнерами;
- забезпечення дотримання прав працівників;
- забезпечення високої якості послуг та продуктів;
- підтримка розвитку громад та реалізація соціальних проєктів;
- дотримання культурної та етичної спадщини.

Отже, етичні цілі авіапідприємств допомагають забезпечити не тільки успішну діяльність компаній, але й їхню відповідальність перед пасажирями, працівниками, громадами та природою.

Існує декілька методів для вирішення етичних проблем в авіаційній індустрії, що відповідає принципам соціально відповідальної поведінки:

- Розробка та впровадження етичних стандартів та кодексів поведінки для авіапідприємств, що може включати принципи етичної поведінки, правила взаємодії з пасажирями, принципи соціальної відповідальності тощо. Ці стандарти повинні бути зрозумілі та доступні для всіх працівників авіакомпаній.

- Залучення до співпраці всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів): представників уряду, міжнародних організацій, громадськості чи представників інших авіакомпаній та пасажирів. Це допомагає забезпечити широку підтримку для вирішення етичних проблем та забезпечити більш демократичне прийняття рішень.

- Забезпечення незалежного нагляду за діяльністю авіапідприємств. Це може бути здійснено за допомогою незалежних органів, таких як органи державного регулювання, профспілки тощо. Нагляд за діяльністю авіакомпаній забезпечує дотримання етичних стандартів та правил.

- Використання механізмів саморегулювання. Авіапідприємства можуть встановлювати внутрішні механізми для саморегулювання діяльності, зокрема системи менеджменту якості, етичні комітети та інші. Це допомагає забезпечити ефективну контрольну систему та виявляти проблеми на ранніх стадіях.

- Підвищення рівня свідомості та навчання працівників авіапідприємств щодо етичних проблем шляхом проведення тренінгів, семінарів та інших форм навчання. Такий підхід допомагає збільшити рівень етичної свідомості працівників та допомагає зменшити ризик порушення етичних принципів.

- Прийняття рішень, спрямованих на досягнення балансу між економічними та соціальними цілями. Авіапідприємства повинні забезпечувати дохідність своєї діяльності, але при цьому не повинні забувати про свої соціально-етичні зобов'язання перед громадськістю [2-4].

Ці методи можуть бути використані авіапідприємствами для вирішення етичних проблем та забезпечення високого рівня етичної поведінки у галузі авіації. При цьому важливо, щоб керівництво авіакомпаній приділяло достатню увагу етичним питанням та дотримувалося встановлених етичних стандартів.

Для оцінки успішності застосування концепції корпоративної соціальної відповідальності авіапідприємствам можна застосовувати такий інструмент, як бенчмаркінг. Він дозволяє реально оцінити свої успіхи в порівнянні з наявними практиками інших компаній. Бенчмаркінг авіакомпаній є процесом порівняння продуктивності, ефективності й успішності роботи однієї авіакомпанії з іншими провідними гравцями на ринку. Це допоможе авіакомпаніям зрозуміти їхню поточну позицію на ринку порівняно з конкурентами, виявити сильні та слабкі сторони своєї діяльності та розробити адекватні стратегії для покращення своєї продуктивності й ефективності. Доцільне використання бенчмаркінгу при розгляді можливостей удосконалення авіакомпанією своєї соціально відповідальної поведінки.

Бенчмаркінг може включати порівняння таких показників, як ціни на квитки, кількість польотів, час перельоту, рівень обслуговування пасажирів, безпека польотів, показники фінансової діяльності й інші ключові показники. Ці дані можуть бути зібрані зі спеціалізованих джерел, зокрема галузевих звітів і баз даних, або шляхом аналізу публічних звітів авіакомпаній. Результати бенчмаркінгу можуть бути використані для розробки стратегій, які допоможуть авіакомпанії зменшити витрати, покращити якість послуг та збільшити свою конкурентоспроможність на ринку, при цьому продовжуючи проявляти соціально відповідальну поведінку.

Зроблено висновок, що соціальна відповідальність авіапідприємств є ключовим елементом їхньої стратегії, який дозволяє їм розвиватися та діяти в інтересах суспільства, економіки та довкілля. Реалізація принципів соціальної відповідальності може сприяти підвищенню довіри споживачів, зміцненню позицій на ринку та досягненню стійкого розвитку. Це свідчить про необхідність соціально відповідальної поведінки авіапідприємств у сучасному міжнародному середовищі.

Список використаних джерел

1. Росс М. Емпатія в бізнесі. Співпереживання як двигун корпоративного успіху. К.: Yakaboo Publishing, 2021. 232 с.

2. Kyrylenko O., Novak V., Podrieza M. Key aspects of corporate responsibility of aviation enterprises. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*. 2023. Vol. 20. P. 38–45.

3. Ovdiienko O.V. Theoretical and practical aspects of corporate social responsibility tools usage by aviation companies. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*. 2023. Vol. 17. P. 43–56.

4. Sushchenko R., Zapara Y., Saienko V., Kostiusenko V., Lytvynenko L., Pron S. Urban transport, logistics, and tourism: Review of a cutting-edge socially-oriented approach to industrial development. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*. 2023. № 22(1). P. 101–111.

5. Офіційний сайт Emirates Airline. URL: <https://www.emirates.com/ua/english/> (дата звернення: 15.02.2024).

Лазоренко Л. В.,

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту, маркетингу
та публічного управління;*

Єгорова А. С.,

студентка групи 21.29;

Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Політика міжнародних продажів, сформульована на основі цілей і завдань продажів, та повинна узгоджуватися із загальною бізнес-філософією компанії та курсом дій (напрямок), який приймає компанія. Крім того, міжнародна збутова політика компанії повинна слугувати основою для формування її постачальницької, технологічної, інноваційної та фінансової політики [1, с. 38].

З метою формування ефективної міжнародної збутової політики підприємства в умовах ринкового бізнесу розроблено дерево цілей (рис. 1), яке відображає загальні цілі підприємства та є запорукою їх реалізації.

Загальні цілі підприємства окремо поділяються на три частини, а саме: максимальна стабільність і ефективність діяльності, задоволення матеріальних і духовних потреб суспільства, задоволення матеріальних і духовних потреб керівництва компанії, власників і співробітників.

У рамках загальної мети політики міжнародних продажів було обрано дві під цілі першого рівня:

1) зростання обсягів збуту і частки ринку;

2) забезпечення стабільності економічного становища підприємства та три під цілі другого рівня:

• Задоволення потреб споживачів;