

Корпоративна соціальна відповідальність вітчизняних авіаперевізників

Карпенко Н.М.

кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці
Запорізького національного технічного університету

Ямчук Г.М.

агент служби організації перевезень
Товариства з обмеженою відповідальністю «Транс Аерохендлінг»

У статті розкрито соціально-економічну сутність корпоративної соціальної відповідальності. Виконано дослідження корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних авіаперевізників та представлено зарубіжний досвід відповідальності. Окреслено стратегічні пріоритетні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, авіаперевізнак, пасажиропотік, корпоративна культура, імідж компанії.

Карпенко Н.Н., Ямчук А.Н. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ АВИАПЕРЕВОЗЧИКОВ

В статье раскрыта социально-экономическая сущность корпоративной социальной ответственности. Выполнено исследование корпоративной социальной ответственности отечественных авиаперевозчиков и представлен зарубежный опыт ответственности. Определены стратегические приоритетные направления развития корпоративной социальной ответственности в Украине.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, авиаперевозчик, пассажиропоток, корпоративная культура, имидж компании.

Karpenko N.M., Yamchuk G.M. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF DOMESTIC AIR CARRIERS

The article deals with the socio-economic essence of the corporate social responsibility. The research of corporate social responsibility of domestic air carriers is carried out and the foreign experience of responsibility is presented. Strategic priority directions of development of corporate social responsibility in Ukraine are outlined.

Keywords: corporate social responsibility, air carrier, passenger traffic, corporate culture, company image.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сталий економічний розвиток України, інтеграція до світового співтовариства вимагають сучасної взаємодії суспільства, держави і бізнесу, головною умовою якого є реалізація принципів соціальної відповідальності як дієвого механізму для вирішення глобальних проблем людства. Забезпечення збалансованого вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем в Україні можна досягти через практику соціально відповідальної діяльності, яка має виступити в ролі об'єднуючої національної ідеї. Вагома роль у формуванні соціально відповідального середовища належить бізнесу, який своєю власною практикою та залученням до неї свого персоналу здатен реалізовувати принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та практичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності ґрунтовно досліджували відомі зарубіжні науковці: М. Альберт, П. Друкер, Ф. Котлер, А. Керролл, Г. Боуен, К. Левін та ін. В Україні дослідженням корпоративної соціальної відповідальності займалися такі вітчизняні вчені, як О. Грішнова, Г. Міщук, С. Мельник, В. Марченко, В. Шаповал та ін. Зазначені науковці визначили роль та основні положення соціальної відповідальності, дослідили стан корпоративної соціальної відповідальності українських компаній в умовах кризових явищ, обґрунтували напрями та перспективи розвитку соціальної відповідальності в Україні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання корпоративної соціальної відповідальності досить широко

представлені в науковій літературі, проте залишаються не охопленими галузеві особливості формування та реалізації соціально відповідальної практики. Бракує досліджень щодо соціальної відповідальності підприємств авіаційної галузі. Отже, незначний рівень наукової розробленості та її суспільне значення зумовили актуальність дослідження корпоративної соціальної відповідальності авіаперевізників.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження стану корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних авіаперевізників та обґрунтування напрямів її розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поширення у світовій практиці системи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) припадає на 60–70-ті роки ХХ ст., що було пов'язано із загостренням конкуренції та становленням низки суспільних інститутів, які почали вимагати від бізнесу дотримання певних стандартів та контролювати рівень їх дотримання. КСВ забезпечує у розвинутих економіках високу ефективність діяльності та інноваційний розвиток виробництва, сприяє поліпшенню рівня життя населення, оскільки, крім підвищення власного іміджу, компанії актуалізують та допомагають вирішувати не лише локальні, а й глобальні проблеми розвитку суспільства. Поряд із поліпшенням економічних результатів підприємств, концепція КСВ сприяє покращенню соціальних показників, підвищенню конкурентоспроможності та зростанню продуктивності праці. Реалізують таку практику переважно транснаціональні корпорації, холдинги, компанії, які здійснюють значний вплив на оточуюче середовище та володіють значними фінансовими можливостями: Nestle SA, China Huadian Corporation, Hewlett Packard Company, Intel Foundation, General Electric, IKEA та ін. в напрямі поліпшення екологічної ситуації, забезпечення якісної освіти та розвитку системи управління персоналом.

Розбіжність наукових поглядів зумовлює чималу кількість трактувань поняття КСВ. Її визначають як: «просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу й суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного і мінімізації негативного впливу бізнесу на суспільство»; обов'язок суб'єкта господарювання діяти відповідно до рішень, які тією чи іншою мірою виходять за рамки його безпосередніх економічних інтересів; нагальну необхідність для установ здійснювати в межах наявної економічної системи операції,

які відповідали б інтересам і потребам різних соціальних кругів і організацій [2–4]. Тобто КСВ – це добровільні зобов'язання бізнесу просувати власну практику відповідальності щодо наслідків своєї діяльності та прийнятих рішень, які узгоджуються із прийнятими в суспільстві нормами та вимогами і сприяють розвитку бізнесу й суспільної громади у цілому.

В Україні концепція КСВ почала набувати все більшої актуальності вже на початку ХХІ ст. Її поширюють та намагаються інтегрувати у свою ділову активність насамперед великі вітчизняні підприємства та організації, серед яких вагоме місце належить переважно експортоорієнтованим підприємствам та структурам авіаційного сектору. Загалом авіація визнається однією з важливих галузей національної економіки, ефективне функціонування якої є базовим чинником стабілізації, структурних перетворень, розвитку зовнішньоекономічної діяльності, забезпечення захисту національних інтересів. Тому переорієнтація на розвиток людського потенціалу і збереження сприятливого екологічного середовища, що визнаються умовами сталого розвитку, зумовлює впровадження КСВ в авіаційний сектор.

Функціонування авіаційної галузі України регламентується міжнародними документами та конвенціями IATA, Повітряним кодексом України, Законом України «Про транспорт» тощо. Найбільшими представниками галузі є авіаперевізники (авіаційні перевізники), які, згідно з Повітряним кодексом України, визначаються як «суб'єкт господарювання, що надає послуги з перевезення пасажирів, вантажу, пошти повітряним транспортом» [6].

Найбільшим авіаперевізником України є компанія «МАУ» (Міжнародні авіалінії України), яка була заснована Асоціацією цивільної авіації України та ірландською лізинговою компанією GPA у 1992 р. для здійснення регулярних та чартерних перевезень. Сьогодні авіакомпанія має власний парк літаків, який нараховує 45 повітряних суден типу Boeing та Embraer. Задля забезпечення та підвищення якості наданих послуг авіакомпанія сформувала програму розвитку та поступово оновлює власний флот літаків повітряними суднами нового типу. Сьогодні середній вік повітряного парку МАУ становить 11,3 роки.

Авіакомпанія МАУ постійно нарощує обсяг пасажиропотоку, що зумовлюється відкриттям нових маршрутних перевезень, постійним підвищенням рівня сервісного обслуговування пасажирів. За 2010–2017 рр. кількість перевезених пасажирів зросла на 407,6% (рис. 1), на

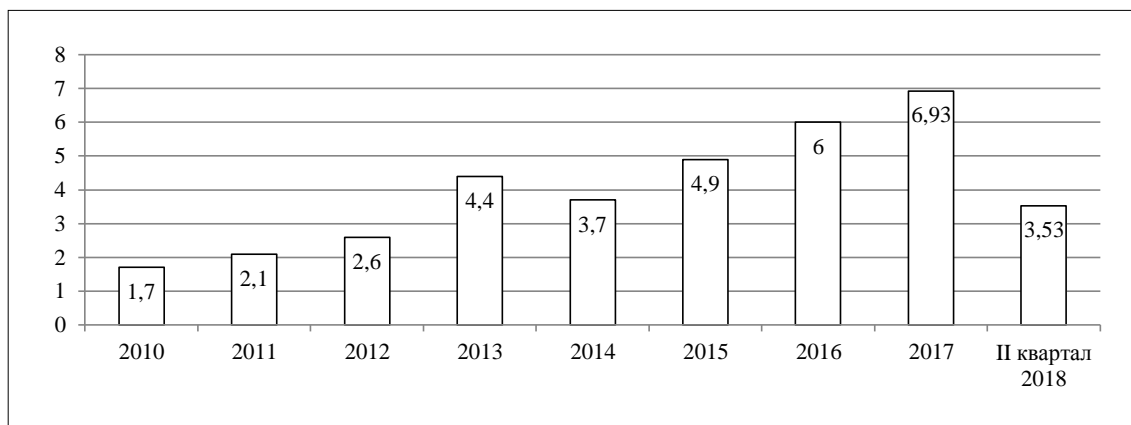


Рис. 1. Обсяг пасажиропотоку авіакомпанії «МАУ», млн. осіб

Джерело: складено на основі [8]

що значно вплинув безвізовий режим із країнами Європейського Союзу.

Сьогодні МАУ пройшла програму Аудиту з безпеки IATA й оцінки системи менеджменту та контролю, що підтверджує її орієнтованість на стандарти безпеки й якості. Вона має власну мережу хендлінгу, що, крім можливості постійного контролю над якістю наданого сервісу, сервісних послуг як пасажиром, так і партнерам, також сприяє підвищенню зайнятості через додаткові робочі місця. Піклуючись про власний персонал, МАУ має власний учбовий центр, метою якого є надання професійної підготовки та перепідготовки фахівців в авіаційному секторі відповідно до вітчизняного та міжнародного законодавства. Крім того, учбовий центр надає послуги і для сторонніх організацій та хендлінгів.

Авіаперевізник МАУ є визнаним лідером, що практикує власну комплексну програму корпоративної відповідальності «Під крилом». Ця програма має благодійні та волонтерські спрямування, згідно з якою агенти з бронювання авіаквитків передбачають до 90 пільгових квитків за ціною 10 грн. Керуючись принципом прозорості рішень, для корпоративної програми було створено спеціальну Експертну раду, що проводить аналіз заповнених анкет про надання пільгового квитка [8]. Однак попри зазначені програми та постійну публікацію звітів щодо фінансово-господарських показників діяльності й інформації про посадкових осіб із часу заснування компанії та впровадження практики КСВ не було сформовано жодного звіту із соціальної відповідальності. Підприємство має власний статут, проте в організації відсутній кодекс корпоративного управління, що вказує лише про започаткування принципів КСВ у власній діяльності.

Дослідження офіційних сайтів інших авіаперевізників України доводить, що, крім зазначеного, повністю відсутня будь-яка інформація щодо розвитку та впровадження принципів КСВ. Кожен авіаперевізник надає лише ту інформацію, яка стосується його послуг, а інформація щодо власного персоналу (чисельність працівників, кадрова політика, система мотивації, програма розвитку, етичний кодекс організації) та заходів КСВ відсутня. Жоден авіаперевізник не турбується про стан навколишнього середовища, оминаючи екологічну відповідальність, хоча й спричиняє негативний вплив на нього.

Вагомим чинником реалізації принципів КСВ авіакомпаній, окрім надання якісних послуг авіаперевезень, є також своєчасний виліт повітряного судна. Міністерство інфраструктури України у серпні 2018 р. представило рейтинг пунктуальності українських авіаперевізників порівняно із зарубіжними (табл. 1).

Серед усіх авіаперевізників вчасно здійснювали рейси лише дві українські компанії – «Мотор Січ» і Windrose з пунктуальністю 86,7–90,8%, коли затримка становила не більше двох годин. Як правило, найнижчий відсоток пунктуальності у тих, хто здійснює лише (чи переважно) чартерні перевезення та має застарілий парк літаків, які потребують багато часу на технічне та ремонтне обслуговування.

Зарубіжні авіаперевізники мають вищий рейтинг пунктуальності. Частково це пов'язано з більшою залученістю до соціальної відповідальності. Розглянемо практику найбільшої авіакомпанії Турецької Республіки Turkish airlines, яка здійснює регулярні та чартерні перевезення й є своєрідним прототипом вітчизняної авіакомпанії «МАУ». На 2018 р. парк літаків Turkish airlines нараховує 118 повітряних

суден типу Boeing та 158 типу Airbus, а середній вік повітряного парку становить 11 років. Велика кількість напрямів авіап перевезень (близько 300 у 120 країн світу) зумовлює численний пасажиропотік авіакомпанії (рис. 2).

Великі обсяги перевезених пасажирів та їх задоволеність свідчать про позитивний імідж авіакомпанії та високу якість надання послуг. Turkish Airlines заснована ще в 1932 р., і з тогу часу авіакомпанія постійно підвищує свою привабливість перед пасажирами, що робить її однією з найкращих в Європі (за дослідженням консалтингової компанії Skytrax визнана найкращою в Європі за 2010–2014 рр.) та конкурентоспроможною на міжнародному ринку авіаційних перевезень.

За довгу історію функціонування в Turkish Airlines сформувалася власна корпоративна культура, якій відведено велику об'єднуючу роль для працівників, що працюють у різних країнах світу. Принципи корпоративної культури зводяться до змісту: «Ми – команда»; «Ми –

сім'я»; «Ми гостинні»; «Ми пишаємося своєю надійністю»; «Ми швидко реагуємо на зміни та потреби». КСВ перед персоналом компанії полягає у справедливій заробітній платі, гідних умовах праці та ефективній системі мотивації працівників. Компанія приймає безпосередню участь у навчанні персоналу через організацію курсів, тренінгів, семінарів для підвищення рівня знань та кваліфікації працівників. Не забуваючи про важливість екологічного складника КСВ, керівництво авіаперевізника має власну екологічну політику, головним досягненням якої вважається створення в 2014 р. меморіального лісу у 19 містах Турецької Республіки. Для кожного пасажир-немовля, який літає Turkish Airlines, продовжують садити саджанець. Саме використання Turkish Airlines в основі своєї діяльності принципів КСВ сприяє зростанню позитивних відгуків пасажирів, численних нагород в авіаційних конкурсах, великої кількості повітряних маршрутів авіап перевезень та постійно зростаючому обсягу пасажиропотоку.

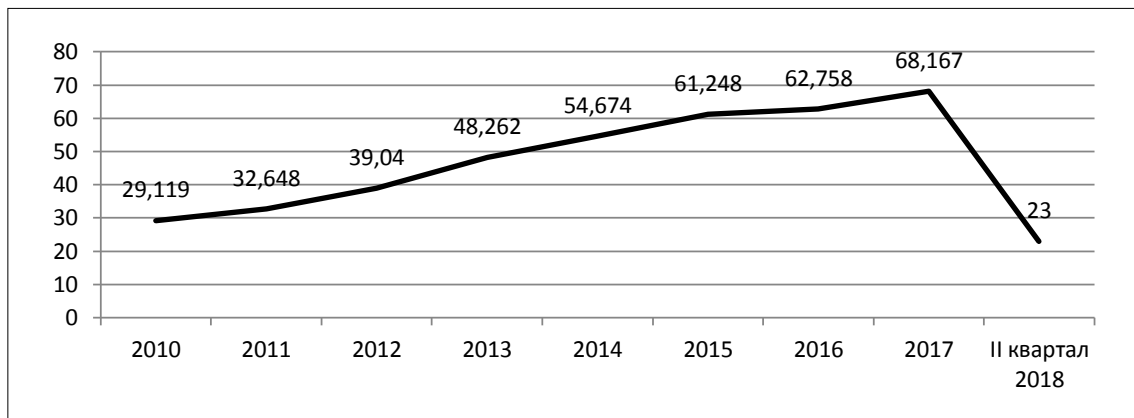


Рис. 2. Пасажиропотік авіакомпанії Turkish Airlines, млн. осіб

Джерело: складено на основі [9]

Таблиця 1

Порівняльна характеристика пунктуальності українських та зарубіжних авіаперевізників

№	Український авіаперевізник	Відсоток пунктуальності	№	Зарубіжний авіаперевізник	Відсоток пунктуальності
1	Windrose	90,8%	1	Alitalia	96,8%
2	«Мотор Січ»	86,7%	2	Belavia	92,8%
3	«Міжнародні авіалінії України»	73,8%	3	Qatar Airways	91,8%
4	Azur Air Ukraine	67,5%	4	Austrian Airlines	86,4%
5	Anda Air	40,4%	5	Turkish Airlines	81,6%
6	YanAir	39,0%	6	British Airlines	80,6%
7	SkyUp	38,8%	7	FlyDubai	77,4%
8	Bravo Airways	38,7%	8	Lot	27,9

Джерело: складено на основі [7]

Отже, саме сформованість соціально відповідальної поведінки організації сприяє формуванню її сильної корпоративної культури та зростанню продуктивної діяльності персоналу, мотивує до вільного обміну інформацією в колективі, розвитку і самовдосконалення. Зadowolений, висококваліфікований і високомотивований персонал забезпечує високу якість послуг і формує позитивний імідж компанії, сприяє підвищенню її конкурентоспроможності та стратегічному розвитку. Підвищуючи якість послуг, відкриваючи нові повітряні маршрути та створюючи власний імідж престижного авіаперевізника, вітчизняні компанії зможуть конкурувати зі світовими лідерами авіаперевезень.

Висновки з цього дослідження. Отже, теоретичні положення та зарубіжна практика реалізації принципів КСВ доводять позитивний ефект від запровадження та розвитку відповідальності. Поступово формуючи власну політику КСВ, авіаперевізники здатні поліпшити власний імідж відповідального підприємства, яке турбується про своїх працівників, споживачів і навколишнє середовище, підвищує якість послуг. Для цього потрібно: включати стратегічні заходи КСВ у стратегію корпоративного розвитку, започаткувавши стандарти звітності у своїй програмі соціально відповідального ставлення підприємства; впроваджувати політику відповідального ставлення організації до своїх найманих

працівників; збільшувати бюджети на заходи з КСВ; навчати персонал соціальній відповідальності на рівні з іншими бізнес-цілями та виховувати у них принципи відповідальності серед працівників; формувати чітке уявлення щодо змісту соціальної відповідальності як суспільного явища, у розвитку якого повинні брати участь усі; підвищувати якість ділової культури; розробляти напрями розвитку соціальних відносин на підприємстві та у його зовнішньому середовищі; здійснювати моніторинг виконання зобов'язань тощо.

Для впровадження принципів КСВ в українській авіаційній галузі необхідно на державному рівні запровадити практику формування та висвітлення звітності із соціальної відповідальності, сприяти поширенню практики соціально відповідальної поведінки. Державна влада має стимулювати авіаперевізників до реєстрації нових бортових суден і розвитку нових маршрутів. Важливими напрямками розвитку КСВ вітчизняних авіаперевізників мають стати відкрита та прозора діяльність, системність та вільний доступ до інформації про організацію, сформована корпоративна культура. Реалізація авіакомпаніями практики соціальної відповідальності сприятиме поліпшенню якості послуг та екологічній безпечності навколишнього середовища, що підвищить імідж та рейтинг компаній на міжнародному ринку перевезень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Чигасова Н.М. Управління аеропортами в сучасних умовах. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. 2007. Вип. 19. С. 284–288.
2. Лазоренко Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2013. Вип. 1(14). С. 89–96
3. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему. Вісн. Хмельницьк. нац. ун. 2011. № 1. С. 228–233
4. Assurance Standard Revision Process. URL: http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/. Title from the screen.
5. Про транспорт: Закон України від 10 листопада 1994 р. № 232/94-ВР / Верховна Рада України. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z023200.html.
6. Повітряний кодекс України / Верховна Рада України. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T113393.html.
7. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/>.
8. Авіакомпанія «Міжнародні авіалінії України». URL: <https://www.flyuia.com/ua/ua/home>.
9. Авіакомпанія Turkish airlines. URL: <https://www.turkishairlines.com/ru-ru/>.

REFERENCES:

1. Chyghasova N.M. (2007) Upravlinnja aeroportamy v suchasnykh umovakh. Visnyk Dnipropetrovsjkogho nacionaljnogho universytetu zaliznychnogho transportu imeni akademika V. Lazarjana. Vyp. 19. S. 284-288.
2. Lazorenko L. V. (2013) Korporatyvna socialjna vidpovidalnjstj jak innovacijna strateghija biznesu. Visnyk Skhidnojevropejsjkogho universytetu ekonomiky i menedzhmentu. Vyp. 1 (14). S. 89–96

3. Beljavska K. S. (2011) Socialjna vidpovidalnistj biznesu: evoljucija poghljadiv na problemu. Visn. Khmeljnyc. nac. un. № 1. S. 228–233
4. Assurance Standard Revision Process.(2018) [Online], available at: http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/. – Title from the screen (Accessed 16 October 2018), (In Ukrainian).
5. Pro Transport: Zakon Ukrajiny vid 10 lystopada 1994 roku № 232/94-VR / Verkhovna Rada Ukrajiny. [Online], available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z023200.html (Accessed 16 October 2018), (In Ukrainian).
6. Povitryanjy kodeks Ukrajiny / Verkhovna Rada Ukrajiny. [Online], available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T113393.html (Accessed 16 October 2018), (In Ukrainian).
7. Ministerstvo infrastruktury Ukrajiny. (2018) [Online], available at: <https://mtu.gov.ua/> (Accessed 16 October 2018), (In Ukrainian).
8. Aviakompanija "Mizhnarodni avialiniji Ukrajiny. (2018) [Online], available at: <https://www.flyuia.com/ua/ua/home> (Accessed 16 October 2018), (In Ukrainian).
9. Aviakompanija "Turkish airlines". (2018) [Online], available at: <https://www.turkishairlines.com/ru-ru/> (Accessed 16 October 2018), (In Ukrainian).

Corporate social responsibility of domestic air carriers

Karpenko N.M.

Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor,
Assistant Professor of the Department of Human Resources Management
and Labour Economics,
Zaporizhzhya National Technical University

Yamchuk G.M.

Agent of the Organization of Transportation Services,
LLC "Trans Aerodyning"

In today's conditions, the study of the essence, principles and practice of implementing corporate social responsibility as an effective mechanism for solving global problems of mankind is becoming widespread. A significant role in shaping a socially responsible environment belongs to the business, which, through its own practice and the involvement of its personnel, is capable of implementing the principles of corporate social responsibility.

The work specifies that CSR is a voluntary commitment of the business to promote its own practice of responsibility regarding the consequences of its activities and decisions taken that are consistent with the norms and requirements adopted in society and promote the development of business and the community as a whole.

The concept of CSR is also reflected in the aviation industry, the effective functioning of which is the basic factor of stabilization, structural transformation, development of foreign economic activity, protection of national interests. From this, the reorientation to the development of human potential and the preservation of a favorable environmental environment

recognized by the conditions of sustainable development necessitates the introduction of CSR into the aviation sector. In addition to increasing economic performance, the concept of CSR contributes to the growth of the company's labor performance, its competitiveness and image market.

The purpose of the article is to study the status of corporate social responsibility of domestic air carriers and to substantiate directions of its development in Ukraine.

The article defines the socio-economic essence of corporate social responsibility in the article. The CSR research of domestic air carriers was carried out and its comparison with foreign CSR practices was made.

Based on the analysis of air carriers' activities, strategic priority directions of CSR development in Ukraine have been identified.

The practical value of the results obtained is that the main theoretical positions have been brought to the level of specific proposals that create the current efficient conditions for further enhancement of the CSR development of the aviation industry in Ukraine.