

# АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН В ФАРМАЦІЇ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Посилкіна О.В., Орел Д.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

kaf.yep@nuph.edu.ua

**Вступ.** Сучасний стан розвитку теорії соціальної ринкової економіки передбачає вихід за межі діяльності окремого підприємства (фірми), тобто перехід від розуміння необхідності впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності до усвідомлення актуальності реалізації соціальної відповідальності на мезо- і макрорівнях. Тобто закономірним етапом еволюції соціально-економічних відносин в умовах розвитку інтеграційних процесів стає усвідомлення учасниками ринкових відносин необхідності досягнення консенсусу шляхом знаходження балансу їх інтересів у процесі формування доходів і розподілу прибутку, пошуку компромісів на засадах взаємної довіри і розуміння своєї соціальної відповідальності перед партнерами, суспільством, власним персоналом та іншими стейкхолдерами.

Важливою умовою реалізації концепції взаємної (комунітарної) соціальної відповідальності є розвиток сталих партнерських відносин (ПВ) між учасниками ринкових відносин.

**Метою роботи** є дослідження переваг розвитку ПВ для суб'єктів фармацевтичного ринку (СФР) в контексті впровадження моделі соціально відповідального бізнесу і обґрунтування ролі фармацевтичних логістичних ланцюгів постачань як ключового фактору розвитку ПВ.

**Методи дослідження** використані при виконанні роботи: бібліографічно-описовий, логіко-історичного порівняння, контент-аналіз, системний аналіз і детермінований порівняльний аналіз.

**Викладання основного матеріалу.** Проведені дослідження дозволили визначити переваги налагодження і розвитку ПВ між суб'єктами фармацевтичного ринку (СФР) наведені в таблиці.

## Переваги налагодження і розвитку ПВ у фармацевтичній галузі

Напрямок розвитку	«Постачальник – ФП-виробник ЛЗ»	«ФП-виробник ЛЗ – клієнт (споживач)»
Отримувач переваги		
ФП-виробник ЛЗ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Надійність поставок</li> <li>• Зменшення витрат на пошук нових постачальників</li> <li>• Гарантія якості субстанцій та матеріалів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стабільність збуту фармацевтичної продукції</li> <li>• Зменшення витрат на пошук нових клієнтів (споживачів)</li> <li>• Зменшення витрат на створення запасів готової продукції</li> </ul>
Партнер ФП-виробника ЛЗ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стабільність збуту фармацевтичної продукції</li> <li>• Зменшення витрат на пошук нових клієнтів</li> <li>• Зменшення витрат на створення запасів субстанцій та матеріалів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стабільність поставок ЛЗ</li> <li>• Гарантія якості ЛЗ та точності комплектації замовлень</li> <li>• Можливість отримання знижок</li> <li>• Зменшення витрат від несвоєчасного і неякісного виконання договірних зобов'язань</li> </ul>
ФП-виробник ЛЗ та його партнери	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Можливість консолідації ресурсів для реалізації нагальних завдань в умовах складної епідеміологічної ситуації</li> <li>• Підвищення загальних показників результативності діяльності</li> <li>• Спрощення інформаційного та ресурсного обміну</li> <li>• Спрощення процесів прогнозування та планування виробництва та обігу ЛЗ</li> <li>• Підвищення гнучкості реагування на зміни кон'юнктури фармацевтичного ринку</li> </ul>	
Кінцевий споживач ЛЗ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Гарантія збереження якості ЛЗ</li> <li>• Недопущення проникнення в ланцюги постачань неякісних і фальсифікованих ЛЗ</li> <li>• Підвищення фізичної, маркетингової та цінової доступності ЛЗ</li> </ul>	

Узагальнюючі дослідження з формування та розвитку ПВ в залежності від фокусування авторів на певній їх характеристиці, можна виділити декілька груп відповідних моделей :

- моделі, орієнтовані на аналіз структури ПВ;
- моделі, орієнтовані на аналіз факторів, що сприяють розвитку ПВ;
- моделі формування та впровадження стратегії управління ПВ;
- моделі оцінки ефективності управління ПВ;
- моделі формування та розвитку ПВ.

На нашу думку, найбільш змістовними моделями, що охоплюють реалізацію всіх аспектів концепції управління ПВ, є моделі формування та розвитку цінності ПВ.

«Цінність» – діалектична єдність корисності речі для споживача, а також вартості (суспільно необхідних витрат виробництва) для виробника.

Поняття «цінність» у фармацевтичній галузі необхідно розглядати як адитивне, що формується шляхом мультиплікації різних видів цінності:

- базової цінності – цінності ЛЗ як соціально важливого товару. Створення цієї цінності відбувається на ФП та полягає в належному виробництві ЛЗ згідно з вимогами міжнародних стандартів якості, правилами GMP і АНД;
- додаткової цінності – необов’язкових, проте важливих для споживачів параметрів, таких як інформаційна та маркетингова підтримка (супровід) ФП- виробником просування певного ЛЗ;
- цінності логістичного обслуговування, що виникає завдяки збереженню базової цінності (тобто збереження якості ЛЗ) та підвищенню їх фізичної доступності ;
- власне цінності ПВ – кінцевий етап примноження цінності, що є синергетичним результатом ефективного створення, збереження та примноження, тобто реалізації видів цінності, створених на попередніх етапах, та полягає у формуванні на цій основі довгострокових переваг від узгодженої взаємовигідної діяльності СФР.

Слід зазначити, що дослідження з управління створенням то розвитком цінності ПВ тісно пов’язані з концепціями формування логістичних ланцюгів

постачань. Більшість зарубіжних вчених питання партнерства розглядають саме в контексті розвитку інтеграційних процесів (зокрема інтеграційної логістики), оскільки тільки завдяки зовнішній інтеграції із постачальниками та клієнтами (споживачами), тобто управління відповідними логістичними ланцюгами підприємства можуть створювати та розвивати переваги, тобто цінність ПВ, ефект від яких одержують різні зацікавлені сторони (стейкхолдери).

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сагайдак-Нікітюк Р. В., Квачова О. М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

Sagaidak\_rita@ukr.net

Поглиблення інтеграції України в європейський простір потребує інноваційних підходів до розроблення механізмів управління кожним суб'єктом підприємництва, зокрема суб'єктом фармацевтичного ринку, з урахуванням впливу на довкілля, тому що традиційні методи не спроможні забезпечувати ефективні рішення, а забруднення навколишнього природного середовища завдають значних збитків національному добробуту.

За даними експертів Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), стан здоров'я населення у середньому на 50-52% залежить від економічної забезпеченості й способу життя людей, на 20-22% – від спадкових факторів, на 7-12% – від рівня медичного обслуговування, на 18-20% – від стану довкілля [1].

**Мета дослідження** – вивчення сучасного стану поводження з відходами фармацевтичних підприємств.

**Результати дослідження.** На підставі проведених досліджень виявлені два напрямки передачі відходів: по вертикалі (від матеріально-технічного забезпечення процесу виробництва лікарських засобів (ЛЗ) речовинами