

Соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу: сутність та об'єкти

Братішко Ю.С.

Кафедра управління та економіки підприємства,
Національний фармацевтичний університет,
м. Харків, Україна
bratishko@i.ua

Соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу (СВФБ) – це здатність суб'єктів фармацевтичної галузі брати на себе зобов'язання фінансового, економічного, соціального і екологічного характеру за наслідки їхньої діяльності перед державою, суспільством, навколишнім співтовариством, персоналом, бізнес-партнерами та іншими зацікавленими сторонами, яка реалізується через етичну поведінку з урахуванням інтересів і очікувань всіх стейкхолдерів при дотриманні чинного законодавства і міжнародних стандартів на принципах добровільності і взаємної вигоди [1].

СВФБ передбачає: 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; участь у регіональних соціальних програмах розвитку територій і реалізацію власних соціальних проєктів. СВФБ базується на принципах дотримання чинного законодавства, врахуванні вимог міжнародних стандартів якості і передбачає значну міру добровільності в реалізації соціальних заходів. Саме добровільний характер реалізації соціальних заходів обумовлює розмаїття підходів до формування СВФБ.

До складових СВФБ можна віднести складові якості, соціальну, екологічну, управлінську, правову та складову розвитку, які реалізуються як у вигляді внутрішньої та зовнішньої відповідальності (рис. 1).

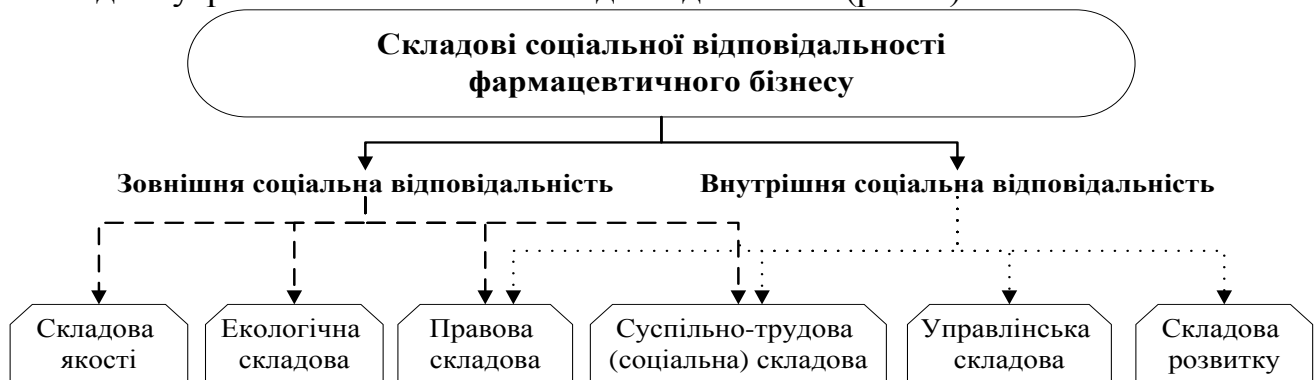


Рис. 1. Складові соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу
(розроблено автором)

Об'єктами СВФБ (рис. 2) є фізичні та юридичні особи, на яких розповсюджується вплив діяльності фармацевтичних компаній (ФК). До об'єктів СВФБ відносяться: персонал, акціонери та власники ФК, держава та органи державної влади, органи місцевого самоврядування, місцеве

співтовариство, суспільство та суспільні організації, споживачі, клієнти, пацієнти, лікарі та провізори, постачальники, бізнес-партнери, конкуренти, фінансово-кредитні та податкові установи, інвестори, засоби масової інформації та інші зацікавлені сторони.



Рис. 2. Об'єкти (стейкхолдери) соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (розроблено автором)

Слід відзначити, що коло інтересів кожного з перелічених об'єктів та тіснота взаємодії з ФК дуже відрізняються один від одного та залежать від багатьох факторів, таких як, наприклад, потенціал самої ФК, масштаб її діяльності, ступінь розвитку та ін. Отже, вивчення напрямків соціально відповідальної діяльності сучасних ФК та їх вплив на внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів залишається актуальним питанням.

Література

1. Братішко Ю. С. Розробка алгоритму формування системи соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств / Ю. С. Братішко // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2015. – № 4. – С. 52–59.
2. Bratishko Yu. S. Assessment of social responsibility of pharmaceutical business / Yu. S. Bratishko // Problems of social and economic development of business: Collection of scientific articles. Vol. 1. – Publish.house «BREEZE», Montreal, Canada, 2014. – P. 205–209.