

4.10. Актуальні підходи до управління системою соціальної відповідальності у фармацевтії

Посилкіна О.В.,

*Заслужений діяч науки і техніки України,
доктор фармацевтичних наук, професор, професор кафедри управління
та забезпечення якості у фармацевтії,
Національний фармацевтичний університет,*

Братішко Ю.С.,

*доктор фармацевтичних наук, професор,
завідувач кафедри організації, економіки та управління фармацевією,*

Толочко В.М.,

*Заслужений діяч науки і техніки України,
доктор фармацевтичних наук, професор, професор кафедри організації,
економіки та управління фармацевією,*

Зарічкова М.В.,

*доктор фармацевтичних наук, професор,
професор кафедри організації, економіки та управління фармацевією,
Інститут підвищення кваліфікації спеціалістів фармацевії,
Національний фармацевтичний університет*

В умовах розвитку глобалізаційних та інтеграційних процесів, становлення мережевої економіки і суспільства знань, стрімкого розширення та ускладнення взаємозв'язків національних господарств і людей, зростання їх взаємозалежності особливої уваги набуває проблема соціально відповідального функціонування бізнесу, у т.ч. на основі запровадження міжнародних стандартів соціальної відповідальності (СВ). Управління соціально відповідальною діяльністю (СВД) вітчизняних фармацевтичних компаній (ФК), як найважливішої умови підвищення якості, ефективності та доступності фармацевтичного забезпечення населення, набуває особливої актуальності в умовах правового режиму воєнного стану, коли першочерговим стає життя та здоров'я людей. До того ж впровадження підходів та інструментів соціально відповідального менеджменту у діяльність вітчизняних ФК в перспективі сприятиме підвищенню їх репутаційного іміджу, лояльності клієнтів і споживачів, розширенню клієнтської бази, а отже зростанню фінансової стабільності та прибутковості діяльності.

Дослідженнями різних аспектів управління СВД суб'єктів фармацевтичного ринку (СФР) займалися наукові школи організаційно-економічного напрямку у фармацевтії: Котвіцької А. (Волкова А., Черкашина А., Чмихало Н.) [1-5], Посилкіної О. (Братішко Ю., Котлярова В., Кубасова Г.) [6-11], Толочка В. (Зарічкова М., Артюх Т.) [6-11], Громовика Б. (Ткаченко Н., Унгурян Л.) [16-19] та ін. Вітчизняні вчені зробили вагомий внесок у розвиток теорії СВ у фармацевтії, акцентувавши увагу на обґрунтуванні сутності, значенні

розвитку і складових СВ ФП, формуванні особистої СВ фармацевтів, а також розробці методологічних підходів щодо удосконалення соціально відповідальної підготовки фахівців фармації ЗВО України та ін. Але, незважаючи на значний науковий доробок вчених, не вирішеними залишаються питання управління розвитком системи СВ СФР на засадах сталого розвитку.

Метою дослідження є розробка науково-практичних засад управління СВД ФК для зростання соціальної спрямованості їх діяльності, інвестиційної привабливості і конкурентоспроможності, що сприятиме підвищенню якості, ефективності і доступності фармацевтичного забезпечення населення України.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні нових та поглибленні існуючих науково-практичних підходів, що спрямовані на розв'язування актуальної наукової проблеми – розробку методичних засад оцінки і визначення резервів розвитку системи СВ у фармації на різних рівнях управління, в основу якої покладено розуміння необхідності збалансування інтересів споживачів ЛЗ, ФК-виробників та аптечних закладів, суспільства і держави для підвищення доступності ЛЗ і надання пацієнтам належної фармацевтичної допомоги, з одного боку, і створення умов для забезпечення конкурентоспроможності і сталого розвитку СФР, з іншого.

Ідея формування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набула популярності в країнах Західної Європи та США ще у першій половині 20-го сторіччя та з роками еволюціонувала і поширювалася в міру того, як діяльність закордонних компаній, в тому числі фармацевтичних, ставала масштабнішою, потужнішою та здобувала впливу глобалізаційних змін у світовій економіці [6-11]. Стимулом до здійснення програм СВ при цьому стали підвищення інтелектуалізації суспільства, науково-технічний прогрес, активний розвиток інформаційних технологій, загострення соціальних та екологічних проблем у світовому масштабі, розвиток питань етики та менеджменту в цілому. Позитивні наслідки переходу бізнесу у розвинутих країнах на соціально відповідальну поведінку були настільки показовими, що зумовили глобальне трактування соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) як оптимального та ефективного інструмента для вирішення широкого кола питань на шляху до сталого соціально-економічного розвитку.

Позитивний досвід ведення соціально відповідального бізнесу закордонними ФК зумовив позитивну динаміку розвитку СВ серед вітчизняних ФП. Прагнення вітчизняних ФП вийти на міжнародний фармацевтичний ринок стимулює їх до вибудовування власної діяльності у відповідності до міжнародних вимог.

Сьогодні українська фармація все активніше починає коригувати свою діяльність в бік посилення власної СВ та добровільно долучається до соціальних проєктів, переймаючи досвід та технології іноземних компаній, що приходять в Україну. Зокрема, такі ФП, як: АТ «Фармак», ПрАТ «ФФ «Дарниця», Корпорація «Артеріум», ТОВ «Bayer» (Україна), є активними членами Центру «Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності».

Проведений аналіз існуючих у світі моделей СВБ і їх порівняння за ключовими характеристиками, дозволили зробити висновок, що найбільш висвітленою у літературі є європейська модель КСВ. Вивчення досвіду її впровадження у країнах Європи показало, що ця модель є оптимальною для українських ФК, оскільки вона найбільш гармонійно вплітається у місцевий менталітет, традиції та економічні реалії. Запорукою соціально відповідальної поведінки бізнесу у Європі є дієве інституційне забезпечення. Саме завдяки спільним зусиллям державних органів, громадських та наукових кіл, а також бізнесу в країнах ЄС вдалося асимілювати СВ у бізнес-практик. Досліджені форми інституційної підтримки державою СВБ за кордоном і існуючі підходи до стимулювання СВД компаній. Встановлено, що фактично українська фармація вже розпочала впровадження європейської моделі КСВ у свою практику. ФК беруть участь у вирішенні соціальних проблем у тій місцевості, де знаходяться їхні виробничі потужності. В основному це фінансова допомога, допомога освітнім, медичним закладам та соціально незахищеним групам населення. Сьогодні українські ФК хоча і оперують термінами «СВ», їх реальна соціальна політика частіше обмежується звичайною благодійністю. Практика створення соціально орієнтованого фармбізнесу ускладнюється тим, що немає чіткого уявлення, що таке СВФБ і як вона впливає на конкурентоспроможність ФК. Крім того соціальні ініціативи здебільшого є локальними та безсистемними. Тому необхідно сформулювати методологічні підходи і методичний інструментарій управління СВД ФК. Отже, галузева модель СВ має бути адитивною з огляду на формування ефективного ланцюга фармацевтичного забезпечення населення (рис. 1).

Тобто модель СВ фармацевтичної галузі має включати:

- СВ фармацевтичного персоналу (особистісний рівень (нанорівень) СВ);
- СВ окремої організації (підприємства) (мікрорівень СВ – фармацевтичні виробники, підприємства-виробники субстанцій, ветеринарних препаратів, лікувальних косметичних засобів, дієтичних добавок тощо; підприємства, які здійснюють оптову та роздрібну реалізацію цієї продукції; наукові заклади, які виконують науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки зі створення нових ЛЗ, технологічних процесів, обладнання та методів контролю якості;

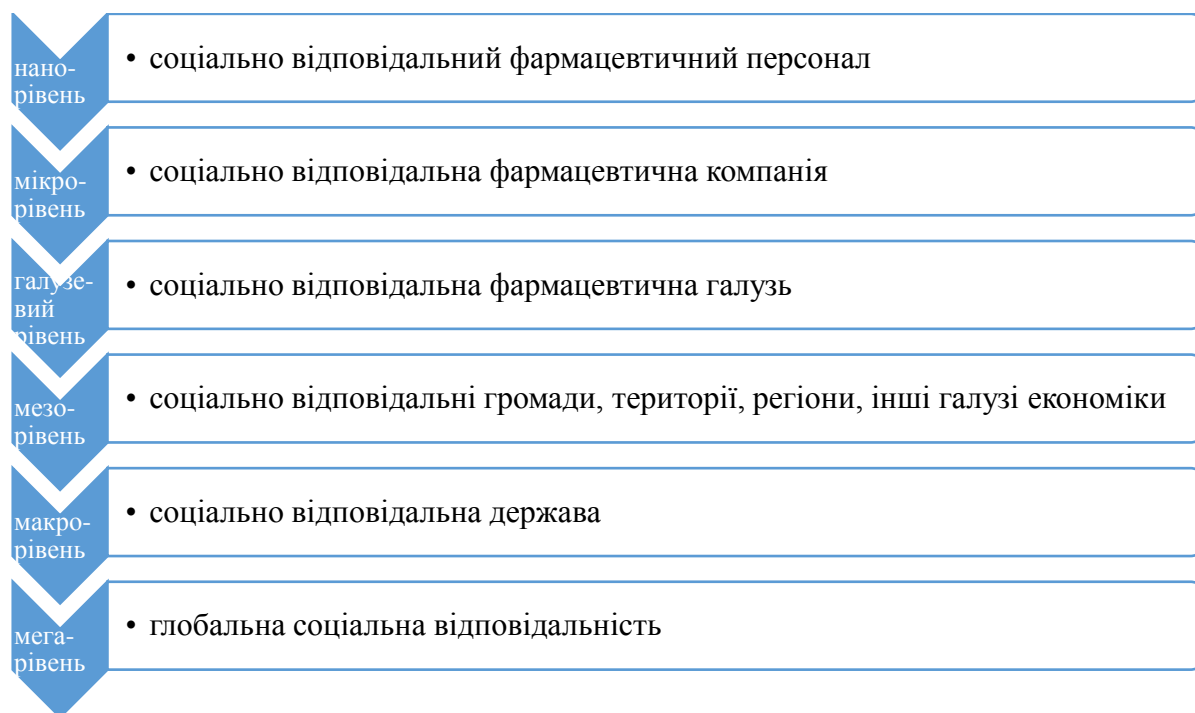


Рис. 1 – Рівні формування СВ у фармацевції

навчальні заклади, які здійснюють підготовку та перепідготовку фахівців для потреб галузі, а також організації та установи, які формують і реалізують інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності компаній);

- СВ керівної ланки системи охорони здоров'я на регіональному рівні, професійних громадських організацій, закладів охорони здоров'я і ФК, які діють на визначеній території (мезорівень);

- СВ керівних органів системи охорони здоров'я (фармації) і персональної відповідальності керівників галузі і громадських професійних (за фармацевтичним профілем) організацій (галузевий рівень відповідальності);

- СВ держави в цілому (макрорівень) (галузевий рівень відповідальності);

- глобальної СВФБ (мегарівень).

Слід зауважити, що СВ як явище може існувати лише у вільному середовищі і можлива лише для вільних у своїх діях суб'єктів, які при цьому неухильно і свідомо дотримуються закону, прав людини, норм поведінки, етики та моралі, є солідарними, постійно узгоджують інтереси зі всіма стейкхолдерами, функціонують на засадах чесності, відкритості, прозорості, підзвітності та піклуються про наслідки власної діяльності для суспільства і, що особливо важливо, для майбутніх поколінь.

Правову основу державного регулювання СВБ в Україні нині складають Загальна декларація прав людини, Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права та Європейська соціальна хартія.

До ключових міжнародних ініціатив, спрямованих на створення бізнес-середовища світового масштабу, слід також віднести «Глобальні ініціативи Саллівана», розроблені ООН у 1999 р.

Базовий обов'язковий рівень СВД СФР в Україні регулюється чинним національним законодавством: Конституція України; Кодекси України; Закони України, які регламентують окремі аспекти діяльності ФК, закладають базу їх внутрішньої та зовнішньої СВ;

Решта нормативно-правових документів деталізують та регулюють питання якості, фізичної та цінової доступності ЛЗ, що є головним напрямком СВ ФП: Постанови Кабінету міністрів (КМ) України; Накази Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) України; Настанови, затверджені наказом МОЗ України «Про затвердження документів з питань забезпечення якості лікарських засобів» від 16.02.2009 р. № 95.

Нами побудована класифікація вітчизняної нормативно-правової бази за основними напрямками СВ (рис. 2). Це дає підставу стверджувати, що базовий рівень СВ в Україні є достатньо регульованим та розгалуженим відносно нормативно-правового забезпечення реалізації окремих складових СВФБ, але регулювання цілісної системи СВФБ в Україні відсутнє.

З метою діагностики стану СВФБ авторами проаналізовано діяльність 28 ФК, які є лідерами фармринку України. З огляду на проведені дослідження питання побудови системи СВФБ згідно з вимогами міжнародних стандартів є досить актуальним для СФР в Україні. Поряд з цим, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що сьогодні створення етичних кодексів, соціальних кодексів та внутрішніх стандартів (кодексів) КСВ для вітчизняних ФК є незрозумілим та майже не здійснюється. Дослідження «Внесок в глобальний контекст КСВ» показало наявні в цій сфері проблеми; зокрема, організаціям необхідно більше уваги приділяти питанням корпоративної етики і розробці чітких етичних кодексів. Розвиток вітчизняних компаній в області корпоративної етики та корпоративного управління значно відстає від світових компаній. Вітчизняні ФК не приділяють належної уваги розробці етичних або соціальних корпоративних стандартів.

Дії персоналу по відношенню до споживачів та інших груп стейкхолдерів можуть виявитися визначальними для репутації ФК, оскільки саме персонал контактує з людьми і насамперед його поведінка є джерелом проблем. Співробітники повинні бути інформовані про можливі етичні проблеми, ретельно оцінювати свої рішення, а якщо неетичні вчинки були здійснені, то своєчасно вживати заходів щодо виправлення ситуації.

Отже, спостерігається необхідність регламентування поведінки персоналу ФК з метою недопущення таких дій: брак уваги або неповага до споживача; нанесення шкоди (психологічний стрес, некоректні висловлювання, створення ситуації, що ставить респондента в незручне становище, або фізичну шкоду); несумлінність (ненадійність виконання зобов'язань, недостовірність заяв і приховування інформації в інтересах конкретних осіб); порушення умов конфіденційності (розголошення справ од-ного клієнта іншому; використання інформації, призначеної для одного клієнта, в інтересах іншої).

З метою діагностики стану СВФБ авторами проаналізовано діяльність 28 ФК, які є лідерами фармринку України. З огляду на проведені дослідження питання побудови системи СВФБ згідно з вимогами міжнародних стандартів є досить актуальним для СФР в Україні. Поряд з цим, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що сьогодні створення етичних кодексів, соціальних кодексів та внутрішніх стандартів (кодексів) КСВ для вітчизняних ФК є незрозумілим та майже не здійснюється. Дослідження «Внесок в глобальний контекст КСВ» показало наявні в цій сфері проблеми; зокрема, організаціям необхідно більше уваги приділяти питанням корпоративної етики і розробці чітких етичних кодексів. Розвиток вітчизняних компаній в області корпоративної етики та корпоративного управління значно відстає від світових компаній. Вітчизняні ФК не приділяють належної уваги розробці етичних або соціальних корпоративних стандартів.

Дії персоналу по відношенню до споживачів та інших груп стейкхолдерів можуть виявитися визначальними для репутації ФК, оскільки саме персонал контактує з людьми і насамперед його поведінка є джерелом проблем. Співробітники повинні бути інформовані про можливі етичні проблеми, ретельно оцінювати свої рішення, а якщо неетичні вчинки були здійснені, то своєчасно вживати заходів щодо виправлення ситуації. Отже, спостерігається необхідність регламентування поведінки персоналу ФК з метою недопущення таких дій: брак уваги або неповага до споживача; нанесення шкоди (психологічний стрес, некоректні висловлювання, створення ситуації, що ставить респондента в незручне становище, або фізичну шкоду); несумлінність (ненадійність виконання зобов'язань, недостовірність заяв і приховування інформації в інтересах конкретних осіб); порушення умов конфіденційності (розголошення справ одного клієнта іншому; використання інформації, призначеної для одного клієнта, в інтересах іншої).

Дотримуючись етики ділових відносин з оточуючими організаціями, органами влади, акціонерами і діловими партнерами, ФК повинні створювати внутрішні стандарти КСВ, корпоративні кодекси, формулюючи в письмовому

вигляді етичні принципи організації, правила поведінки, відповідальність адміністрації стосовно своїх працівників. Подібна практика підвищує імідж вітчизняних ФК, сприяє укріпленню позитивної ділової репутації, що як результат, приводить до зміцнення їх конкурентних позицій як на вітчизняному, так і на міжнародному фармацевтичному ринках. Отже потребує опрацювання проблема методичного забезпечення розробки стандартів КСВ у вітчизняних ФК.

Під час дослідження СВФБ постає проблема визначення, на якому рівні позиціонується сучасний стан СВФБ в Україні.

У теорії управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) часто використовується поняття рівнів КСВ та їхня побудова у вигляді піраміди. Традиційно різні рівні КСВ представляють собою комбінації вимог до фармацевтичного бізнесу з боку стейкхолдерів. Чим вищий рівень КСВ, тим більше у СФР добровільно прийнятих зобов'язань. Доопрацьована відповідно до особливостей функціонування фармацевтичної галузі схема реалізації СВФБ за рівнями відповідальності наведена на рис. 3.

Перший (базовий) рівень СВ, як вже зазначалося, є обов'язковою складовою та втілює в собі суспільні вимоги. Цей рівень передбачає дотримання вимог чинного податкового, трудового, господарського законодавства, національних, галузевих стандартів якості, належних практик, настанов та наказів МОЗ України у процесі здійснення діяльності у сфері розробки, виробництва, дистрибуції та роздрібної реалізації ЛЗ, а також у підготовці фармацевтичних кадрів.

Другий та третій рівні СВФБ є добровільними та втілюють у собі суспільні очікування. Другий рівень СВФБ, орієнтований на економічну ефективність, реалізується через втілення в життя кадрових, екологічних та інших соціальних програм, а також програм тривалого співтовариства з бізнес-партнерами, спрямованих на підвищення продуктивності праці, зниження витрат, підвищення інвестиційної привабливості, зміцнення конкурентних позицій, збільшення обсягу фінансово-господарських результатів діяльності та інші.

Третій рівень СВФБ, орієнтований на неекономічну ефективність – це реалізація кадрових, екологічних, культурних та інших соціальних програм, а також програм тривалого співтовариства з бізнес-партнерами, спрямованих на зміцнення ділової репутації, іміджу та корпоративної культури ФК. Програми третього рівня також можуть приносити економічну вигоду, але вона не є метою їхнього здійснення.

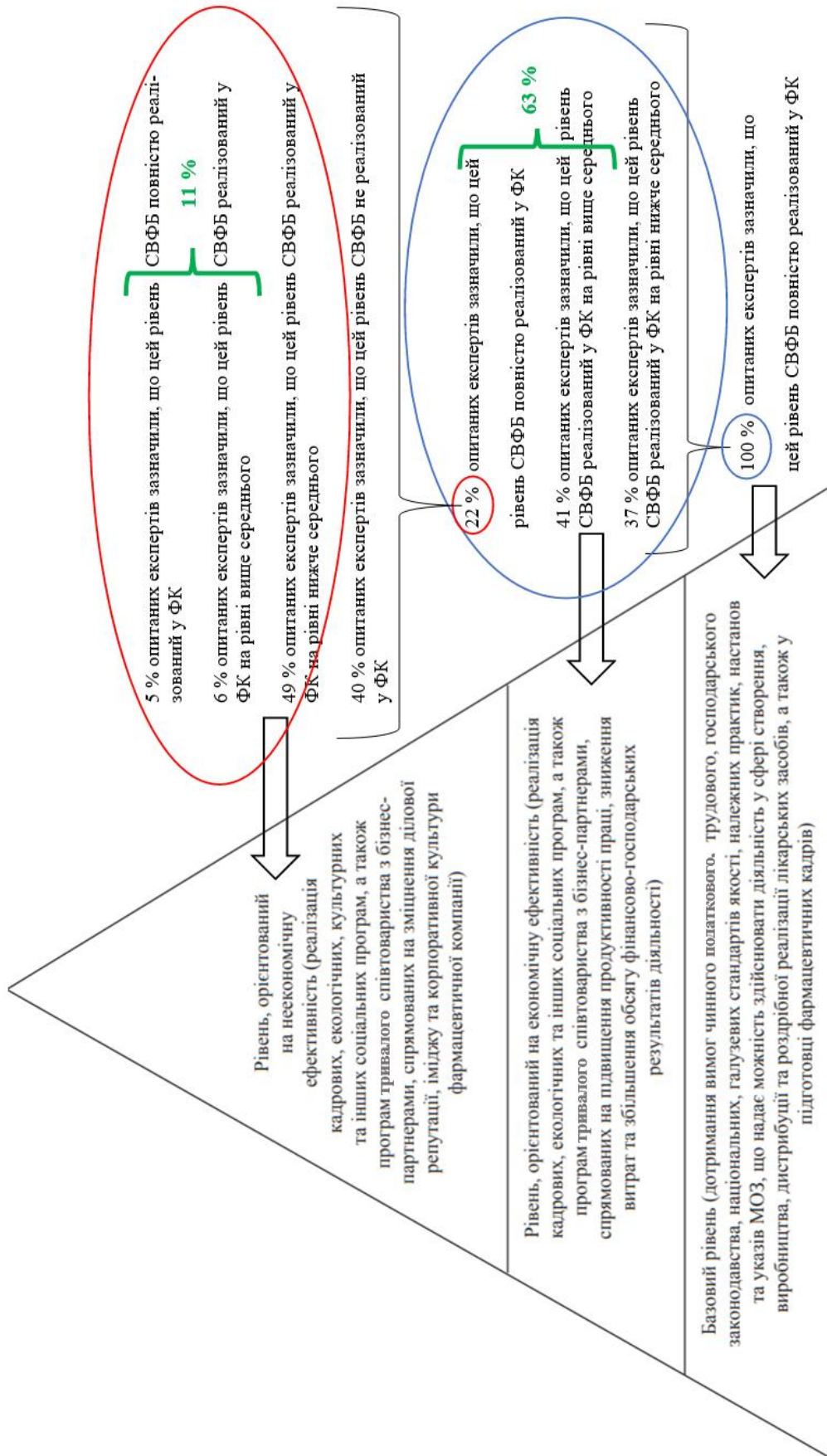


Рис. 3 – Схема реалізації соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу за рівнями відповідальності

За результатами проведеного дослідження, у процесі якого аналізувалася діяльність 28 СФР та оцінювалися думки 130 експертів з 5 областей України, базовий рівень СВФБ реалізують 100 % СФР, перший та другий рівні – 63 % СФР, а опанували ще й третій рівень 11 % СФР. Саме тому сьогодні у сфері використання принципів КСВ під час ведення бізнесу СФР спостерігаються досить важливі проблеми, які стоять на заваді досягнення ФК реальних конкурентних переваг соціально відповідальної поведінки.

Складовими СВФБ є: відповідальність перед пацієнтами та споживачами за своєчасне забезпечення ефективними, безпечними та доступними за ціною ЛЗ; відповідальність за екологічну безпеку перед місцевим співтовариством; відповідальність за дотримання законодавства, міжнародних стандартів 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 (перед лікувальними закладами, перед лікарями, фармацевтами та асистентами фармацевтів); відповідальність перед суспільством, суспільними організаціями та засобами масової інформації; відповідальність перед персоналом та профспілками; відповідальність перед акціонерами та власниками, які реалізуються як у вигляді внутрішньої та зовнішньої відповідальності з метою забезпечення сталого соціально-економічного розвитку. За висновками експертів, залученість СФР до реалізації основних напрямків СВФБ відбивають дані, наведені на рис. 4. Тобто всі напрямки СВФБ реалізують 11 % досліджених ФК. 63 % ФК на не достатньому рівні реалізують відповідальність перед акціонерами, власниками, персоналом, суспільством в цілому. 26 % досліджених ФК на цей час не впровадили міжнародні стандарти якості, що відображене у недостатньому рівні відповідальності за дотримання чинного законодавства.

Отже, СВФБ за спрямованістю реалізується у двох формах – у формі внутрішньої СВ та зовнішньої.

За результатами досліджень зроблені висновки, що до внутрішньої СВФБ вітчизняних ФК належить ділова практика щодо підвищення рівня якості трудового життя персоналу: забезпечення належних умов праці та безпеки праці, що підтверджується наявністю відповідних сертифікатів, таких, як OHSAS серії 18000 на ВАТ «Фармак» та на ВАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ»; стабільна виплата соціально обґрунтованої заробітної плати, яка забезпечує можливість повноцінного відтворення робочої сили. Слід зазначити, що сьогодні середня заробітна плата у вітчизняних ФК вище середнього в Україні рівня і має позитивну тенденцію до зростання;

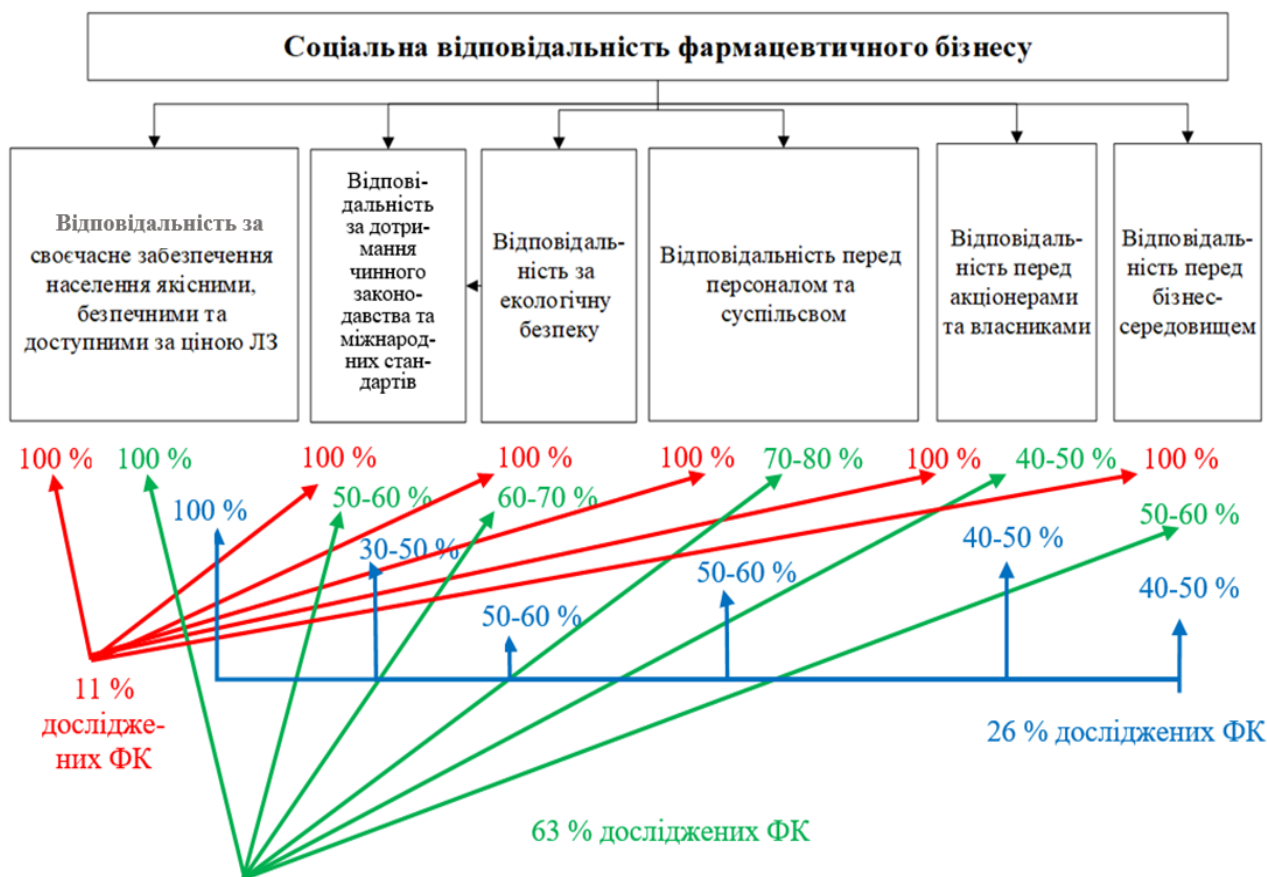


Рис. 4 – Складові соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу із зазначенням ступеня їх реалізації дослідженими фармацевтичними компаніями

впровадження додаткового медичного і соціального страхування персоналу, яке надається сьогодні лише деякими українськими ФК (ПАТ «Фармак», ФФ «Дарниця», «Артеріум», ФК «Юрія-фарм» та на ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ»); допомога в критичних ситуаціях (наприклад, у разі складного захворювання, лікування якого вимагає великих фінансових витрат) – так, за результатами наших досліджень, разова матеріальна допомога персоналу в ФК України становить в середньому 3-5% від річного фонду оплати праці у ФК; надання матеріальної допомоги персоналу в особливих випадках (весілля, народження дитини, смерть рідних); здійснення виплат, що стосуються повної або часткової компенсації витрат персоналу на харчування (організація системи харчування персоналу), деякі ФК у весняний період вживають заходи з вітамінізації харчування співробітників; надання персоналу послуг з транспортування до місця і від місця роботи, наприклад, до найближчої станції міського метрополітену; розвиток власної соціальної інфраструктури або компенсація витрат персоналу на відвідування тренажерних залів, басейнів та інших спортивних закладів; надання путівок на санаторне лікування персоналу і членів їх сімей; надання персоналу додаткових оплачуваних відпусток;

розробка і реалізація програм, спрямованих на пом'якшення та ліквідацію соціальних наслідків при реструктуризації ФК (сприяння у працевлаштуванні після звільнення, здійснення компенсаційних виплат працівникам, які потрапили під скорочення штатів); розвиток персоналу через навчальні програми та програми підготовки та підвищення кваліфікації; оплата ФК навчання управлінського персоналу на курсах іноземних мов; компенсація витрат персоналу на участь в професійних тренінгах; компенсація витрат управлінського персоналу на зв'язок та Інтернет; організація ФК роботи корпоративних бібліотек; обов'язкове і повне виконання норм трудового законодавства; проведення активної роботи з формування кадрового резерву за ключовими управлінськими посадами; підтримка принципів гендерної та іншої рівності в питаннях працевлаштування і розвитку персоналу, просування його по кар'єрних сходах, здійснення прозорих процедур підбору, відбору і найму персоналу; розробка та реалізація ФК програм трудової адаптації для молодих фахівців; співпраця ФК із ЗВО щодо надання баз практики для студентів та сприяння їхньому працевлаштуванню; залучення молодих фахівців ФК до участі в різноманітних проектах, в яких вони отримують унікальний професійний досвід; формування і розвиток корпоративної культури і здорової психологічної атмосфери в колективі; організація дозвілля співробітників та ін.

Проведені дослідження свідчать про існування низки проблем в управлінні СВ ФК: безсистемність та нерегулярність здійснення цієї діяльності, неврахування всіх аспектів та інтересів стейкхолдерів, відсутність належного нормативного та методичного забезпечення, відсутність фахівців (менеджерів) з управління СВ, які традиційно широко використовуються у зарубіжних ФК та ін. Це свідчить про необхідність створення системи управління СВФБ та удосконалення її організаційного забезпечення.

На думку експертів, головними проблемами у сфері СВ в наш час лишаються: теоретична неопрацьованість понятійного апарату (58% відповідей); закритість інформації щодо діяльності СФГ (72% відповідей); зменшення кількості учасників процесу КСВ (78% відповідей); недостатність фінансування, складність залучення фінансових ресурсів та відсутність пільг щодо кредитування соціальних проектів (81% відповідей); відсутність національних стандартів соціальної звітності (69% відповідей); низький рівень соціальної активності суспільства, місцевих органів влади та громад, персоналу та керівництва СФГ (73% відповідей); недостатність чітко окреслених та законодавчо закріплених привілеїв для соціально відповідальних фармацевтичних організацій (74% відповідей); відсутність сталого конструктивного діалогу зі стейкхолдерами (56% відповідей); орієнтація

бізнесу на отримання «швидкого» економічного ефекту та відсутність прагнення здійснювати довгострокові соціальні інвестиції (54% відповідей); недостатній рівень КСВ у ЗВО фармацевтичного (медичного профілю); відсутність у фармацевті компетентних спеціалістів з управління соціальною відповідальністю (79% відповідей); відсутність традицій СВ поведінки в українському суспільстві (65% відповідей) та ін. (рис. 5).

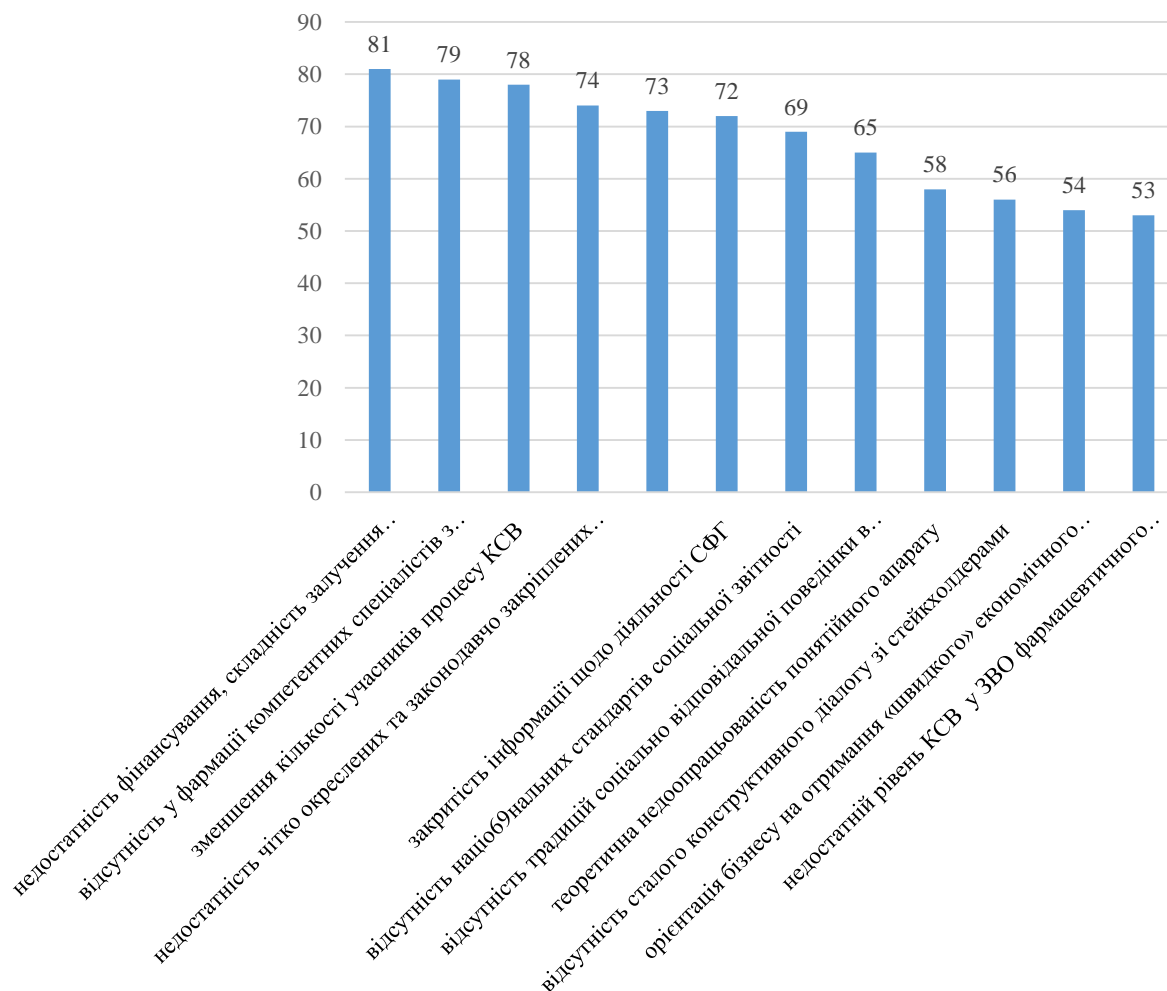


Рис. 5 – Експертне ранжування існуючих проблем у сфері соціально відповідальної діяльності фармацевтичних компаній

Також нами проаналізовані та визначені пріоритетні напрямки КСВ (рис. 6) для СФР, якими на сьогодні є: відмова від отримання короткострокового економічного ефекту діяльності ФК (71% відповідей); розробка механізму управління соціальним капіталом СФР (65% відповідей); забезпечення узгодженості інтересів всіх учасників процесу КСВ (63% відповідей); налагодження системи партнерських відносин (70% відповідей); підвищення якості фармацевтичної освіти та відкриття нових спеціально-стей (62% відповідей); розвиток наукового потенціалу вітчизняної фармацевті (52% відповідей); розвиток репортингу зі стейкхолдерами (49% відповідей);

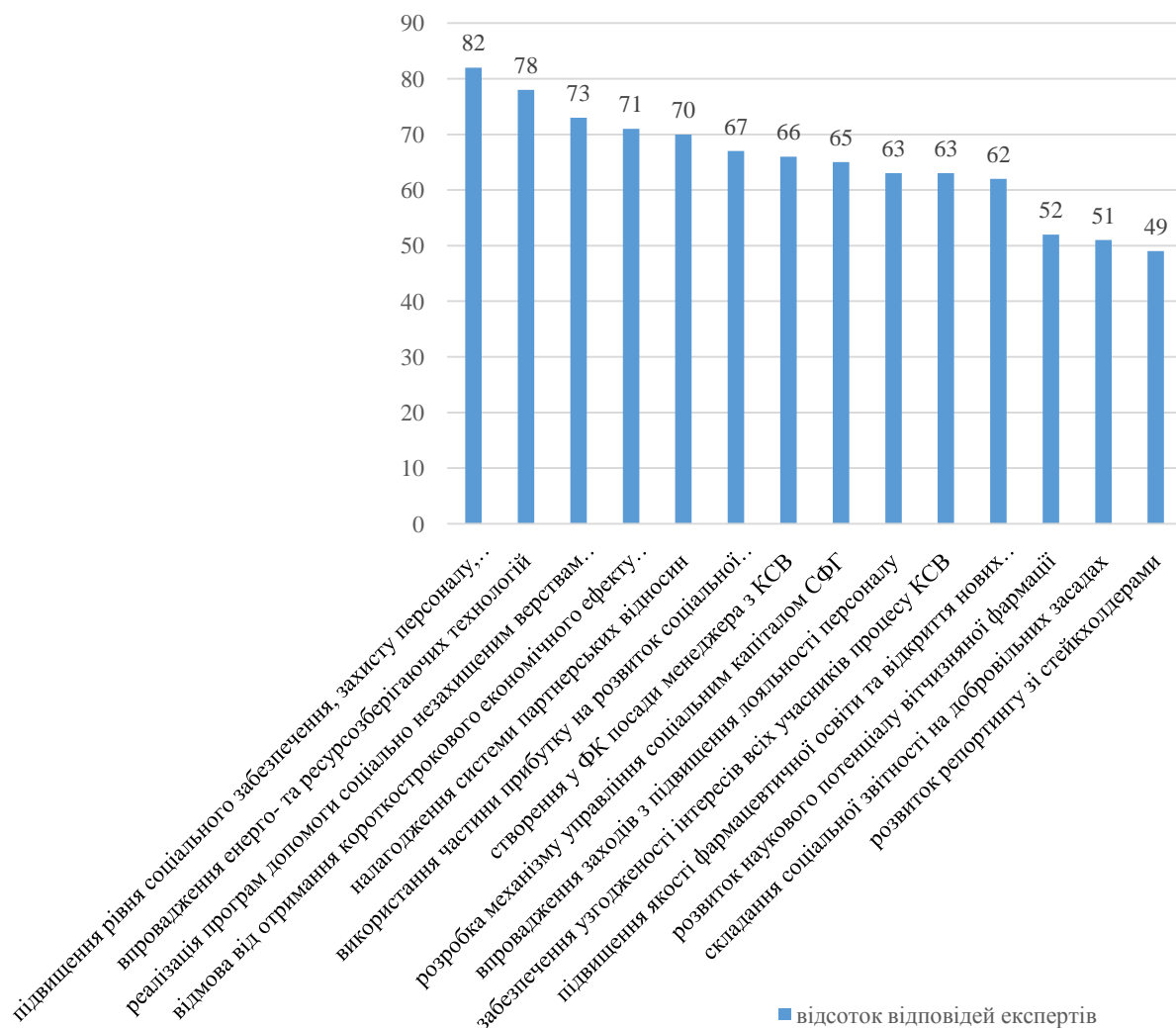


Рис. 6 – Експертне ранжування пріоритетних напрямків соціально відповідальної діяльності фармацевтичних компаній

складання соціальної звітності на добровільних засадах (51% відповідей); впровадження заходів з підвищення лояльності персоналу (63% відповідей); використання частини прибутку на розвиток соціальної інфраструктури (67% відповідей); впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій (78% відповідей); реалізація програм допомоги соціально незахищеним верствам населення, меценатство та спонсорство (73% відповідей); підвищення рівня соціального забезпечення, захисту персоналу, розширення соціального пакету для працівників (82% відповідей); створення у ФК посади менеджера з КСВ (66% відповідей) та інше.

Отже, СВ вітчизняних ФК є складною, багатоаспектною сферою їх функціонування, до управління якою необхідно застосовувати науково обґрунтовані підходи, що опираються на чинну нормативно-правову базу, наукові принципи і застосування сучасного інструментарію менеджменту. Тому

наступним етапом наших досліджень стало опрацювання методичних підходів щодо оцінки існуючого стану СВД ФК з метою визначення резервів її удосконалення і визначення стратегічних орієнтирів сталого розвитку.

За допомогою програми Statistica 12.0 нами проведена оцінка СВФБ та здійснений кластерний аналіз досліджуваних ФК за рівнем СВФБ. За результатами аналізу ФК згруповані в 4 кластери (табл. 1 та рис. 7).

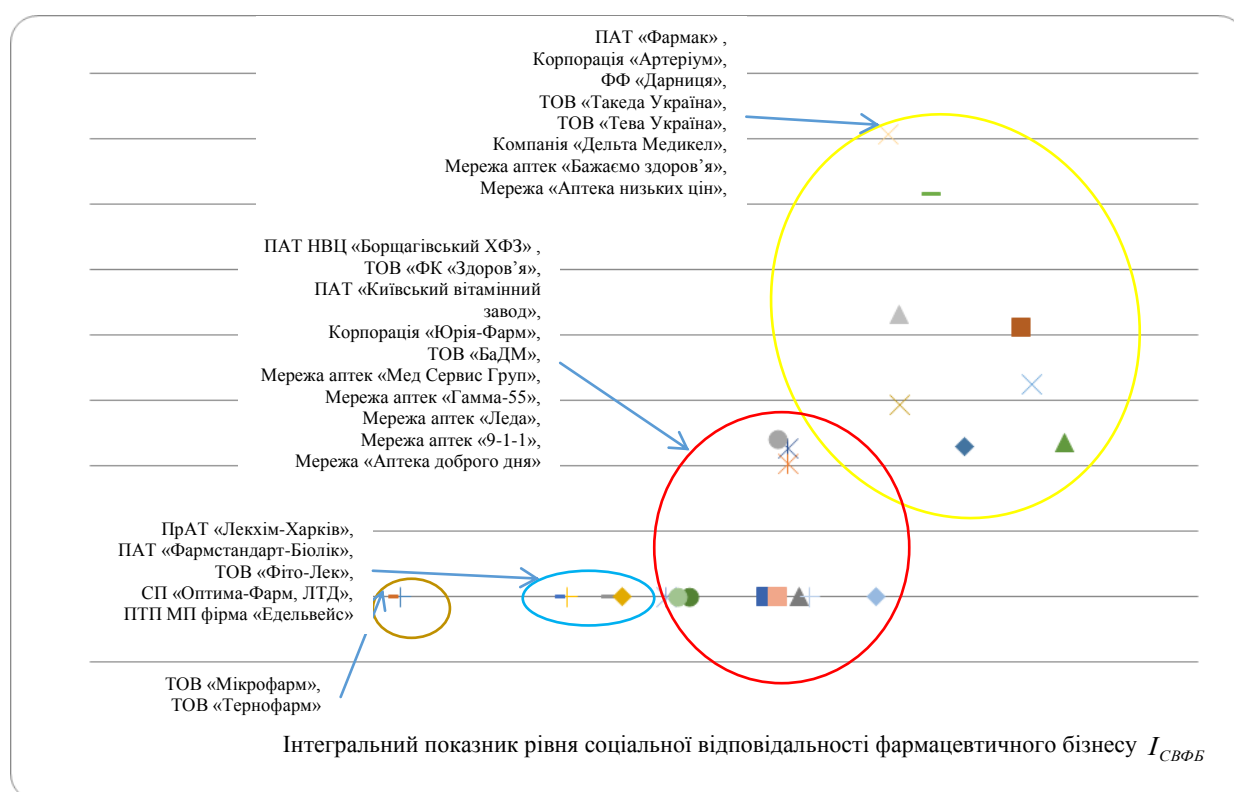


Рис. 7 – Результати кластеризації досліджуваних фармацевтичних компаній за фактичним рівнем соціальної відповідальності

Для кожного кластеру повинна розроблятися притаманна даному класу ФК стратегія управління їх СВФБ та визначатися шляхи її подальшого розвитку. Впровадження запропонованої методики оцінки СВФБ дозволяє: визначити та оцінити проблемні аспекти в управлінні СВФБ; створити умови для реалізації вимог соціально відповідального менеджменту і менеджменту якості; визначити сукупність ресурсів, що можуть бути спрямовані ФК на забезпечення соціально-відповідальної діяльності; розробити ефективну систему управління соціальною відповідальністю; забезпечити створення системи партнерських відносин із стейкхолдерами; впровадити принципи СВ у фармацевтичній галузі; та запровадити практику відкритого рейтингування вітчизняних ФК за рівнем СВФБ, що є важливим кроком для підвищення їх інвестиційної привабливості та підвищення лояльності споживачів ЛЗ.

Таблиця 1

**Результати оцінки фактичного рівня соціальної відповідальності
досліджуваних фармацевтичних компаній України**

Фармацевтичне підприємство	Інтегральний показник СВФБ $I_{СВФБ}$	Коефіцієнт синергізму $K_{СИНЕРГ}$	Номер кластеру	Ранг (у межах групи з урахуванням коефіцієнту синергізму)
Промислові фармацевтичні підприємства				
ПАТ «Фармак»	0,79	1,15	1	4
Корпорація «Артеріум»	0,84	2,06	1	3
ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ»	0,64	-	2	7
ФФ «Дарниця»	0,73	1,47	1	5
ТОВ «ФК «Здоров'я»	0,63	1,14	2	6
ПАТ «Київський вітамінний завод»	0,54	-	2	10
ТОВ «Мікрофарм»	0,28	-	4	12
ТОВ «Тернофарм»	0,27	-	4	13
ПрАТ «Лекхім-Харків»	0,47	-	3	11
ПАТ «Фармстандарт-Біолік»	0,48	-	3	9
Корпорація «Юрія-Фарм»	0,61	-	2	8
ТОВ «Такеда Україна»	0,88	1,18	1	1
ТОВ «Тева Україна»	0,85	1,63	1	2
Дистриб'юторські фармацевтичні компанії				
ТОВ «Фіто-Лек»	0,63	1,02	3	3
ТОВ «БадМ»	0,62	1,21	2	2
СП «Оптіма-Фарм, ЛТД»	0,43	-	3	4
ПТП МП фірма «Едельвейс»	0,42	-	3	5
Компанія «Дельта Медикел»	0,76	3,08	1	1
Аптечні мережі				
Мережа аптек «Мед Сервис Груп»	0,71	-	2	3
Мережа аптек «Гамма-55»	0,62	-	2	5
Мережа «Аптека низьких цін»	0,73	2,16	1	1
Мережа аптек «Здоров'я»	0,72	3,54	1	2
Мережа аптек «Леда»	0,52	-	2	7
Мережа аптек «9-1-1»	0,53	-	2	6
Мережа «Аптека доброго дня»	0,65	-	2	4

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що важливими відмінностями української моделі СВФБ від її закордонних аналогів є значимість різних груп стейкхолдерів. Для українських ФК характерно досить істотне звуження кола значимих стейкхолдерів, зокрема, за рахунок недооцінки

й, відповідно, недостатнього залучення до процесу реалізації бізнесом СВ таких груп стейкхолдерів, як, наприклад, профспілки, профільні громадські організації та місцеве співтовариство. Як правило, основними рушійними силами виступають безпосередньо самі провідні вітчизняні ФК і місцеві органи публічної влади. Разом з тим, необхідно звернути увагу, що неурядові організації, які поряд з крупними ФК є основними ініціаторами програм СВБ в Європі, в Україні такої функції не виконують. На підставі вивчення світового досвіду нами запропонована схема побудови інституціональної вертикалі управління СВФБ (рис. 8).

Отже, авторами опрацьована міжнародна та національна нормативно-правова база з питань регулювання СВБ, яка сприяє усвідомленню значимості СВД ФК та формує уявлення про історичні, соціальні та економічні умови її становлення і дозволяє визначити головні напрями розвитку національної моделі СВ. Проведена класифікація чинної нормативно-правової бази за складовими СВ. Визначено, що Україна має розвинуте нормативно-правове забезпечення стосовно базового рівня СВ ФК, але недостатньо закріплені законодавчо привілеї для соціально відповідальних компаній у порівнянні із іншими державами світу.

Аналіз практики державного регулювання СВБ в Україні виявив те, що в цьому питанні країна лише починає свій шлях. Окреслені основні фактори, що визначають специфічність формування соціально відповідальних практик в країні. Доведено, що держава повинна активно підтримувати процес впровадження КСВ в українську ділову практику, як шляхом декларування, так і завдяки введенню різного роду заохочувальних заходів. Побудована інституціональна вертикаль державного регулювання СВФБ із залученням як органів влади, так і професійних спілок, профільних асоціацій та громадських об'єднань тощо, які повинні активно залучатися до процесу формування і розвитку СВФБ в Україні.

Запропоновані заходи з удосконалення державного регулювання СВФБ в Україні, що сприятиме не тільки підвищенню інвестиційної привабливості вітчизняних ФК для інвесторів, посиленню їх конкурентоспроможності, як на внутрішньому, так і на міжнародному фармацевтичних ринках, набуттю статусу інноваційних, соціально відповідальних організацій, які ефективно вибудовують партнерські відносини і виконують свої зобов'язання перед споживачами, власними працівниками, суспільством, що в кінцевому підсумку, сприятиме підвищенню ефективності фармацевтичного забезпечення населення України.

Список використаних джерел:

1. Котвіцька А. А., Черкашина А. В., Дзюба О. П. Сучасний стан соціальної відповідальності аптечних установ. URL: <https://socpharm.niph.edu.ua/files/2013/04/10T3-K-CH-D.pdf>.
2. Котвіцька А. А., Чмихало Н. В., Волкова А. В. Соціальний маркетинг як основа формування соціальної відповідальності фармацевтичних організацій. Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17-20 берез. 2014 р. Харків : НФаУ, 2014. С. 88–95.
3. Котвіцька А. А. Етичні аспекти професійної діяльності фармацевтичних працівників. URL: <http://socpharm.niph.edu.ua/files/.pdf>.
4. Котвіцька А. А. Соціальна фармація. Фармацевтична енциклопедія. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/6637/socialna-farmaciya>.
5. Черкашина А. В., Котвіцька А. А. Дослідження сучасного стану соціальної відповідальності найбільших аптечних мереж міста Харкова. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2014. № 2. С. 36–42.
6. Посилкіна, О. В. Аналіз сучасних тенденцій в управлінні соціальною відповідальністю фармацевтичних підприємств / О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2016. – Т. 2, № 3. – С. 5-17.
7. Посилкіна, О. В. Формування системи оцінки соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу / О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко, Г. В. Кубасова // Клінічна фармація. – 2015. – Т. 19, №2. – С. 4-8.
8. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г. Шляхи формування конкурентних переваг вітчизняних фармацевтичних компаній на основі соціальної відповідальності. Соціальна фармація в Україні : стан, проблеми та перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. за участю міжнар. спеціалістів. Харків : Вид-во НФаУ, 2017. С. 278–280.
9. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г. Формування соціально орієнтованої логістичної моделі організації фармацевтичного виробництва. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2018. № 4. С. 59–69. DOI : 10.24959/uekj.18.27.
10. Братішко, Ю. С. Ризики соціальної відповідальності фармацевтичних компаній / Ю. С. Братішко, О. В. Посилкіна // East European Scientific Journal. – 2020. – part 6 (pharmaceutical sciences). – № 12 (6). – С. 40-48.
11. Братішко, Ю. С. Дослідження стану підготовки менеджерів із соціальної відповідальності для потреб фармацевтичної галузі /Ю.С. Братішко, О. В. Посилкіна // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2019. – Т. 5. – № 4. – С. 40-48.
12. Толочко В. М., Зарічкова М. В. Посилення соціальної відповідальності в діяльності аптечних закладів України. Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17-20 берез. 2014 р. Харків : Вид-во НФаУ, 2014. 484 с.

13. Зарічкова М. В., Толочко В. М., Музика Т. Ф. Дослідження законодавчо-нормативного регулювання соціального захисту працівників фармацевтичної галузі України : метод. рек. Харків : НФаУ, 2015. 42 с.

14. Zarichkova M. V. *Theoretical substantiation of the necessity to implement social certification of pharmacy institutions summary*. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2017. № 1. С. 17–24.

15. Толочко В. М., Артюх Т. О. Дослідження аспектів лояльності спеціалістів фармації вітчизняних аптечних закладів. Соціальна фармація в охороні здоров'я. 2017. № 4. С. 22–24.

16. Ткаченко Н. О., Червоненко Н. М., Книш Є. Г. Сучасний стан і характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності. Запорожский медицинский журнал. 2013. № 2. С. 76–82.

17. Ткаченко Н. О. Соціальна відповідальність у фармації : монографія / за наук. ред. проф. Б. П. Громовик. Запоріжжя : Вид-во ЗДМУ, 2018. 217 с.

18. Ткаченко Н. О., Громовик Б. П., Алексєєв О. Г. Стан і проблеми нормативно-правового поля формування соціальновідповідальної поведінки фармацевтичних фахівців (освітній та спеціальний рівень). Фармацевтичний часопис. 2018. № 1. С. 66–72.

19. Унгурян Л. М. Фармацевтична практика: логістичні, інформаційні, нейроекономічні та соціальні аспекти: монографія / Л. М. Унгурян, Б. П. Громовик. – Львів: Простір-М, 2016. – 155 с.

20. Droppert H., Bennett S. *Corporate social responsibility in global health: an exploratory study of multinational pharmaceutical firms*. *Globalization and health*. 2015. Vol. 11. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12992-015-0100-5>.

21. Maimunah I. *Corporate social responsibility and its role in community development: an international perspective*. *The Journal of International Social Research*. 2009. Vol. 2, № 9. P. 199–209.

22. Friedman M. *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. URL: <http://surl.li/trrip>

23. Windsor D. *The Future of Corporate social responsibility*. *The International Journal of Organizational Analysis*. 2011. Vol. 9, № 3. P. 225–256.