

Використана література:

1. Бойченко Е.Б. Відтворення продуктивних сил в контексті розвитку регіонального соціуму: питання теорії, практики, діагностики : [монографія] / Е.Б. Бойченко. – К.: «Хай-Тек Прес», 2015. – 372 с.

**Актуальні питання управління соціальною відповідальністю
фармацевтичного бізнесу**

*Братішко Ю. С., к.фарм.н., доцент кафедри управління та економіки
підприємства Національного фармацевтичного університету
bratishko@i.ua*

*Селютін В.В., студент 5 курсу спеціальності «Економіка підприємства»
Національного фармацевтичного університету*

Сьогодні під концепцією соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (СВФБ) слід розуміти систему поглядів на усвідомлення сутності, принципів, методів, підходів до формування, оцінки та управління соціальною відповідальністю суб'єктів фармацевтичної галузі (СФГ).

СВФБ – це здатність СФГ 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 та очікувань всіх стейкхолдерів при дотриманні чинного законодавства і міжнародних стандартів на принципах добровільності та взаємної вигоди.

СВФБ передбачає: забезпечення населення якісними, ефективними, безпечними та доступними за ціною ЛП; 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 ЛП; відповідальність за екологічну безпеку перед місцевим співтовариством; 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 (перед закладами охорони здоров'я, 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 у вигляді

внутрішньої та зовнішньої відповідальності з метою забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

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

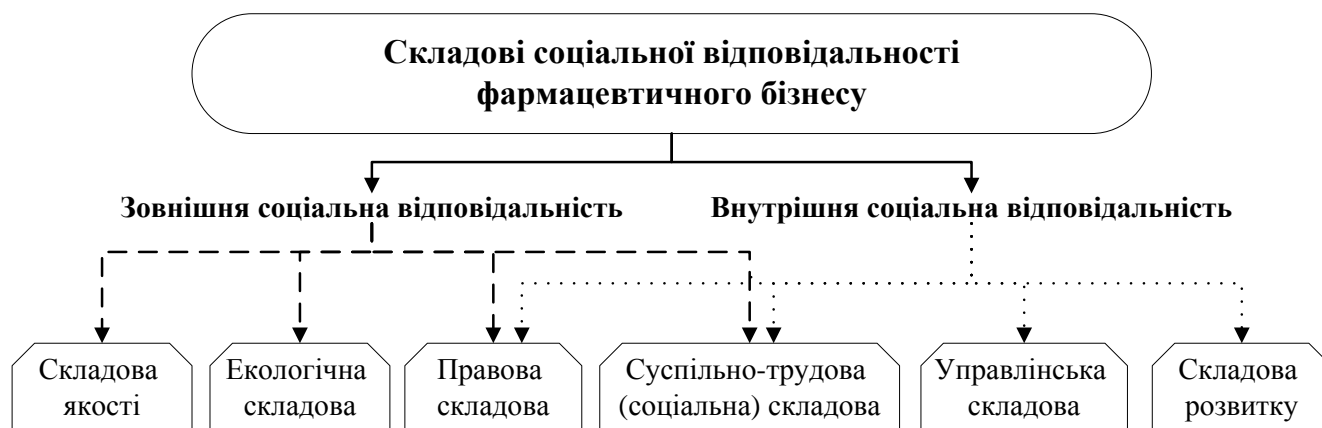


Рис. 1. Складові СВФБ

Отже, на сьогодні важливим для СФГ є визначення сфер зацікавленості кожного стейкхолдера на всіма складовими СВФБ.

Використана література:

1. Братішко, Ю. С. Посада менеджера із соціальної відповідальності сучасної фармацевтичної компанії : Соціальна відповідальність бізнесу і адміністрації – створення інноваційного управління : монографія / Ю. С. Братішко, О. В. Посилкіна; за ред. В. Дучмала. – Бердянськ : Вид-во Ткачук О. В., 2015. – С. 54–63.

2. Братішко, Ю. С. Формування концепції соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу / Ю. С. Братішко // Socio-economic problems of management: Collective monograph. – Thorpe-Bowker®, Melbourne, Australia, 2015. – Р. 198–221.

3. Партишев, О. Корпоративна соціальна відповідальність. Фармацевтичний бізнес / О. Партишев, А. Стогній, А. Чобану // Фармацевт-практик. – 2012. – № 5. – С. 8–9.

4. Посилкіна, О. В. Дослідження вимог роботодавців до кандидатів на посаду менеджера із соціальної відповідальності сучасних фармацевтичних підприємств / О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2016. – № 3. – С. 38-44.

5. 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. – Том 2, № 3. – С. 5-17.

6. Толочко, В. М. Посилення соціальної відповідальності в діяльності аптечних закладів України / В. М. Толочко, М. В. Зарічкова // Соціальна фармація : стан, проблеми та перспективи : міжн. наук.-практ. інтернет-

конференції, м. Харків, 17-20 бер. 2014 р. / ред. кол.: А. А. Котвіцька та ін. – Х. : НФаУ, 2014. – С. 128 – 132.

7. 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.

Дослідження особливостей дієтичних добавок в асортиментній політиці аптек

*Бондарєва І.В., к. фарм. н., доцент кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту Національного фармацевтичного університету,
fmm@niph.edu.ua*

Власова А.П., студентка 5 курсу спеціальності «Фармація» Національного фармацевтичного університету

Сьогодні для підвищення якості життя та збереження здоров'я, людині необхідно харчуватись правильно та робити фізичні вправи. Всесвітня організація охорони здоров'я рекомендує споживати від 5 до 9 порцій фруктів і овочів щодня. Проте через напружений графік роботи та активний ритм життя близько 75% людей не споживають щоденну рекомендовану норму цих продуктів, у результаті чого у їхньому раціоні утворюється розрив між харчовою потребою і реальним споживанням. Дієтичні добавки (ДД) можуть допомогти заповнити прогалини у нашому раціоні харчування і таким чином забезпечити організму кожного з нас потрібний набір поживних речовин у необхідних кількостях. ДД це харчовий продукт, що споживається у невеликих визначених кількостях додатково до звичайного харчового раціону, який є концентрованим джерелом поживних речовин, у тому числі білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, мінеральних речовин, і виготовлений у вигляді таблеток, капсул, драже, порошків, рідин або інших формах.

Метою даної роботи було дослідження особливостей ДД в асортиментній політиці аптек. У процесі роботи було використано метод експертної оцінки.

Встановлено, що зараз на фармацевтичному ринку України відбувається стрімкий ріст кількості найменувань ДД. Було проведено порівняння цін на ДД та визначено, що українські виробники більш доступні для населення, ніж закордонні конкуренти, це свідчить про високий рівень відповідальності та компетентності вітчизняного виробника.

ДД є важливими позиціями в асортименті аптеки. Асортимент деяких аптечних фарммаркетів більше ніж на 50% складається з парафармацевтичної продукції, лікувальної косметики та ДД. Тенденції зростання у цій сфері є найкращим показником ефективності та дієвості ДД. Загалом поширення ДД, та продуктів парафармацевтики відіграє значну роль у підтриманні повноцінного харчування та лікарського забезпечення, для багатьох груп населення країни. По даним опитувань, менш як 28% працівників закладів охорони здоров'я