

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ТА РІВНІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Братішко Ю.С.

Національний фармацевтичний університет

Стаття присвячена питанням впровадження на фармацевтичних підприємствах засад корпоративної соціальної відповідальності. У статті проаналізовані основні проблеми управління соціальною відповідальністю фармацевтичного бізнесу в сучасних умовах, визначені рівні та стратегічні напрямки корпоративної соціальної відповідальності. Також подане авторське визначення «соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу», визначені особливості управління корпоративною соціальною відповідальністю різних суб'єктів фармацевтичної галузі.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу, фармацевтична галузь, фармацевтичне підприємство

Постановка проблеми. Реалізуючи своє головне завдання – виробництво і своєчасне забезпечення споживачів ефективними, безпечними, якісними та доступними за ціною лікарськими засобами, суб'єкти фармацевтичної галузі (СФГ) здійснюють соціально відповідальну діяльність. Але в сучасних умовах вони мають бути соціально відповідальними не тільки перед споживачами, але й перед державою, суспільством в загалі, постачальниками, бізнес-партнерами та персоналом самих фармацевтичних підприємств (ФП). З огляду на це, необхідним постає вирішення проблеми всебічного теоретичного обґрунтування та практичного застосування засад корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для СФГ, реалізація яких забезпечить ФП сталий розвиток із застосуванням принципово нових методів впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти управління соціальним розвитком підприємств і соціальною відповідальністю у фармації України розглянуті в роботах таких вітчизняних учених: В. М. Толочко [2; 3], М. С. Пономаренко, О. П. Гудзенко, О. В. Посилкіна [4], А. А. Котвицька, З. М. Мнушко [1], І. А. Зупанець, А. С. Немченко, М. М. Слободянюк, Н. І. Брильова, В. М. Хоменко, Н. О. Ткаченко та інших. Значну увагу формуванню КСВ приділяли такі зарубіжні вчені: Л. Майлс, Д. Менглі, Р. Мартін, Ф. Котлер, Р. Олсоп та інші. У наукових роботах вітчизняних і зарубіжних учених визначається, що КСВ підприємства є складним багатокомпонентним поняттям, що відіграє роль комплексного показника діяльності. З іншого боку, КСВ є динамічною економічною категорією, яка потребує постійного розвитку, доопрацювання та уточнення згідно часу, макроекономічних умов, стадії життєвого циклу підприємства та інших факторів.

Інформаційною базою проведення дослідження є праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених з питань формування системи КСВ у фармації; нормативно-правова база України; комплекс Міжнародних стандартів якості; офіційні статистичні дані Державного комітету статистики України; інформація зібрана безпосередньо на фармацевтичних підприємствах; періодичні наукові видання; ресурси мережі Internet.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Практичний досвід формуван-

ня і розвитку системи КСВ мають підприємства розвинених країн, в Україні ж ці процеси на ФП потребують теоретичного доопрацювання і повсюдного практичного застосування. Недостатність дослідження проблем формування і управління системою КСВ СФГ на національному рівні, необхідність розробки організаційно-методичного забезпечення цього процесу, відповідного інструментарію та механізмів її стратегічного розвитку, а також методологічних засад оцінки рівня та ефективності використання потенціалу КСВ, обумовили наукову та практичну актуальність даного дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є вивчення сутності та рівнів КСВ в умовах фармації та обґрунтування стратегічних напрямків розвитку соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (СВФБ).

Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення таких завдань:

- узагальнення наукового досвіду формування системи КСВ СФГ, доповнення та уточнення понятійного апарату з цієї тематики;
- обґрунтування сутності СВФБ;
- обґрунтування рівнів СВФБ;
- та визначення пріоритетних стратегічних напрямків СВФБ.

Об'єктом дослідження є процес формування та управління КСВ СФГ України в умовах впровадження менеджменту якості.

Основними методами наукового дослідження були: методи наукової індукції і дедукції; історичний і логічний методи; абстрактно логічний; кореляційно-регресійний аналіз; метод кластеризації; методи економіко-математичного моделювання; таксономічний метод; методи експертних оцінок і анкетування та інші.

Основний науковий результат дослідження полягає у розробці методологічних принципів формування та управління системою КСВ і її потенціалом на фармацевтичних підприємствах України. Новизною дослідження є визначення сутності КСВ суб'єктів фармацевтичної галузі, доопрацювання існуючого теоретичного досвіду формування рівнів КСВ з урахуванням галузевої специфіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Таким чином, під терміном «корпоративна соці-

альна відповідальність фармацевтичних компаній» (КСВ ФК) слід розуміти здатність ФК брати на себе обов'язки щодо наслідків впливу їхньої діяльності на суспільство, навколишнє середовище, персонал, бізнес-партнерів та інших зацікавлених сторін через етичну поведінку з урахуванням інтересів та очікувань всіх стейкхолдерів з дотриманням чинного законодавства та міжнародних стандартів поведінки на принципах взаємної вигоди. При чому слід зазначити, що коло стейкхолдерів та напрямки реалізації системи КСВ у промислових фармацевтичних підприємств, підприємств оптової торгівлі та аптек є різними в залежності від специфіки та функціональної спрямованості їхньої діяльності. Тому актуальним є формування системи рівневого соціального менеджменту у фармації та формування ланцюга соціальної відповідальності та соціальних цінностей різних СФГ (рис. 1).

Основними учасниками процесу КСВ СФГ (рис. 2) є пацієнти, працівники лікувально-профілактичних закладів та інші споживачі; постачальники матеріальних ресурсів; фінансово-кредитні, страхові та інвестиційні компанії; держава та державні служби контролю; персонал підприємства та члени їх сімей; акціонери та власники; місцеві громади; засоби масової інформації та інтернетспівтовариство; та суспільство в цілому.

Для пацієнтів, працівників лікувально-профілактичних закладів та інших споживачів КСВ СФГ полягає у виробництві, своєчасному забезпеченні та просуванні фармакотерапевтично ефективних, якісних, безпечних та доступних за ціною лікарських засобів. Для постачальників матеріальних ресурсів КСВ полягає у створенні взаємовигідних сприятливих умов ведення бізнесу з урахуванням принципів ділової етики, створенні додаткових пільг для постійних партнерів та побудови ефективної системи партнерських відносин. Для фінансово-кредитних, страхових та інвестиційних компаній КСВ реалізується через дотримання ділових домовленостей та своєчасному та повному виконанні СФГ своїх обов'язків. Для державних служб контролю та держави КСВ полягає у веденні бізнесу з чітким дотриманням чинного законодавства, дотримання вимог національних та галузевих стандартів якості лікарських засобів, створення додаткових робочих місць, вчасної сплати податків, а також реалізація політики енерго- та ресурсозбереження як частини державної політики збереження національного багатства. Для персоналу підприємства та членів їхніх сімей КСВ реалізується через турботу про їхній добробут шляхом своєчасної та справедливої оплати праці, надання більших ніж мінімальні соціальні гарантії шляхом розши-

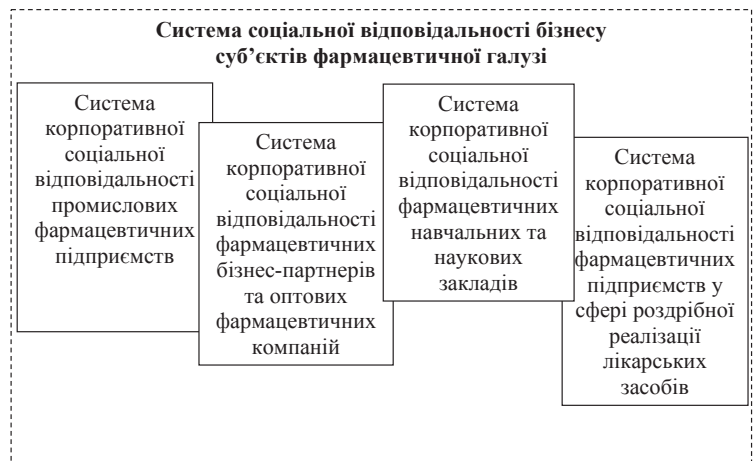


Рис. 1. Система рівневої соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу

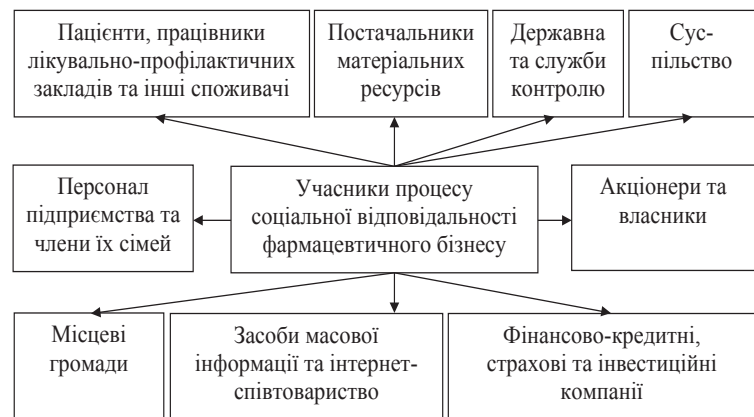


Рис. 2. Учасники процесу соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу

рення соціального пакету працівників, надання соціальних пільг, створення та підтримання належних умов праці, створення діючої соціальної інфраструктури, всебічний розвиток персоналу та інше. Для акціонерів та власників – у веденні ефективної дивідендної політики. Для місцевих громад – у реалізації спонсорських та меценатських програм, організації спортивних, екологічних, культурних, наукових та інших заходів. Для засобів масової інформації та інтернетспівтовариства КСВ СФГ полягає у веденні прозорої діяльності, висвітленні своєї діяльності, інформуванні та інше. А для суспільства в цілому КСВ повинна полягати у турботі про екологічний стан країни та регіонів, підвищенні рівня економічного розвитку, підтриманні та розвитку культурного рівня нації та інше.

Під час дослідження СВФБ вкрай важливою постає проблема визначення на якому рівні позиціонується ФК. У теорії управління КСВ часто використовується поняття рівней 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 СФГ добровільно прийнятих зобов'язань. Доопрацьовані відповідно до особливостей функціонування

фармацевтичної галузі рівні СВФБ наведені на рис. 3.

Перший рівень є обов'язковою складовою та втілює в собі суспільні вимоги. Це базовий рівень, який представляє собою дотримання вимог чинного податкового, трудового, господарського законодавства, національних, галузевих стандартів якості, належних практик, настанов та указів МОЗ, що надає можливість здійснювати діяльність у сфері створення, виробництва, дистрибуції та роздрібною реалізації лікарських засобів, а також у підготовці фармацевтичних кадрів. Другий та третій рівні є добровільними складовими 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 триваного 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 триваного співтовариства з бізнес-партнерами, спрямованих на зміцнення ділової репутації, іміджу та корпоративної культури ФК.

Програми третього рівня також можуть принести економічну вигоду, але вона не є метою їхнього здійснення.

За результатами проведеного дослідження, у процесі якого проведений аналіз діяльності 23 СФГ та оцінені думки 65 експертів з 5 областей України, до базового рівня СВФБ відносить 100% СФГ, до першого та другого – 63% СФГ, а опанували ще й третій рівень 11% СФГ. Послідовність та узгодженість думок експертів підтверджує розрахований коефіцієнт конкордації, який склав 0,87, та розрахований критерій Пірсона,

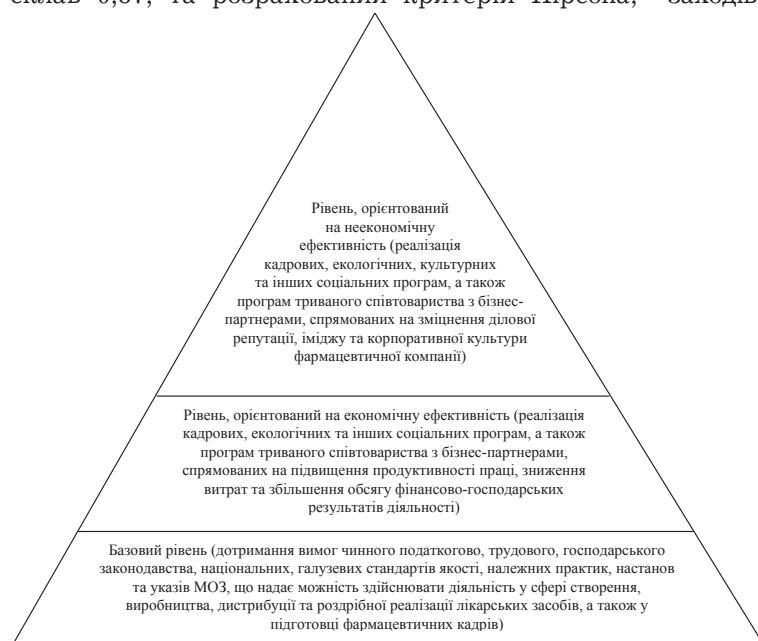


Рис. 3. Рівні соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу

який задовольняє вимогам статистичної обробки отриманих результатів.

Саме тому сьогодні у сфері використання принципів КСВ під час ведення бізнесу СФГ спостерігаються досить важливі проблеми, які стоять на заваді досягнення ФП реальних конкурентних переваг соціально відповідальної поведінки. Такими проблемами в наш час є: теоретична недоопрацьованість понятійного апарату; закритість інформації щодо діяльності СФГ; зменшення кількості учасників процесу КСВ; недостатність фінансування, складність залучення фінансових ресурсів та відсутність пільг щодо кредитування соціальних проектів; відсутність національних стандартів соціальної звітності; низький рівень соціальної активності суспільства, місцевих органів влади та громад, персоналу та керівництва СФГ; недостатність чітко окреслених та законодавчо закріплених привілеїв для соціально відповідальних фармацевтичних організацій; відсутність сталого конструктивного діалогу зі стейкхолдерами; орієнтація бізнесу на отримання «швидкого» економічного ефекту та відсутність прагнення здійснювати довгострокові соціальні інвестиції; недостатньо високий рівень КСВ фармацевтичних навчальних закладів; відсутність у фармацевті компетентних спеціалістів з управління соціальною відповідальністю; відсутність традицій соціально відповідальної поведінки та інші.

Пріоритетними напрямками КСВ для СФГ на сьогодні є: відмова від отримання короткострокового економічного ефекту діяльності ФП; розробка механізму управління соціальним капіталом СФГ; забезпечення узгодженості інтересів всіх учасників процесу КСВ; налагодження системи партнерських відносин; підвищення якості фармацевтичної освіти та відкриття нових спеціальностей; розвиток наукового потенціалу; розвиток репортингу зі стейкхолдерами; складання соціальної звітності на добровільних засадах; впровадження заходів з підвищення лояльності персоналу; використання частини прибутку на розвиток соціальної інфраструктури; впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; реалізація програм допомоги соціально незахищеним верствам населення, меценатство та спонсорство; підвищення рівня соціального забезпечення, захисту персоналу, розширення соціального пакету для працівників; створення на ФП посади менеджера з КСВ та інше.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Впровадження та розвиток КСВ СФГ сприятиме підвищенню як економічних результатів їхньої діяльності (надасть змогу збільшити чистий прибуток, максимізувати ефективність менеджменту, знизити рівень екологічних стягнень і соціальних витрат), так і соціальних результатів (підвищить рівень лояльності персоналу і споживачів-пацієнтів до вітчизняних ФП і лікарських засобів, підвищить екологічну безпеку регіону і країни в цілому, зміцнить партнерські відносини).

Список літератури:

1. Братющенко, С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики // С.В. Братющенко, В.Е. Селиверстов // Регион: экономика и социология. – 2007. – №4. – С. 189-206.
2. Кашин, В. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) / В. Кашин, А. Нещадин, Г. Тульчинский. // Человек и труд. – 2009. – № 5. – С. 20-28.
3. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / Под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008.
4. Мнушко З.Н. Менеджмент и маркетинг в фармации: учеб. / З.Н. Мнушко, Н.М. Дихтярева. – Х.: НФаУ, 2007. – Ч.1.– 360 с.
5. Петрунин Ю. Ю., Борисов В. К. Этика бизнеса: учеб. пособие. – М.: Дело, 2010.
6. Толочко В.М., Галій Л.В. Управління персоналом фармацевтичних організацій на основі компетенцій: моногр. – Х.: Авіста-ВЛТ, 2010. – 180 с.
7. Управління фармацією: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В.М. Толочко, І.В. Міщенко, Д.Л. Великий; за ред. В.М. Толочка. – Х.: НФаУ, 2004. – 388 с.
8. Управління трудовим потенціалом фармацевтичних підприємств в умовах менеджменту якості: монографія / О.В. Посилкіна, О.В. Доровський, Ю.С.Братішко, М.І. Сидоренко; за ред. проф. О.В. Посилкіної. – Х.: НФаУ, 2010. – 416 с.
9. Calinescu T. Social responsibility of business as factor of human capital management at the enterprise. / T. Calinescu, O. Zelenko // Management and Education. Academic Journal – University “ Prof. Dr Assen Zlatov”, Faculty of Social Sciences, Burgas, Vol. IV, 2008. – P. 7-10.
10. Crane, A. and Matten, D. Business Ethics – A European Perspective. Oxford: Oxford University Press, 2004.
11. ISO Advisory Group on Social Responsibility. Working Report on Social Responsibility. – 2004. – April 30. – 90 p.
12. Kogut, B. and Spicer, A. ‘Capital Market Development and Mass Privatization Are Logical Contradictions: Lessons from Russia and the Czech Republic’. Industrial and Corporate Change, 2002, Vol 11, Number 1, pp 1-37: Oxford University Press.
13. Orlitzky M. Corporate Social and Financial Performance / M. Orlitzky, F. Schmidt, S. Rynes // A Meta-Analysis, organization Studies. – London : SAGE Publication : Thousand Oaks : CA & New Delhi, 2003. – 464 с.
14. OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Management Systems) – международный стандарт по разработке систем управления охраной здоровья и безопасностью персонала.
15. Raynard P., Forstater M. Corporate Social Responsibility. Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries. United Nations Industrial Development Organization. – Vienna, 2002. – 75 p.
16. SA 8000 (Social Accountability 8000) (Социальная ответственность 8000) – стандарт для оценки социальных аспектов систем управления.
17. Wootliff, J., and Deri, C. ‘NGOs: The New Super Brands’. Corporate Reputation Review, 4/2, 2004.

Братішко Ю.С.

Национальный фармацевтический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ И УРОВНЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА**Резюме**

Статья посвящена вопросам внедрения на фармацевтических предприятиях принципов корпоративной социальной ответственности. В статье проанализированы основные проблемы управления социальной ответственностью фармацевтического бизнеса в современных условиях, определены уровни и стратегические направления корпоративной социальной ответственности. Также представлено авторское определение «социальная ответственность фармацевтического бизнеса», определены особенности управления корпоративной социальной ответственностью разных субъектов фармацевтической отрасли.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность фармацевтического бизнеса, фармацевтическая отрасль, фармацевтическое предприятие

Bratishko Yu.S.

National Pharmaceutical University

RESEARCH OF ESSENCE AND LEVELS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF PHARMACEUTICAL BUSINESS**Summary**

Article is devoted to questions of introduction the principles of corporate social responsibility in pharmaceutical enterprises. In article relevance of noted perspective is proved, author's definition «social responsibility of pharmaceutical business» is given, features of management of corporate social responsibility for different subjects pharmaceutical industry are identified.

Key words: corporate social responsibility, social responsibility of pharmaceutical business, pharmaceutical branch, pharmaceutical enterprise.