**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я УКРАЇНИ**

**УКРАЇНСЬКИЙ ЦЕНТР НАУКОВОЇ МЕДИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

**ТА ПАТЕНТНО-ЛІЦЕНЗІЙНОЇ РОБОТИ**

**МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

**ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**(методичні рекомендації)**

**(84.15/123.15)**

**Київ – 2016**

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я УКРАЇНИ**

**УКРАЇНСЬКИЙ ЦЕНТР НАУКОВОЇ МЕДИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

**ТА ПАТЕНТНО-ЛІЦЕНЗІЙНОЇ РОБОТИ**

|  |
| --- |
| **«УЗГОДЖЕНО»**  **Начальник Управління**  **фармацевтичної діяльності  та якості фармацевтичної продукції МОЗ України**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Лясковський Т.М.**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 р.** |

**МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

**ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**(методичні рекомендації)**

**84.15/123.15)**

**Київ 2016**

**Установи-розробники:**

Національний фармацевтичний університет МОЗ України

**Укладачі:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Братішко Ю. С. | к. фарм. н., доцент | (057) 771-81-47 |
| Посилкіна О. В. | д. фарм. н., професор | (057) 771-81-47 |
| Новгородська Л. М. | ст. наук. спів. | (044) 428-37-22 |

**Рецензенти:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мнушко З. М. | д. фарм. н., професор |  |

Голова Експертної проблемної комісії «Фармація» МОЗ та НАМН України, академік НАН України, д.фарм. н., д.х.н., професор Черних В. П.

2

**ЗМІСТ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | Стор. |
|  | Перелік умовних скорочень……………………………….…………….. | 4 |
|  | Вступ……………………………………………………………………… | 5 |
| **1.** | Аналіз сучасних тенденцій в управлінні соціальною відповідальністю фармацевтичних компаній.................................................................... | 7 |
| **2.** | Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств………………………...……………………... | 15 |
|  | Висновки………………………………………………………………….. | 21 |
|  | Перелік рекомендованих джерел …………………..……..…………….. | 22 |

3

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

ВВП – валовий внутрішній продукт

ВНЗ – вищий навчальний заклад

ЛЗ – лікарський засіб

НФаУ – Національний фармацевтичний університет

СВФБ – соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу

ССЕР – сталий соціально-економічний розвиток

ФП – фармацевтичне підприємство

4

**ВСТУП**

Як показує досвід функціонування провідних фармацевтичних компаній світу, сьогодні фармацевтичні підприємства (ФП) повинні усвідомити власну роль в житті країни, прагнути до перетворення у високотехнологічні, екологічно небайдужі, соціально відповідальні організації, які здатні забезпечувати населення якісними, безпечними та доступними за ціною ЛЗ, необхідними для підвищення якості життя населення. Тільки за цих умов у ФП є можливість йти шляхом сталого розвитку, враховуючи власні та суспільні потреби та очікування.

Провідні закордонні фармацевтичні компанії значно випереджають вітчизняні у реалізації концепції соціальної відповідальності та сталого розвитку, соціальної політики та екологізації виробництва, визначивши ці аспекти як першочергові у порівнянні з економічною ефективністю діяльності. Здійснюючи інвестування в соціальний капітал та екологічну сфери, зарубіжні компанії поширюють свою діяльність на глобальному рівні. Вони використовують ресурсо- і енергозберігаючі технології, втілюють в життя довгострокові соціальні проекти, і, як результат, отримують додаткові економічні вигоди у вигляді наданих державою пільг, лояльності споживачів, встановлення партнерських відносин з клієнтами. На відміну від них, більшість українських ФП у внутрішньофірмовому менеджменті акцентують увагу на економічному боці бізнес-процесів, і не приділяють достатньо уваги розвитку соціально відповідальної діяльності. А такий однобічний підхід до управління суперечить концепції соціальної відповідальності та сталого розвитку. Отже, для досягнення високого конкурентного статусу вітчизняним ФП необхідно формувати, оцінювати та розвивати власну соціально відповідальну діяльність шляхом впровадження сучасних досягнень науки.

Об’єктом дослідження є соціально відповідальна діяльність вітчизняних і зарубіжних фармацевтичних компаній.

Науково-методичні рекомендації спрямовані на формування науково-практичних підходів до оцінки соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (СВФБ), що дозволить більш обґрунтовано підходити до обрання стратегії розвитку соціально відповідальної діяльності вітчизняних ФП, завдяки чому підвищиться їхня конкурентоспроможність як на українському, так і на світовому фармацевтичному ринках.

5

Наукова новизна одержаних результатів полягає в такому:

- визначено сутність та значення СВФБ;

- удосконалено підходи до формування сукупності показників оцінки СВФБ;

- побудована система оцінки СВФБ, застосування якої дозволить більш ефективно обирати та оптимально поєднувати адекватні сучасним вимогам методи та інструменти оцінки соціально відповідальної діяльності ФП, залучаючи до процесу оцінки зацікавлені сторони (стейкхолдерів) та враховуючи їхні інтереси для побудови сталих партнерських відносин.

Науково-методичні рекомендації підготовлені за результатами досліджень за темою «Формування соціальноорієнтованої інноваційно-логістичної моделі розвитку фармацевтичної галузі України» (номер державної реєстрації 0114U000961) 2014-2017 рр., яка виконується згідно з планом науково-дослідних робіт Національного фармацевтичного університету.

Методичні рекомендації видаються в Україні вперше та призначені для керівників ФП, керівників підрозділів в охороні здоров'я, професіоналів в галузі фармації, менеджерів (управителів) з громадської охорони здоров'я, менеджерів із зв'язків з громадськістю, менеджерів з персоналу, менеджерів із соціальної та корпоративної відповідальності, експертів із соціальної відповідальності, а також Уповноважених осіб та наукових співробітників.

6

**1. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ**

Забезпечення сталого соціально-економічного розвитку (ССЕР) є стратегічним завданням кожного підприємства, яке позиціонує себе як соціально відповідальна організація. ССЕР фармацевтичних підприємств (ФП) – це гармонійний збалансований розвиток, в якому використання ресурсів, інвестиційний, інноваційний, інституціональний та екологічний менеджмент, а також менеджмент персоналу спрямовані на підвищення якості життя людей та задоволення потреб стейкхолдерів на основі взаємної вигоди. Сталий розвиток є запорукою ефективного функціонування ФП, він сприяє отриманню істотних переваг в конкурентній боротьбі, і є відображенням потенціалу соціально-економічних процесів.

Сталий розвиток – це загальна концепція про необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб суспільства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в підвищенні якості життя з урахуванням аспектів здоров’я, безпеки та чистоти довкілля. Вчені-прихильники сталого розвитку вважають дану концепцію перспективною ідеологією 21 століття і навіть усього третього тисячоліття, яка, з поглибленням наукової обґрунтованості, витіснить всі наявні світоглядні ідеології, як є фрагментарними, неспроможними забезпечити збалансований розвиток цивілізації. Сталий розвиток – це керований розвиток. Основою його керованості є системний підхід та сучасні інформаційні технології, які дозволяють швидко моделювати різні варіанти напрямків розвитку і вибирати найбільш оптимальний.

Однією зі складових забезпечення ССЕР ФП є побудова ефективної системи соціальної відповідальності, яка створює підґрунтя для побудови сукупності стабільних партнерських відносин зі стейкхолдерами. 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. Сьогодні у всьому світі підвищується роль соціальної відповідальності не тільки бізнесу, але й соціальної відповідальності країни, яка є основою конкурентоспроможності бізнесу та важливою складовою його іміджу та репутації. Вчені всього світу доводять наявність тісного зв’язку між рівнем соціальної відповідальності бізнесу та країни. Для підтвердження цієї гіпотези нами проаналізовані дані досліджень міжнародного наукового Інституту репутації (Country RepTrak від Reputation Institute Global CSR RepTrak 100), який щорічно проводить оцінку рівня репутації, сталого розвитку та соціальної відповідальності країн світу. Цей науковий інститут з головним представництвом у Нью-Йорку має дослідні бази в 34 країнах світу, включаючи Україну. Дослідження охоплює 50 країн світу і враховує рівень народної довіри, захоплення, пошани і прихильності до них. Ці чотири елементи розбиті на 16 категорій, які включають в себе: якість життя населення; стан бізнес-середовища; товари і послуги, а також красу природита стан екологічної безпеки в країні. Ці та інші показники використовуються для визначення рейтингу країн за рівнем соціальної відповідальності та сталості розвитку (табл. 1.1).

7

Таблиця 1.1

**ТОП-10 соціально відповідальних країн світу, з найвищим рейтингом репутації та сталого розвитку**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Країна** | **Рейтинг / рік** | | | | | |
| **2015** | **2014** | **2013** | **2012** | **2011** | **2010** |
| [Канада](http://gtmarket.ru/countries/canada/canada-info) | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| [Норвегія](http://gtmarket.ru/countries/norway/norway-info) | 2 | 6 | 5 | 5 | 6 | 5 |
| [Швеція](http://gtmarket.ru/countries/sweden/sweden-info) | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| [Швейцарія](http://gtmarket.ru/countries/switzerland/switzerland-info) | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| [Австралія](http://gtmarket.ru/countries/australia/australia-info) | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| [Фінляндія](http://gtmarket.ru/countries/finland/finland-info) | 6 | 4 | 8 | 7 | 8 | 6 |
| [Нова Зеландія](http://gtmarket.ru/countries/new-zealand/new-zealand-info) | 7 | 8 | 7 | 6 | 5 | - |
| [Данія](http://gtmarket.ru/countries/denmark/denmark-info) | 8 | 7 | 6 | 8 | 7 | 7 |
| [Нідерланд](http://gtmarket.ru/countries/netherlands/netherlands-info)и | 9 | 9 | 9 | 10 | 10 | 9 |
| Бельгія | 10 | - | - | - | - | 10 |
| [Австрія](http://gtmarket.ru/countries/austria/austria-info) | - | - | 10 | 9 | 9 | 8 |
| Германія | - | 10 | 8 |  |  |  |

За результатами проведеного дослідження,у 2015 році найбільш розвиненою і соціально відповідальною країною визнана Канада. Вона є абсолютним лідером за критеріями ефективності діяльності уряду, розвитку економіки і привабливістю навколишнього середовища. Наступні місця за Канадою посідають Норвегія, Швеція, Швейцарія та Австралія. Ці країни відомі своєю стабільністю, сильною демократією, високим ВВП та розвиненою соціальною інфраструктурою. У період з 2009 року Україна підняла свій рейтинг соціальної відповідальності та репутації на 10 пунктів. Так, у 2013 та 2012 роках Україна займала у рейтингу 42 місце з 50, хоча у 2011 – мала 40 позицію. У 2014 та 2015 році рейтинг України не розраховувався.

Аналіз даних сталого соціально-економічного розвитку країн Східної Європи, заснований на дослідженнях, проведених World Data Center for Geoinformatics and Sustainable Development (табл. 1.2), дав можливість виявити, що не дивлячись на зростання індексу розвитку, Україна відстає від своїх сусідів, що акцентує увагу на необхідності впровадження сучасних механізмів управління розвитком як на макро- так і на мікроекономічному рівні.

Таблиця 1.2

**Оцінка індексу сталого розвитку країн Східної Європи**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Країна** | **Індекс сталого розвитку** | | | | | | | | | |
| **2013** | **2012** | **2011** | **2010** | **2009** | **2008** | **2007** | **2006** | **2005** | **Рейтинг 2013 (серед приведених країн)** |
| Україна | 1,883 | 1,836 | 1,836 | 1,866 | 1,894 | 1,913 | 1,808 | 0,668 | 0,485 | 8 |
| Росія | 1,990 | 2,096 | 2,096 | 2,093 | 2,202 | 2,220 | 2,142 | 0,693 | 0,515 | 7 |
| Польща | 2,476 | 2,282 | 2,282 | 2,235 | 2,248 | 2,191 | 1,949 | 0,728 | 0,559 | 3 |
| Румунія | 2,082 | 2,149 | 2,149 | 2,091 | 1,960 | 1,950 | 1,941 | 0,519 | 0,519 | 6 |
| Словаччина | 2,495 | 2,396 | 2,396 | 2,408 | 2,395 | 2,447 | 2,324 | 0,755 | 0,601 | 2 |
| Угорщина | 2,400 | 2,350 | 2,350 | 2,327 | 2,324 | 2,331 | 2,240 | 0,749 | 0,601 | 4 |
| Болгарія | 2,222 | 2,101 | 2,101 | 2,129 | 2,162 | 2,150 | 2,112 | 0,696 | 0,549 | 5 |
| Чехія | 2,573 | 2,425 | 2,425 | 2,425 | 2,305 | 2,333 | 2,206 | 0,795 | 0,602 | 1 |

З метою визначення світових лідерів в галузі сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу, нами проаналізовані результати досліджень Інституту репутації, в якому брали участь понад 55 тисяч респондентів.

9

Десятка компаній-лідерів протягом 2010-2015 рр. наведена у таблиці 1.3. Жодна фармацевтична компанія світу у 2015 році в ТОП-10 не ввійшла. Тобто, згідно з рейтингом із соціальної відповідальності, можна сказати, що попри те, що фармація є беззаперечно соціально відповідальною галуззю, світовими лідерами у сфері соціально відповідальної діяльності є рекламні компанії, компанії, які розробляють програмне забезпечення, компанії автомобілебудівної промисловості та компанії індустрії розваг. У ТОП-100 соціально відповідальних компаній світу 2015 року увійшли такі ФП, як Eli Lilly (67 місце), Novo Nordisk (73 місце), Bayer (77 місце), Roche (92 місце), Sanofi (93 місце), MSD (MerckSharp&Dohme) (98 місце) та AstraZeneca (99 місце).

Таблиця 1.3

**ТОП-10 соціально відповідальних компаній світу, з найвищим**

**рейтингом репутації та розвитку**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг**  **компанії** | **Компанія** | | | | | |
| **2015** | **2014** | **2013** | **2012** | **2011** | **2010** |
| 1 | Google | Google | Microsoft | Microsoft | Google | Google |
| 2 | BMW AG | Microsoft | The Walt Disney Company | Google | Apple Inc. | Vodafone Group plc |
| 3 | The Walt Disney Company | The Walt Disney Company | Google | The Walt Disney Company | The Walt Disney Company | Microsoft |
| 4 | Microsoft | BMW AG | BMW AG | BMW AG | Microsoft | Apple Inc. |
| 5 | Daimler | Apple Inc. | Daimler | Apple Inc. | Daimler | BMW AG |
| 6 | LEGO | LEGO | SONY | Daimler | SONY | SONY |
| 7 | Apple Inc. | BMW AG | Intel Corporation | Volkswagen | LEGO | IKEA |
| 8 | Intel Corporation | Intel Corporation | Volkswagen | SONY | BMW AG | Volkswagen |
| 9 | Rolls-Royce Aerospace | Rolex | Apple Inc. | Colgate-Palmolive | Volkswagen | United Parcel Service, Inc. |
| 10 | Rolex | Daimler | Nestle | LEGO | Intel Corporation | Intel Corporation |

Також слід відзначити, що звіт «2016 Global Pharma RepTrak®», який складений у другому кварталі 2016 року Інститутом Репутації, показав, що загальносвітове сприйняття соціально відповідальної поведінки фармацевтичних компаній в цілому зростає. Так, звіт «RepTrak® Pulse» показав збільшення з 65,7 у 2015 році до 67,6 у 2016 році індексу соціальної відповідальності фармації. У Великобританії, США, Австралії, Бразилії, Германії та Росії, репутація фармацевтичних компаній зросла до значення індексу 70 і навіть більше.

10

Теперішній стан розвитку соціальної відповідальності суб’єктів фармацевтичної галузі свідчить не про відсутність соціально відповідальної діяльності ФП, і не про її нерозвиненість, а про недостатню увагу з боку ФП щодо оприлюднення результатів свої діяльності та невміння себе правильно позиціонувати. Тобто, сьогодні ФП повинні знайти нові підходи до побудови системи комунікацій, впровадження системи регулярної соціальної звітності, використання новітніх технологій до оцінки та управління власною соціально відповідальною діяльністю, ФП повинні відмовитись від шаблонних дій в сфері соціальної відповідальності, оптимізувати витрати на реалізацію соціальних та екологічних проектів, будувати сталі партнерські відносини з бізнес-оточенням та місцевим співтовариством. Прикладом ефективного управління соціальною відповідальність для вітчизняних ФП може стати компанія Bayer, яка сьогодні має найвищий рейтинг репутації (за даними звіту «2016 Global Pharma RepTrak®», індекс репутації фармкомпанії Bayer склав 70,6 зі 100 можливих). Також лідерами в сфері соціальної відповідальності є такі фармацевтичні компанії, як Abbott Laboratories, Novo Nordisk, Roche, Merck, Sanofi, Allergan, AstraZeneca, Eli Lilly, AbbVie, GSK, Novartis, Bristol-Myers Squibb, та Pfizer, які за рейтингом 2016 року мають індекси репутації від 65,9 до 68,7.

За багаторічно доведеними та перевіреними даними Інституту репутації, підвищення індексу соціальної відповідальності та репутації на 5 пунктів дає можливість підвищити готовність суб’єктів бізнес-середовища рекомендувати компанію як стабільного партнера та підвищити лояльність споживачів на 8,5%. Таким чином, це логічно збільшує конкурентоспроможність ФП, сприяє зростанню прибутку та є запорукою побудови довгострокових партнерських відносин з бізнес-середовищем.

На відміну від лідерів світового фармацевтичного ринку, більшість українських ФП у внутрішньофірмовому менеджменті акцентують увагу на економічному боці бізнес-процесів, і не приділяють достатньої уваги соціальному розвитку, власній репутації та питанням формування, оцінки та управління СВФБ.

11

Але сьогодні близько 50 % вітчизняних фармвиробників розширюють перелік соціальних пільг для персоналу, як відповідно до соціальних державних стандартів (оплата лікарняних листків; надання чергової оплачуваної відпустки; обов’язкове соціальне страхування; відрахування до пенсійного фонду; відшкодування видатків, пов’язаних з відрядженнями співробітників; відшкодування транспортних видатків співробітникам, постійна робота яких носить роз’їзний характер; доплати та надбавки (за виконання обов’язків тимчасово відсутнього працівника, за роботу у святкові та вихідні дні, за виконання шкідливих робіт та ін.); забезпечення питною водою, молоком для встановлених видів робіт; забезпечення спецодягом; оформлення оздоровчих путівок для співробітників (через Фонд Соціального страхування); організовують медпункти для проведення обов’язкових медичних оглядів), так і корпоративні пільги (додаткова оплачувана відпустка; представницькі видатки; медичне страхування співробітників; пільгове медичне страхування членів родини; оплати витрат на мобільний зв’язок; матеріальна допомога на харчування; матеріальна допомога в особливих випадках). У Колективних договорах ФП закріплені права працівників користуватись спортивними залами, корпоративним транспортом, надаються оздоровчі путівки членам родин працівників. Через Профспілку працівники отримують новорічні подарунки для власних дітей. ФП беруть на себе витрати з корпоративних заходів, з організації роботи корпоративних бібліотек та утримання корпоративних університетів, втілюються в життя програми підтримки колишніх співробітників, надається допомога ветеранам та пенсіонерам, які тривалий час працювали на ФП.

Так, за даними опитування Міжнародного кадрового порталу Head-Hunter Україна, 50 % компаній, окрім своєї основної діяльності, займається також і реалізацією соціальних програм. Найчастіше йдеться про благодійність – допомогу соціально незахищеним верствам населення і медичним закладам. Також досить часто роботодавці стурбовані соціальним захистом власних співробітників, рідше – проектами, спрямованими на розвиток соціальної інфраструктури. А ось екологічні програми поки менш популярні, хоча фармвиробники й працюють у напряму сертифікації за стандартами ISO серії 14000. Кількість ФП, які розробляють соціальні програми наведена на рис. 1.1, дані отримані станом на 01.09.2013 року.

12

Рис. 1.1. Розподіл ФП за участю у соціальних програмах

Серед невеликих фармацевтичних компаній відсоток тих, у кого є соціальні проекти, ненабагато перевищує третину (34%), у випадку з компаніями середнього розміру – це вже більше половини роботодавців (55%), а серед компаній, де працює понад 200 осіб, цей показник уже 62%. Закономірно також, що малий і середній фармацевтичний бізнес більше тяжіють до благодійності, в той час як великі фармацевтичні компанії більше уваги приділяють системним проектам розвитку соціальної інфраструктури і покращення екологічної ситуації. **Але програми соціальної відповідальності на більшості ФП носять дещо спонтанний характер, до системного підходу в цьому питанні українському фармацевтичному бізнесу необхідно розвиватися. Так,** 42% фармацевтичних роботодавців мають чітку стратегію реалізації соціальних програм, ще стільки ж (43%) регулярно реалізують корисні для суспільства ініціативи, але без особливого стратегічного планування і довгострокових задач. А для 16% соціальні програми – це всього лише разові нерегулярні проекти. Але спостерігається така тенденція: ч**им більша та фінансово стабільніша компанія, тим частіше вона розробляє чітку стратегію соціальної відповідальності.** Системно до цього питання підходять 66% великих ФП, у той час як серед невеликих і середніх компаній цей показник складає 30-40%. **У 47 % випадків витрати на соціальні проекти оплачує сама компанія.**Ще чверть компаній орієнтована на посильну допомогу співробітників (найчастіше такий формат у благодійних проектів), 17% компаній реалізують соціальні проекти, залучаючи благодійні організації, державні органи та органи місцевого самоврядування. А ось 10 % компаній знають – бути корисним можна і без грошей, винятково за допомогою волонтерської діяльності або, наприклад, інформаційної підтримки. Форми соціальних програм, які застосовують вітчизняні фармвиробники, наведені на рис. 1.2. **Дані були отримані в результаті опитування зареєстрованих користувачів сайту** [hh.ua](http://hh.ua/)**, проведеного у вересні 2013 року. В опитуванні брали участь 830 респондентів з різних регіонів України.**

13

Рис. 1.2. Форми соціальних програм, які реалізують ФП

Отже, проведений аналіз дозволив виявити певні недоліки в управлінні соціальною відповідальністю на ФП, які суттєво ускладнюють процес впровадження систем менеджменту якості та знижують їхню ефективність. Це обумовлює необхідність удосконалення існуючих теоретичних засад управління СВФБ та створення галузевої методики оцінки СВФБ.

14

**2. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сьогодні під концепцією СВФБ слід розуміти систему поглядів на усвідомлення сутності, принципів, методів, підходів до формування, оцінки та управління соціальною відповідальністю на всіх рівнях управління фармацевтичною галуззю та суб’єктами фармацевтичного ринку. 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 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 лікарських засобів (ЛЗ); 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 лікувальними закладами, перед лікарями, фармацевтами та провізорами); 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 ССЕР.

Важливим напрямком у формуванні концепції СВФБ є її оцінка. Запропонована система оцінки СВФБ наведена на рис. 2.1. Необхідність обґрунтування показників, які характеризують СВФБ, можна пояснити тим, що враховуючи багатогранність соціально орієнтованої діяльності ФП, її можна адекватно оцінити тільки за допомогою науково-обґрунтованої системи показників, вибір яких визначається комплексом завдань та відбиває взаємозв’язок мети оцінки СВФБ з метою управління ФП.

15

Рис. 2.1. Система оцінки соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу

Для здійснення оцінки СВФБ обґрунтовані вимоги до показників, які будуть використовуватись у розрахунках: 1) придатність, тобто дійсність виміру показниками того, для чого вони призначаються; 2) правильність визначення стану об’єкту за допомогою відібраних показників; 3) точність, тобто показники повинні постійно забезпечувати об’єктивні результати; 4) надійність, тобто очікувані помилки або відхилення у розрахунках повинні бути мінімальні; 5) повнота та вичерпний характер, тобто сукупність показників повинна вичерпно відбивати всі змінні, які піддаються вимірюванню; 6) унікальність, конкретні показники повинні бути унікальними та не імітувати вимірників, які є надлишковими чи перетинаються. Як правило, в процесі аналізу, слід прагнути до одного узагальнюючого показника для кожної властивості аналізованого об’єкту. Кількість показників при цьому повинна бути мінімальною, але достатньою для об’єктивної оцінки діяльності відповідно визначеним функціям; 7) показники та система оцінки повинні бути простими і в той же час змістовними; 8) показники мають бути кількісними у незалежності від того, абсолютні вони чи відносні; 9) показники повинні відповідати вимогам оцінки, а також забезпечувати необхідну взаємозалежність з показниками виробничо-господарської діяльності ФП; 10) порівняльна здатність, тобто показники повинні порівнюватись у динаміці за одним об’єктом дослідження та між значною кількість об’єктів. Враховуючи ці вимоги, попередньо була сформована загальна сукупність з локальних показників, які характеризують СВФБ за всіма її складовими.

16

На першому етапі відбір локальних показників оцінки СВФБ було проведено за допомогою експертного методу. В якості експертів виступали керівники ФП, керівники та працівники служб (відділів) управління персоналом, відділів стратегічного планування, відділів маркетингу, науковці. Загальна кількість експертів становила 130 осіб. Наступним етапом дослідження була перевірка рівня кореляції між локальними показниками оцінки СВФБ з метою вилучення з вибірки показників, які мають високий рівень зв’язку один з одним. Якщо коефіцієнт парної кореляції двох показників перевищує значення у 0,8, то за шкалою Чеддока це свідчить про дуже високий зв’язок між показниками та недоцільність їх одночасного використання, тобто один з них повинен виключатися з сукупності. Вибір в середині пари показників здійснювався на користь того показника, який не мав, або мав меншу кількість високих значень кореляції з рештою показників сукупності. По результатах таких розрахунків відібрані 46 локальних показника для оцінки рівня СВФБ (рис. 2.2).

17



Рис. 2.2. Запропонована система показників оцінки СВФБ

Розроблена та формалізована методика оцінки рівня СВФБ, яка заснована на використанні інтегрального підходу із використанням таксономічного аналізу. За даним підходом СВФБ можна оцінити за формулою:

 (1)

де *ІСВФБ*– інтегральний показник рівня СВФБ; *КЯкЛЗ* – комплексний показник відповідальності за своєчасне забезпечення населення якісними, безпечними та доступними за ціною ЛЗ; *КНТ* – комплексний показник відповідальності за нормотворчу діяльність та сприяння розвитку професійної та вищої освіти; *КЕк* – комплексний показник відповідальності за екологічну безпеку; *КСТр* – комплексний показник відповідальності перед персоналом та суспільством; *КАкц* – комплексний показник відповідальності перед акціонерами та власниками; *КБз* – комплексний показник відповідальності перед бізнес-середовищем.

18

На підставі відібраних показників розраховуються комплексні показники за всіма складовими СВФБ. Методика комплексної оцінки СВФБ апробована на деяких ФП, результати розрахунку наведені у табл. 2.1. Методика оцінки рівня СВФБ доповнюється оцінкою синергетичного ефекту від збалансованого управління соціальною відповідальністю. Для розрахунку коефіцієнту синергізму (КСИНЕРГ) запропонована формула:

 (2)

де *Тпр ІСВФБ*− темп приросту інтегрального показника рівня СВФБ; *Тпр Кі*− темп приросту і-того комплексного показника за j-тою складовою СВФБ; *j*− кількість складових СВФБ.

За допомогою програми Statistica 12.0 та програми Grafikus нами проведений кластерний аналіз досліджуваних ФП за рівнем СВФБ. За результатами аналізу досліджувані ФП згруповані в 4 кластери (рис. 2.3).

Відповідно до кожного кластеру ФП повинна розроблятись стратегія управління їх СВФБ та визначатися шляхи їх подальшого розвитку. Впровадження запропонованої методики оцінки СВФБ дозволяє: визначити та оцінити проблеми у сфері СВФБ;створити засади ефективного менеджменту якості; визначити сукупність ресурсів, що можуть бути спрямовані ФП на забезпечення соціально-відповідальної діяльності; розробити ефективну систему управління соціальною відповідальністю; забезпечити створення системи партнерських відносин із стейкхолдерами; впровадити принципи соціальної відповідальності у фармацевтичній галузі;та запровадити практику відкритого

19

Таблиця 2.1

**Результати оцінки СВФБ на досліджуваних ФП України у 2013 році**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Фармацевтичне підприємство** | **Інтеграль-ний показник СВФБ** | **Коефіцієнт синергізму** | **Номер**  **кластеру** | **Ранг (у межах групи з урахуванням коефіцієнту синергізму)** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Промислові фармацевтичні підприємства | | | | |
| ПАТ «Фармак» | 0,79 | 1,15 | 1 | 4 |
| Корпорація «Артеріум» | 0,84 | 2,06 | 1 | 3 |
| ПАТ НПЦ «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 «Артур-К» | 0,63 | 1,02 | 3 | 3 |
| ТОВ «БаДМ» | 0,62 | 1,21 | 2 | 2 |
| СП «Оптима-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 |

рейтингування вітчизняних ФП за рівнем СВФБ, що є важливим кроком для підвищення інвестиційної привабливості ФП та підвищення лояльності споживачів та пацієнтів. Методика оцінки дозволяє уникнути суб’єктивізму отриманих результатів та враховує не тільки інтереси ФП, але й інтереси та

20

Рис. 2.3. Результати кластеризації досліджуваних ФП за рівнем СВФБ

потреби суспільства, наголошуючи при цьому на довгострокових перевагах побудови та розвитку системи СВФБ.

**ВИСНОВКИ**

1. Визначена сутність та проведений аналіз станусоціальновідповідальноїдіяльності зарубіжних та вітчизняних фармацевтичних компаній, що дало змогу визначити компанії-лідери в сфері соціальної відповідальності.

2. Вперше побудована система оцінки СВФБ, яка включає: суб’єкт та об’єкт оцінки;містить загальні та специфічні принципи оцінки соціально відповідальної діяльності; виокремлює напрями, рівні, методи та інструменти оцінки соціальної відповідальності.

3. Вперше, з урахуванням специфіки фармацевтичної галузі, розроблена та опрацьована система показників, яка дозволяє здійснювати рейтингування фармацевтичних компаній за рівнем соціальної відповідальності. На підставі запропонованої методики, проведений кластерний аналіз досліджуваних ФП за розрахованим інтегральним показником рівня СВФБ, який дозволяє виявити чотири рівня соціальної відповідальності.

21

4. Розроблена методика має суттєве значення для бізнес-середовища, оскільки дозволяє більш обґрунтовано підходити до вибору бізнес-партнерів, а також найбільш привабливі об’єкти інвестування, якими є ФП з високим потенціалом сталого розвитку.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Посилкіна, О. В. Управління трудовим потенціалом фармацевтичних підприємств в умовах менеджменту якості: моногр. / О. В. Посилкіна, О. В. Доровський, Ю. С. Братішко // за ред. О. В. Посилкіної. – Х. : НФаУ, 2010. – 422 с.

2. Посилкіна, О. В. Управління персоналом : навч. посіб. для студ. вищ. мед. та фарм. навч. закл. / О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко, Г. В. Кубасова. – Х. : НФаУ. – 2015. – 517 с.

3. 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 заг. ред. В. Дучмала, Т. П. Несторенко, Т. Покуси. – Бердянськ : Видавець Ткачук О. В., 2015. – С. 54–63 с.: табл., іл.

4. 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.

5. https://blog.reputationinstitute.com/the-reputation-of-pharma-is- improving-but-will-pharmaceutical-companies-embrace-the-invitation-to-connect-with-general-public/

6. http://wdc.org.ua

7. http://www.reputationinstitute.com

8. hh.ua

22