

СОЦІАЛЬНА МЕДИЦИНА І ФАРМАЦІЯ: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Рекомендовано д. фарм. н., професором О. М. Євтушенко

УДК 65 : 334 : 316.354 : 316.42 (614.2 + 615.1)

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко

Національний фармацевтичний університет, м. Харків. E-mail: kafyep@nuph.edu.ua

У статті висвітлено актуальні питання управління соціальною відповідальністю на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях. Проведено аналіз існуючих рейтингів соціальної відповідальності, репутації та сталого розвитку країн світу. Досліджено індекси сталого розвитку країн Східної Європи. Вивчено рейтинги соціально відповідальних компаній світу, які мають високий рівень ділової репутації та розвитку. Досліджено розподіл фармацевтичних підприємств за участю у соціальних програмах. Проаналізовано форми соціальних програм, які реалізують вітчизняні фармацевтичні підприємства. Розроблено методичку оцінки соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств. Доведено необхідність створення науково-практичних засад розвитку соціальної відповідальності у фармації.

Ключові слова: соціальна відповідальність; рейтинг; соціальна програма; фармацевтичне підприємство.

Постанова проблеми. Як показує досвід провідних фармацевтичних компаній світу, сьогодні фармацевтичні підприємства (ФП) мають усвідомити власну роль у житті країни, прагнути до перетворення на високотехнологічні, екологічно небайдужі, соціально відповідальні організації, які здатні забезпечувати населення якісними, безпечними та доступними за ціною лікарськими засобами (ЛЗ), необхідними для підвищення

якості життя населення. Тільки за цих умов у ФП є можливість йти шляхом сталого розвитку, враховуючи власні та суспільні потреби.

Проведені дослідження довели, що провідні зарубіжні фармацевтичні компанії значно випереджають вітчизняні у реалізації концепції соціальної відповідальності та сталого розвитку, соціальної політики та екологізації виробництва, визначивши ці аспекти як першочергові у порівнянні з економічною ефективністю діяльності. Здійснюючи інвестування в соціальний капітал та екологічну сферу, зарубіжні компанії поширюють свою діяльність на глобальному рівні.

О. В. Посилкіна – доктор фарм. наук, кандидат екон. наук, професор, завідувач кафедри управління та економіки підприємства Національного фармацевтичного університету (м. Харків)

Вони використовують ресурсо- й енергозберігальні технології, втілюють у життя довгострокові соціальні проекти і, як результат, отримують додаткові економічні вигоди у вигляді наданих державою пільг, формування лояльності споживачів, встановлення партнерських відносин з клієнтами та ін.

На відміну від них більшість українських ФП у внутрішньофірмовому менеджменті акцентують увагу на економічному боці бізнес-процесів і не приділяють достатньо уваги розвитку соціально відповідальної діяльності. А такий однобічний підхід до управління суперечить концепції стратегічної конкурентоспроможності та сталого розвитку. Отже, для досягнення високого конкурентного статусу вітчизняним ФП необхідно формувати, оцінювати та розвивати власну соціально відповідальну діяльність шляхом упровадження сучасних досягнень науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У фармації шляхи управління соціально-економічним розвитком та соціально відповідальною діяльністю ФП розроблялись у працях А. А. Котвіцької [4, 5, 8-10, 18], Є. Г. Книша [13, 14], З. М. Мнушко [6, 7], А. С. Немченко [8-10], О. Партишева [11], М. С. Пономаренка [12], О. В. Посилкіної [1-3], В. М. Толочка [15-17] та інших учених. Але, незважаючи на значний науковий внесок цих науковців, недостатньо опрацьованими залишаються методичні аспекти формування і комплексного управління належною системою соціальної відповідальності на вітчизняних ФП в умовах упровадження на них систем менеджменту якості, що робить актуальним подальшу розробку цієї проблематики.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Отже, сьогодні актуальним є аналіз існуючих форм і напрямків соціально відповідальної діяльності ФП для розробки заходів з її удосконалення та розробки галузевої методики оцінки соціальної відповідальності ФП.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження існуючого рівня розвитку соціальної відповідальності суб'єктів фармацевтичної галузі та актуальних форм і напрямків реалізації соціальних програм вітчизняними ФП, а також розробка та апробація

галузевої методики оцінки соціальної відповідальності ФП.

Об'єктом дослідження є форми, методи і результати соціально відповідальної діяльності вітчизняних і зарубіжних фармацевтичних компаній.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в такому: визначено сутність та значення соціально відповідальної діяльності ФП в умовах розвитку інтеграційних процесів і менеджменту якості; визначено сутність сталого соціально-економічного розвитку (ССЕР) вітчизняних ФП; узагальнено досвід зарубіжних фармацевтичних компаній у сфері соціальної відповідальності; розроблено галузеву методику оцінки соціальної відповідальності ФП.

Викладення основного матеріалу дослідження. Забезпечення ССЕР є стратегічним завданням кожного підприємства, що позиціонує себе як соціально відповідальну організацію. ССЕР ФП – це гармонійний збалансований розвиток, в якому використання ресурсів, інвестиційний, інноваційний, інституціональний та екологічний менеджменти, менеджмент якості, а також менеджмент персоналу спрямовані на підвищення якості життя людей та задоволення потреб стейкхолдерів на основі взаємної вигоди. Сталий розвиток є запорукою ефективного функціонування ФП у стратегічній перспективі, він сприяє отриманню істотних переваг у конкурентній боротьбі, і відображенням результативності потенціалу соціально-економічних процесів. Із методологічного погляду сталий розвиток слід розглядати як концепцію щодо необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб суспільства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в підвищенні якості життя з урахуванням аспектів здоров'я, безпеки та чистоти довкілля. Учені-прихильники сталого розвитку вважають цю концепцію перспективною ідеологією XXI століття і навіть усього третього тисячоліття, яка з поглибленням наукової обґрунтованості витіснить усі наявні світоглядні ідеології, що є фрагментарними, неспроможними забезпечити збалансований розвиток цивілізації. Особливістю ССЕР є те, що це керований розвиток. Основою його керованості є системний підхід

Таблиця 1

ТОП-10 СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ КРАЇН СВІТУ, З НАЙВИЩИМ РЕЙТИНГОМ РЕПУТАЦІЇ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ [складено за джерелом 19]

Країна	Рейтинг / рік					
	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Канада	1	2	1	1	1	2
Норвегія	2	6	5	5	6	5
Швеція	3	3	2	3	2	1
Швейцарія	4	1	3	4	4	4
Австралія	5	5	4	2	3	3
Фінляндія	6	4	8	7	8	6
Нова Зеландія	7	8	7	6	5	–
Данія	8	7	6	8	7	7
Нідерланди	9	9	9	10	10	9
Бельгія	10	–	–	–	–	10
Австрія	–	–	10	9	9	8
Німеччина	–	10	–	–	–	–

та сучасні інформаційні технології, які дозволяють швидко моделювати різні стратегії збалансованого розвитку й обирати найбільш оптимальні. Однією зі складових забезпечення ССЕР ФП є побудова ефективної системи соціальної відповідальності, яка створює підґрунтя для формування сукупності стабільних партнерських відносин зі стейкхолдерами.

Соціальна відповідальність ФП передбачає здатність суб'єктів фармгалузі брати на себе зобов'язання фінансового, економічного, соціального й екологічного характеру за наслідки їхньої діяльності перед державою, суспільством, оточенням, персоналом, бізнес-партнерами та іншими зацікавленими сторонами, що передусім реалізується завдяки етичній поведінці й урахуванню інтересів та очікувань усіх стейкхолдерів, дотримання чинного законодавства і міжнародних стандартів на принципах добровільності і взаємної вигоди.

Сьогодні в усьому світі підвищується роль соціальної відповідальності не тільки бізнесу, але й країни, що є основою конкурентоспроможності бізнесу та важливою складовою його іміджу та репутації. Учені всього світу доводять наявність тісного зв'язку між рівнем соціальної відповідальності бізнесу та країни. Для підтвердження цієї гіпотези нами проаналізовані дані досліджень Міжнародного наукового інституту репутації (Country RepTrak від Reputation Institute Global CSR RepTrak 100) [19], який щорічно

проводить оцінку рівня репутації, сталого розвитку та соціальної відповідальності країн світу. Цей науковий інститут з головним представництвом у Нью-Йорку, має дослідні бази в 34 країнах світу, включаючи Україну. Дослідження охоплює 50 країн світу і враховує рівень народної довіри, захоплення, поваги і прихильності до них. Ці чотири складові розбиті на 16 категорій, які включають якість життя населення, стан бізнес-середовища, товари і послуги, а також красу природи і стан екологічної безпеки в країні. Ці та інші показники використовуються для визначення рейтингу країн за рівнем соціальної відповідальності та сталості розвитку (табл. 1).

За результатами проведеного дослідження, у 2015 році найбільш розвиненою і соціально відповідальною країною визнана Канада. Вона є абсолютним лідером за критеріями ефективності діяльності уряду, розвитку економіки і привабливістю навколишнього середовища. Наступні місця за Канадою посідають Норвегія, Швеція, Швейцарія та Австралія. Ці країни відомі своєю стабільністю, сильною демократією, високим ВВП та розвиненою соціальною інфраструктурою. Із 2009 року Україна підвищила свій рейтинг соціальної відповідальності та репутації на 10 пунктів. Так, у 2012-2013 рр. Україна посідала у рейтингу соціальної відповідальності країн 42 місце з 50, хоча у 2011 р. мала 40 позицію. У 2014-2015 рр. рейтинг України за цим індикатором не розраховувався.

Таблиця 2

ОЦІНКА ІНДЕКСУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇН СХІДНОЇ ЄВРОПИ
[складено за джерелом 21]

Країна	Індекс сталого розвитку									Рейтинг 2013 (серед наведених країн)
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
Україна	1,883	1,836	1,836	1,866	1,894	1,913	1,808	0,668	0,485	8
Росія	1,990	2,096	2,096	2,093	2,202	2,220	2,142	0,693	0,515	7
Польща	2,476	2,282	2,282	2,235	2,248	2,191	1,949	0,728	0,559	3
Румунія	2,082	2,149	2,149	2,091	1,960	1,950	1,941	0,519	0,519	6
Словаччина	2,495	2,396	2,396	2,408	2,395	2,447	2,324	0,755	0,601	2
Угорщина	2,400	2,350	2,350	2,327	2,324	2,331	2,240	0,749	0,601	4
Болгарія	2,222	2,101	2,101	2,129	2,162	2,150	2,112	0,696	0,549	5
Чехія	2,573	2,425	2,425	2,425	2,305	2,333	2,206	0,795	0,602	1

Аналіз динаміки сталого соціально-економічного розвитку країн Східної Європи, заснований на дослідженнях, проведених World Data Center for Geoinformatics and Sustainable Development [21] (табл. 2), дав можливість виявити, що, незважаючи на зростання індексу розвитку, Україна відстає від своїх сусідів, що акцентує увагу на необхідності запровадження сучасних механізмів управління розвитком як на макро-, так і на мікроекономічному рівнях. З метою визначення світових лідерів у галузі сталого розвитку

та соціальної відповідальності бізнесу нами проаналізовані результати досліджень Інституту репутації [19], в якому брали участь понад 55 тисяч респондентів. Десятка компаній-лідерів у 2010-2015 рр. наведена у табл. 3.

Жодна фармацевтична компанія світу в 2015 році у ТОП-10 не увійшла. Тобто, за рейтингом із соціальної відповідальності, можна сказати, що, незважаючи на те, що фармацевція, безумовно, є соціально відповідальною галуззю, світовими лідерами у сфері

Таблиця 3

ТОП-10 СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ КОМПАНІЙ СВІТУ З НАЙВИЩИМ РЕЙТИНГОМ РЕПУТАЦІЇ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ [складено за джерелом 19]

Рейтинг компанії	Компанія					
	2015	2014	2013	2012	2011	2010
1	Google	Google	Microsoft	Microsoft	Google	Google
2	BMW AG	Microsoft	The Walt Disney Company	Google	Apple Inc.	Vodafone Group plc
3	The Walt Disney Company	The Walt Disney Company	Google	The Walt Disney Company	The Walt Disney Company	Microsoft
4	Microsoft	BMW AG	BMW AG	BMW AG	Microsoft	Apple Inc.
5	Daimler	Apple Inc.	Daimler	Apple Inc.	Daimler	BMW AG
6	LEGO	LEGO	SONY	Daimler	SONY	SONY
7	Apple Inc.	BMW AG	Intel Corporation	Volkswagen	LEGO	IKEA
8	Intel Corporation	Intel Corporation	Volkswagen	SONY	BMW AG	Volkswagen
9	Rolls-Royce Aerospace	Rolex	Apple Inc.	Colgate-Palmolive	Volkswagen	United Parcel Service, Inc.
10	Rolex	Daimler	Nestle	LEGO	Intel Corporation	Intel Corporation

соціально відповідальної діяльності є рекламні компанії, компанії, що розробляють програмне забезпечення, компанії автомобілебудівної промисловості та компанії індустрії розваг. У ТОП-100 соціально відповідальних компаній світу 2015 року увійшли такі ФП, як Eli Lilly (67 місце), Novo Nordisk (73 місце), Bayer (77 місце), Roche (92 місце), Sanofi (93 місце), MSD (Merck Sharp & Dohme) (98 місце) та AstraZeneca (99 місце).

Також слід зазначити, що звіт «2016 Global Pharma RepTrak®» [19], який складений Інститутом репутації, показав, що загальносвітове сприйняття соціально відповідальної поведінки фармацевтичних компаній у цілому зростає. Так, дані звіту «RepTrak® Pulse» [19] свідчать про збільшення з 65,7 у 2015 році до 67,6 у 2016 році індексу соціальної відповідальності фармацевтичної галузі. У Великобританії, США, Австралії, Бразилії, Німеччині та Росії репутація фармацевтичних компаній зросла до значення індексу 70 і навіть більше. Сучасний стан розвитку соціальної відповідальності суб'єктів фармацевтичної галузі свідчить не про відсутність соціально відповідальної діяльності ФП і не про її нерозвиненість, а про недостатню увагу з боку ФП щодо оприлюднення результатів своєї діяльності та невміння себе правильно позиціонувати. Тобто сьогодні ФП мусять знайти нові підходи до побудови системи комунікацій, упровадження системи регулярної соціальної звітності, використання новітніх технологій до оцінки та управління власною соціально відповідальною діяльністю. ФП мають відмовитись від шаблонних дій у сфері соціальної відповідальності, оптимізувати витрати на реалізацію соціальних та екологічних проєктів, будувати сталі партнерські відносини з бізнесоточенням та місцевими громадами. Прикладом ефективного управління соціальною відповідальністю для вітчизняних ФП може стати компанія «Bayer», яка сьогодні має найвищий рейтинг репутації (за даними звіту «2016 Global Pharma RepTrak®», індекс репутації фармкомпанії «Bayer» склав 70,6 зі 100 можливих). Також лідерами у сфері соціальної відповідальності є такі фармацевтичні компанії, як Abbott Laboratories, Novo Nordisk, Roche, Merck, Sanofi, Allergan,

AstraZeneca, Eli Lilly, AbbVie, GSK, Novartis, Bristol-Myers Squibb, та Pfizer, які, за рейтингом 2016 року, мають індекси репутації у діапазоні від 65,9 до 68,7.

За даними Інституту репутації, підвищення індексу соціальної відповідальності та репутації на 5 пунктів дає можливість підвищити готовність суб'єктів бізнес-середовища рекомендувати компанію як стабільного партнера та підвищити лояльність споживачів на 8,5%. Тобто це логічно підвищує конкурентний статус ФП, сприяє зростанню прибутку та є запорукою побудови довгострокових партнерських відносин з бізнес-середовищем.

Як уже зазначалось, на відміну від лідерів світового фармацевтичного ринку, більшість українських ФП у внутрішньофірмовому менеджменті акцентують увагу на економічному боці бізнес-процесів і не приділяють достатньої уваги соціальному розвитку, власній репутації та питанням формування, оцінки та управління соціальною відповідальністю ФП. При цьому не можна не зазначити, що сьогодні близько 50 % вітчизняних фармвиробників розширюють перелік як соціальних пільг для персоналу відповідно до соціальних державних стандартів (оплата лікарняних листків; надання чергової оплачуваної відпустки; обов'язкове соціальне страхування; відрахування до пенсійного фонду; відшкодування видатків, пов'язаних з відрядженнями співробітників; відшкодування транспортних видатків співробітникам, постійна робота яких носить роз'їзний характер; доплати та надбавки за виконання обов'язків тимчасово відсутнього працівника, за роботу у святкові та вихідні дні, за виконання шкідливих робіт та ін.; забезпечення питною водою, молоком для певних видів робіт; забезпечення спецодягом; оформлення оздоровчих путівок для співробітників через Фонд соціального страхування; організація медпунктів для проведення обов'язкових медичних оглядів), так і корпоративних пільг (додаткова оплачувана відпустка; представницькі видатки; медичне страхування членів родини; оплати витрат на мобільний зв'язок; матеріальна допомога на харчування; матеріальна допомога в особливих



Рис. 1. Розподіл ФП за участю у соціальних програмах станом на 01.09.2013 р.
[складено за джерелом 20]

випадках). Як показали проведені дослідження, у колективних договорах багатьох вітчизняних ФП закріплені права працівників користуватись спортивними залами, корпоративним транспортом, передбачається надання оздоровчих путівок членам родин працівників. Через профспілку працівники отримують новорічні подарунки для власних дітей. Деякі ФП беруть на себе витрати з корпоративних заходів, організації роботи корпоративних бібліотек та утримання корпоративних університетів, втілюють у життя програми підтримки колишніх співробітників, надають допомогу ветеранам та пенсіонерам, які тривалий час працювали на ФП.

За даними опитування Міжнародного кадрового порталу Head-Hunter Україна [20], 50 % компаній, окрім своєї основної діяльності, займаються також і реалізацією соціальних програм. Найчастіше йдеться про благодійність – допомогу соціально незахищеним верствам населення і медичним закладам. Також досить часто роботодавці стурбовані соціальним захистом власних співробітників, рідше проектами, спрямованими на розвиток соціальної інфраструктури. А ось екологічні програми поки менш популярні, хоча фармвиробники й працюють у напрямку сертифікації за стандартами ISO серії 14000. Розподіл ФП, які розробляють і реалізують різні соціальні програми, наведений на рис. 1.

Як свідчить проведений аналіз, серед невеликих фармацевтичних компаній відсоток тих, у кого є соціальні проекти, не набагато перевищує третину (34%), серед компаній середнього розміру – це вже більше

половини роботодавців (55%), а серед компаній, де працює понад 200 осіб, цей показник уже становить 62%. Закономірно також, що малий і середній фармацевтичний бізнес більше тяжіють до благодійності, тоді як великі фармацевтичні компанії більше уваги приділяють системним проектам розвитку соціальної інфраструктури і поліпшення екологічної ситуації. Але програми соціальної відповідальності на більшості ФП носять дещо спонтанний характер, до системного підходу в цьому питанні українському фармацевтичному бізнесу необхідно розвиватися. Так, 42% фармацевтичних роботодавців мають чітку стратегію реалізації соціальних програм, ще стільки ж (43%) регулярно реалізують корисні для суспільства ініціативи, але без особливого стратегічного планування і довгострокових завдань. А для 16% соціальні програми – це всього лише разові нерегулярні проекти. Але спостерігається така тенденція: чим більша та фінансово стабільніша компанія, тим частіше вона розробляє чітку стратегію соціальної відповідальності. Системно до цього питання підходять 66% великих ФП, тоді як серед невеликих і середніх компаній цей показник складає 30-40%. У 47% випадків витрати на соціальні проекти оплачує сама компанія. Ще чверть компаній орієнтовані на посильну допомогу співробітникам (найчастіше такий формат у благодійних проектів), 17% компаній реалізують соціальні проекти, залучаючи благодійні організації, державні органи та органи місцевого самоврядування. А ось 10% компаній знають, бути корисним можна і без грошей, винятково завдяки волонтерській діяльності або, наприклад,

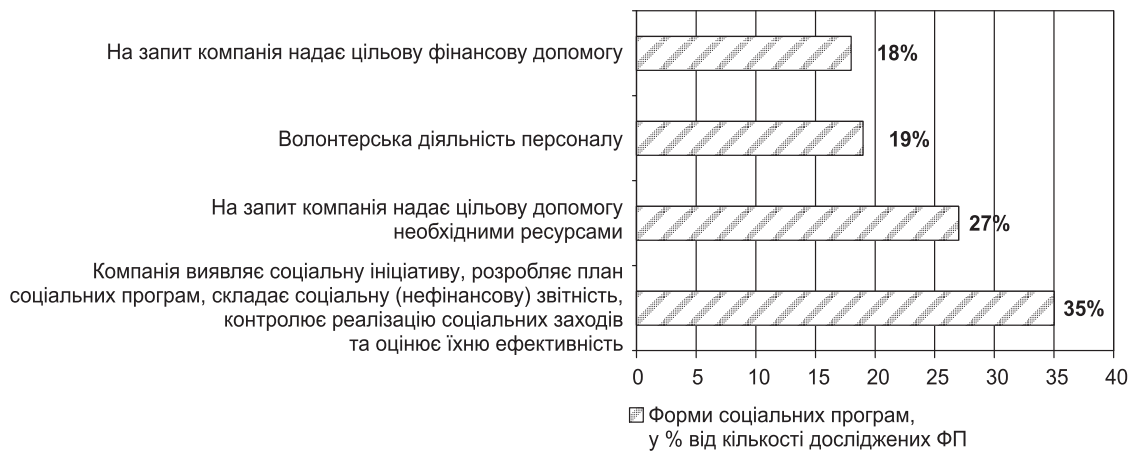


Рис. 2. Форми соціальних програм, які найчастіше реалізують ФП [складено за джерелом 20]

надання інформаційної підтримки. Результати дослідження форм соціальних програм, які реалізують вітчизняні фармвиробники, наведені на рис. 2.

Дані були отримані в результаті опитування зареєстрованих користувачів сайту hh.ua, проведеного у вересні 2013 року. В опитуванні брали участь 830 респондентів із різних регіонів України.

Проведений аналіз дозволив виявити певні недоліки в управлінні соціальною відповідальністю на ФП, які суттєво ускладнюють процес упровадження систем менеджменту якості та знижують їхню ефективність. Це обумовлює необхідність удосконалення існуючих теоретичних засад управління соціальною відповідальністю фармацевтичного бізнесу (СВФБ) і створення галузевої методики її оцінки.

Сьогодні під концепцією СВФБ слід розуміти систему поглядів на усвідомлення сутності, принципів, методів, підходів до формування, оцінки та управління соціальною відповідальністю на всіх рівнях управління фармацевтичною галуззю та суб'єктами фармацевтичного ринку. СВФБ передбачає [3]: забезпечення населення якісними, ефективними, безпечними та доступними за ціною лікарськими засобами; створення умов для розвитку професійної відповідальності працівників фармацевтичної галузі відповідно до вимог соціальних норм; забезпечення умов екологічно чистого виробництва і сприяння поліпшенню екологічної ситуації в місцях присутності виробничих потужностей ФП; участь у регіональних соціальних програмах розвитку територій і реалізацію власних соціальних проектів.

Складовими СВФБ сьогодні є: відповідальність перед пацієнтами та споживачами за своєчасне забезпечення ефективними, безпечними та доступними за ціною ЛЗ; відповідальність за екологічну безпеку перед місцевими громадами; відповідальність за нормотворчу діяльність та сприяння розвитку професійної та вищої освіти; відповідальність перед бізнес-середовищем (постачальниками, інвесторами, бізнес-партнерами, податковими та фінансово-кредитними установами, конкурентами); відповідальність перед суб'єктами системи охорони здоров'я (лікувальними закладами, лікарями, фармацевтами та провізорами); відповідальність перед суспільством, суспільними організаціями та засобами масової інформації; відповідальність перед персоналом та профспілками; відповідальність перед акціонерами та власниками, що реалізується як внутрішня та зовнішня відповідальність з метою забезпечення ССЕР.

Отже, нами запропонована система оцінки СВФБ, яка наведена на рис. 3.

У результаті проведених досліджень відібрані 46 локальних показників для оцінки рівня СВФБ (рис. 4). Розроблена та формалізована методика оцінки рівня СВФБ, яка заснована на використанні інтегрального підходу з використанням таксономічного аналізу.

За цим підходом СВФБ можна оцінити за формулою $I_{\text{СВФБ}} = f(K_{\text{ЯкЛЗ}}, K_{\text{НТ}}, K_{\text{Ек}}, K_{\text{Стр}}, K_{\text{Акц}}, K_{\text{Бз}})$, де $I_{\text{СВФБ}}$ – інтегральний показник рівня СВФБ; $K_{\text{ЯкЛЗ}}$ – комплексний показник відповідальності за своєчасне забезпечення населення якісними, безпечними та доступними за ціною ЛЗ; $K_{\text{НТ}}$ – комплексний показник

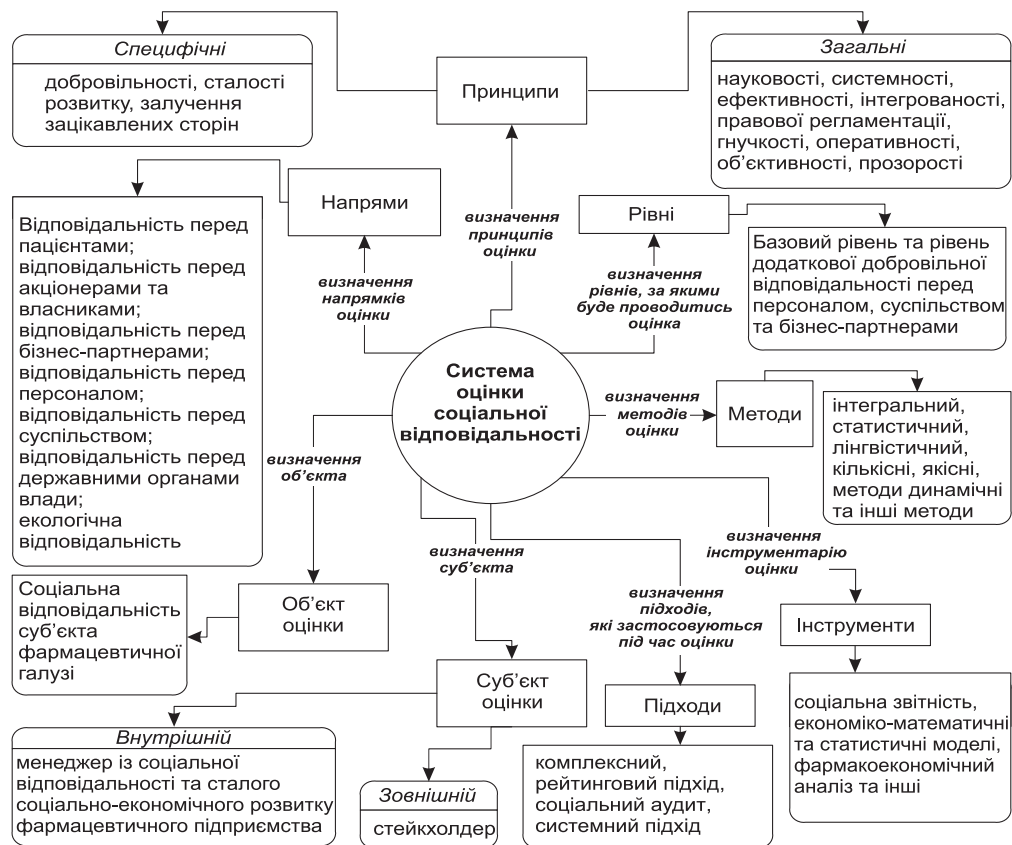


Рис. 3. Система оцінки СВФБ [власна розробка]

відповідальності за нормотворчу діяльність та сприяння розвитку професійної та вищої освіти; $K_{Ек}$ – комплексний показник відповідальності за екологічну безпеку; $K_{Стр}$ – комплексний показник відповідальності перед персоналом та суспільством; $K_{Акц}$ – комплексний показник відповідальності перед акціонерами та власниками; $K_{Бз}$ – комплексний показник відповідальності перед бізнес-середовищем.

На підставі відібраних показників розраховуються комплексні показники за всіма складовими СВФБ. Методика комплексної оцінки СВФБ апробована на виробничих, оптових та роздрібних ФП, результати розрахунків наведені у табл. 4.

Упровадження запропонованої методики оцінки СВФБ дозволяє: вітчизняним ФП визначити та оцінити проблеми у сфері СВФБ; створити засади ефективного менеджменту якості; визначити сукупність ресурсів, що можуть бути спрямовані ФП на забезпечення соціально відповідальної діяльності; розробити ефективну систему управління соціальною відповідальністю; забезпечити створення системи партнерських відносин

із стейкхолдерами; упровадити принципи соціальної відповідальності; запровадити практику відкритого рейтингування вітчизняних ФП за рівнем СВФБ, що є важливим кроком для підвищення інвестиційної привабливості ФП та підвищення лояльності споживачів і пацієнтів. Методика оцінки дозволяє уникнути суб'єктивізму отриманих результатів і враховує не тільки інтереси ФП, але й інтереси та потреби суспільства, наголошуючи на довгострокових перевагах розвитку системи СВФБ.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Отже, проведений аналіз дозволив виявити певні недоліки в управлінні соціальною відповідальністю на вітчизняних ФП, які суттєво ускладнюють процес упровадження систем менеджменту якості і менеджменту соціально відповідальної діяльності та знижують їхню ефективність. Дослідження допомогли визначити сутність та провести аналіз стану соціально відповідальної діяльності зарубіжних і вітчизняних ФП, що дало змогу виявити компанії-лідери у сфері соціальної відповідальності. Визначено,

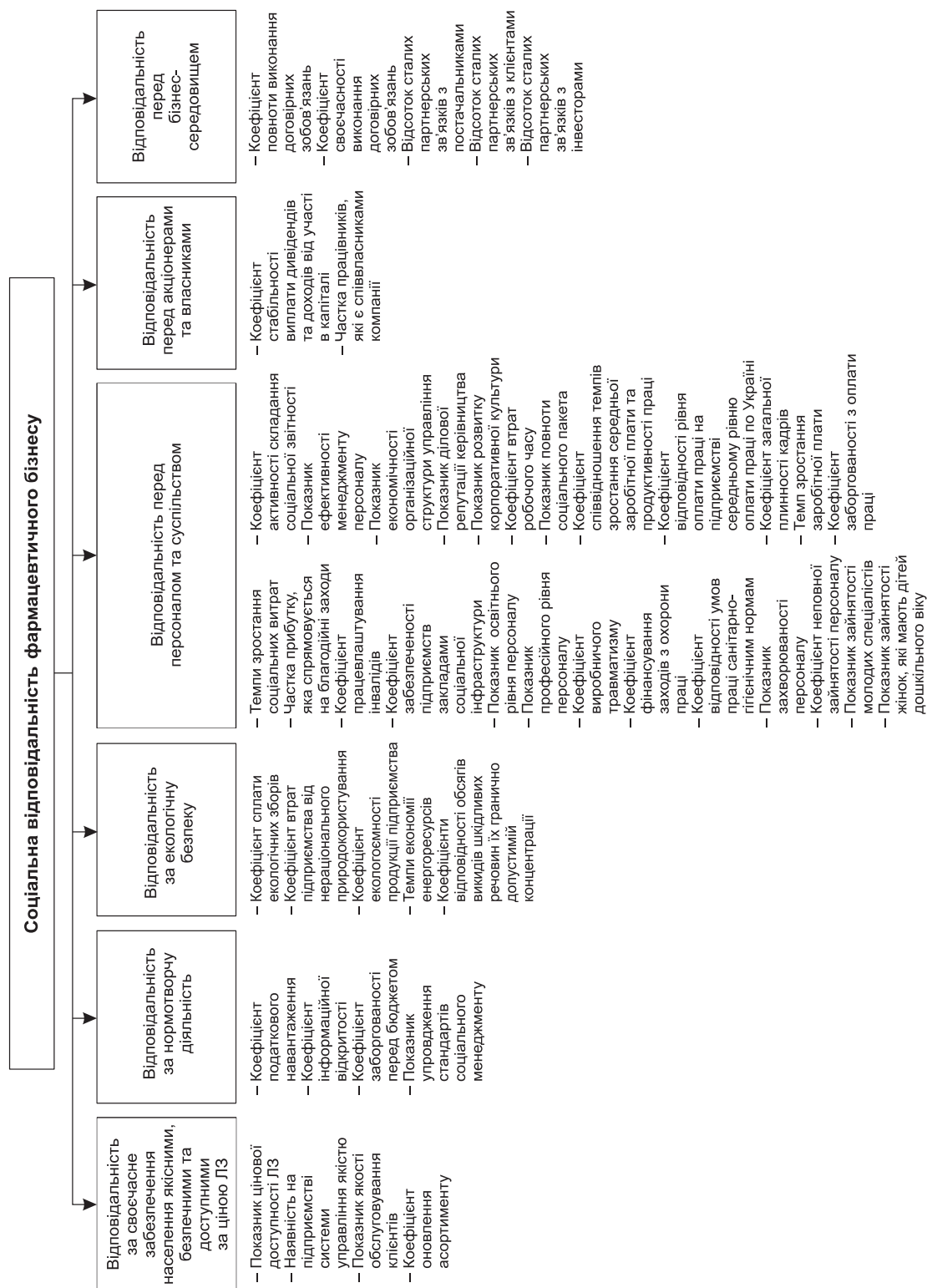


Рис. 4. Запропонована система показників оцінки СВФБ [власна розробка]

РЕЗУЛЬТАТИ ОЦІНКИ СВФБ НА ДОСЛІДЖУВАНИХ ФП У 2013 РОЦІ
[власна розробка]

Фармацевтичне підприємство	Інтегральний показник СВФБ	Ранг (у межах групи з урахуванням коефіцієнта синергізму)
Фармацевтичні виробники		
ПАТ «Фармак»	0,79	4
Корпорація «Артеріум»	0,84	3
ПАТ НПЦ «Борщагівський ХФЗ»	0,64	7
ФФ «Дарниця»	0,73	5
ТОВ «ФК «Здоров'я»	0,63	6
ПАТ «Київський вітамінний завод»	0,54	10
ТОВ «Мікрофарм»	0,28	12
ТОВ «Тернофарм»	0,27	13
ПрАТ «Лекхім-Харків»	0,47	11
ПАТ «Фармстандарт-Біолік»	0,48	9
Корпорація «Юрія-Фарм»	0,61	8
ТОВ «Такеда Україна»	0,88	1
ТОВ «Тева Україна»	0,85	2
Дистриб'юторські фармацевтичні компанії		
ТОВ «Артур-К»	0,63	3
ТОВ «БадМ»	0,62	2
СП «Оптима-Фарм, ЛТД»	0,43	4
ПТП МП фірма «Едельвейс»	0,42	5
Компанія «Дельта Медикел»	0,76	1
Аптечні мережі		
Мережа аптек «Мед Сервіс Груп»	0,71	3
Мережа аптек «Гамма-55»	0,62	5
Мережа «Аптека низьких цін»	0,73	1
Мережа аптек «Здоров'я»	0,72	2
Мережа аптек «Леда»	0,52	7
Мережа аптек «9-1-1»	0,53	6
Мережа «Аптека доброго дня»	0,65	4

що вітчизняні ФП значно поступаються своїм зарубіжним конкурентам за рівнем ефективності управління соціально відповідальною діяльністю. Це обумовлює необхідність удосконалення існуючих теоретичних засад управління соціальною відповідальністю.

Перспективами подальших досліджень є проведення кластерного аналізу досліджуваних ФП за рівнем СВФБ, що дозволить згрупувати підприємства фармгалузі у визначені кластери. Відповідно до кожного кластера ФП будуть розроблятися стратегія управління їх СВФБ і визначатися шляхи їх подальшого розвитку. Саме ефективне управління СВФБ та упровадження на ФП

засад соціально відповідального менеджменту сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних ФП на світовому фармацевтичному ринку та суттєво підвищить інвестиційну привабливість суб'єктів фармацевтичної галузі.

**ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ
ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ**

1. Братішко, Ю. С. Посада менеджера із соціальної відповідальності сучасної фармацевтичної компанії : Соціальна відповідальність бізнесу і адміністрації – створення інноваційного управління : моногр. / Ю. С. Братішко, О. В. Посилкіна;

- за ред. В. Дучмала. – Бердянськ : Вид-во Ткачук О. В., 2015. – С. 54-63.
2. Братішко, Ю. С. Теоретико-методологічні засади впровадження соціального контролінгу на фармацевтичних підприємствах / Ю. С. Братішко, О. В. Посилкіна // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2015. – № 6. – С. 78-86.
 3. Братішко, Ю. С. Формування концепції соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу / Ю. С. Братішко // Socio-economic problems of management: Collective monograph. – Thorpe-Bowker®, Melbourne, Australia, 2015. – P. 198-221.
 4. Котвіцька, А. А. Дослідження впровадження етичного кодексу фармацевтичних працівників України у практичну діяльність / А. А. Котвіцька, І. О. Сурікова, Н. Б. Гавриш // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2015. – Т. 1, № 1. – С. 45-52.
 5. Котвіцька, А. А. Соціальний маркетинг як основа формування соціальної відповідальності фармацевтичних організацій / А. А. Котвіцька, Н. В. Чмихало, А. В. Волкова // Соціальна фармація в Україні : стан, проблеми та перспективи : матер. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 17-20 берез. 2014 р. – Х. : НФаУ, 2014. – С. 88-95.
 6. Фармацевтическая этика и деонтология : тексты лекций / З. Н. Мнушко, Н. М. Дихтярева, Н. В. Чернобровая и др. – Х. : НФАУ: Золотые страницы, 2002. – С. 60-75.
 7. Мнушко, З. М. Формування корпоративної культури у складі стратегічної діяльності фармацевтичних підприємств / З. М. Мнушко, Г. М. Лисак // Вісник фармації. – 2003. – № 3. – С. 55-60.
 8. Немченко, А. С. Концепція пріоритетного розвитку соціально-ефективної організації фармацевтичного забезпечення населення та впровадження національних стандартів належних практик GDP та GPP / А. С. Немченко, А. А. Котвіцька // Фармацевтичний журнал. – 2006. – № 4. – С. 3-9.
 9. Немченко, А. С. Кореляційно-регресійне моделювання соціально-економічних показників сімейної доступності лікарських засобів в регіонах України : метод. рек. / А. С. Немченко, А. А. Котвіцька. – Х., 2007. – 28 с.
 10. Немченко, А. С. Наукове обґрунтування принципів функціонування системи лікарського забезпечення населення та визначення її соціальної ефективності / А. С. Немченко, А. А. Котвіцька // Фармаком. – 2007. – № 2. – С. 94-99.
 11. Партишев, О. Корпоративна соціальна відповідальність. Фармацевтичний бізнес / О. Партишев, А. Стогній, А. Чобану // Фармацевт-практик. – 2012. – № 5. – С. 8-9.
 12. Етична декларація – стандарт поведінки медпредставника, провізора-консультанта в інформаційно-довідковій та рекламній діяльності при просуванні ліків на фармацевтичному ринку України / М. С. Пономаренко [та ін.] // Фармацевтичний журнал. – 2007. – № 5. – С. 35-41.
 13. Ткаченко, Н. О. Сучасний стан і характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності / Н. О. Ткаченко, Н. М. Червоненко, Є. Г. Книш // Запороз. мед. журн. – 2013. – № 2. – С. 76-82.
 14. Ткаченко, Н. О. Формування соціальної відповідальності у системі вищої фармацевтичної освіти / Н. О. Ткаченко, Є. Г. Книш, Н. М. Червоненко // Фармацевтичний журнал. – 2013. – № 3. – С. 23-28.
 15. Аналіз законодавчо-нормативного регулювання системи соціального захисту працівників аптечних закладів України / В. М. Толочко, Т. Ф. Музика, М. В. Зарічкова, О. М. Должнікова // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2015. – Т. 1, № 1. – С. 12-17.
 16. Сучасні вимоги до системи охорони праці в аптечних закладах України / В. М. Толочко, Т. Ф. Музика, М. В. Зарічкова, Т. О. Артюх // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2015. – Т. 1, № 2. – С. 65-72.
 17. Толочко, В. М. Посилення соціальної відповідальності в діяльності аптечних закладів України / В. М. Толочко, М. В. Зарічкова // Соціальна фармація : стан, проблеми та перспективи :

- міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 17-20 берез. 2014 р. / ред. кол.: А. А. Котвіцька та ін. – Х. : НФаУ, 2014. – С. 128-132.
18. Черкашина, А. В. Дослідження сучасного стану соціальної відповідальності найбільших аптечних мереж міста Харкова / А. В. Черкашина, А. А. Котвіцька // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2014. – № 3. – С. 36-42.
 19. Офіційний сайт Інституту репутації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.reputationinstitute.com>.
 20. Офіційний сайт Міжнародного кадрового порталу Групи компаній HeadHunter Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hh.ua/>.
 21. Офіційний сайт Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wdc.org.ua/>.

REFERENCES

1. Bratishko YuS, Posylkina OV. Posada menedzhera iz sotsialnoi vidpovidalnosti suchasnoi farmatsevtichnoi kompanii: Sotsialna vidpovidalnist biznesu i administratsii – stvorennia innovatsiinoho upravlinnia. Duchmala V, editor. Berdiansk: Vyd-vo Tkachuk OV; 2015. P. 54–63.
2. Bratishko YuS, Posylkina OV. Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii. 2015;6:78–86.
3. Bratishko YuS. Formuvannia kontseptsii sotsialnoi vidpovidalnosti farmatsevtichnoho biznesu. Socio-economic problems of management: Collective monograph. Melbourne, Australia: Thorpe-Bowker®; 2015. P. 198–221.
4. Kotvitska AA, Surikova IO, Havrysh NB. Sotsialna farmatsiia v okhoroni zdorovia. 2015;1(1):45–52.
5. Kotvitska AA, Chmykhalo NV, Volkova AV. Sotsialnyi marketynh yak osnova formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti farmatsevtichnykh orhanizatsii. Sotsialna farmatsiia v Ukraini: stan, problemy ta perspektyvy. Proceedings of the International Scientific and Practical Internet-Conference; 2014 March 17-20. – Kharkiv: NFAU; 2014. P. 88–95.
6. Mnushko ZN, Dikhtiareva NM, Chernobrovaia NV, et al. Farmatsevticheskaia etika i deontologiya. Kharkov: NFAU: Zoloty strannitsy; 2002. P. 60–75.
7. Mnushko ZM, Lysak HM. Visnyk farmatsii. 2003;3:55–60.
8. Nemchenko AS, Kotvitska AA. Farmatsevtichnyi zhurnal. 2006;4:3–9.
9. Nemchenko AS, Kotvitska AA. Koreliatsiino-rehresiine modeliuвання sotsialno-ekonomichnykh pokaznykiv simeinoi dostupnosti likarskykh zasobiv v rehionakh Ukrainy. Kharkiv; 2007. 28 p.
10. Nemchenko AS, Kotvitska AA. Farmakom. 2007;2:94–9.
11. Partyshev O, Stohnii A, Chobanu A. Farmatsevt-praktyk. 2012;5:8–9.
12. Ponomarenko MS, et al. Farmatsevtichnyi zhurnal. 2007;5:35–41.
13. Tkachenko NO, Chervonenko NM, Knysh YeH. Zaporozhskii meditsynskii zhurnal. 2013;2:76–82.
14. Tkachenko NO, Knysh YeH, Chervonenko NM. Farmatsevtichnyi zhurnal. 2013;3:23–8.
15. Tolocho VM, Muzyka TF, Zarichkova MV, Dolzhnikova OM. Sotsialna farmatsiia v okhoroni zdorovia. 2015;1(1):12–17.
16. Tolocho VM, Muzyka TF, Zarichkova MV, Artiukh TO. Sotsialna farmatsiia v okhoroni zdorovia. 2015;1(2):65–72.
17. Tolocho VM, Zarichkova MV. Posylenia sotsialnoi vidpovidalnosti v diialnosti aptechnykh zakladiv Ukrainy. Sotsialna farmatsiia: stan, problemy ta perspektyvy. Proceedings of the International Scientific and Practical Internet-Conference; 2014 March 17-20. – Kharkiv: NFAU; 2014. P. 128–32.
18. Cherkashyna AV, Kotvitska AA. Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii. 2014;3:36–42.
19. Ofitsiyni sait Instytutu reputatsii [Internet]. Available from: <https://www.reputationinstitute.com/>.
20. Ofitsiyni sait Mizhnarodnoho kadrovoho portalu Hrupy kompanii HeadHunter Ukraina [Internet]. Available from: <http://hh.ua/>.
21. Ofitsiyni sait Svitovoho Tsentru danykh z heoinformatyky ta staloho rozvytku [Internet]. Available from: <http://wdc.org.ua/>.

УДК 65 : 334 : 316.354 : 316.42 (614.2 + 615.1)

**АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

О. В. Посылкина, Ю. С. Братишко

В статье освещены актуальные вопросы управления социальной ответственностью на макро-, мезо- и микроэкономическом уровнях. Проведен анализ существующих рейтингов социальной ответственности, репутации и устойчивого развития стран мира. Исследованы индексы устойчивого развития стран Восточной Европы. Изучены рейтинги социально ответственных компаний мира, которые имеют высокий уровень деловой репутации и развития. Исследовано распределение фармацевтических предприятий относительно участия в социальных программах. Проанализированы формы социальных программ, которые наиболее часто реализуются отечественными фармацевтическими предприятиями. Разработана методика оценки социальной ответственности фармацевтических предприятий. Доказана необходимость создания научно-практических основ развития социальной ответственности в фармации.

Ключевые слова: социальная ответственность; рейтинг; социальная программа; фармацевтическое предприятие.

UDC 65 : 334 : 316.354 : 316.42 (614.2 + 615.1)

THE ANALYSIS OF CURRENT TRENDS IN MANAGEMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISES

O. V. Posylkina, Yu. S. Bratishko

The article describes the topical issues of management of social responsibility on the macro-, meso- and microeconomic level. The analysis of the existing ratings of social responsibility, reputation and a sustainable development of countries of the world has been carried out. The indexes of a stable development of countries of the Eastern Europe have been studied. The ratings of socially responsible companies of the world with the high level of business reputation and development have been studied. Distribution of pharmaceutical enterprises by their participations in social programs has been investigated. The forms of social programs implemented most often by domestic pharmaceutical enterprises have been analyzed. The method of the social responsibility assessment of pharmaceutical enterprises has been developed. The need for creation of scientific and practical bases of development of social responsibility in pharmacy has been proven in the article.

Key words: social responsibility; rating; social program; pharmaceutical enterprise.