

## ПОЛІТИКА БРІДЖИНГУ В РАМКАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кубарєва І. В., Чмихало Н. В., Вороніна О. М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

В умовах ринкової економіки досягнення комерційних цілей фармацевтичними організаціями є результатом правильно побудованої роботи в рамках соціальної відповідальності підприємства. Особливо це очевидно для заводів-виробників ЛЗ та великих оптових фірм, які згідно міжнародного та українського законодавства можуть виступати емітентами цінних паперів та для яких відповідність законодавчим вимогам, а також зміцнення ринкової репутації і взаємин прямо позначається на підвищенні прибутковості та вартості акцій.

Інтегрування соціальної відповідальності до складу основної ділової стратегії фармацевтичної організації підвищує її привабливість для зацікавлених сторін (стейкхолдерів), в якості яких можуть виступати власники та співвласники підприємства, його співробітники (особливо, якщо вони є акціонерами підприємства), партнери, постачальники, дистриб'ютори, державні служби (фіскальна, банківська, контролюючі органи тощо). Останні дослідження у галузі такого роду взаємодії підприємства визначили новий стратегічний напрям (засіб) взаємодії як бріджинг, який позиціонується в якості стратегічного партнерства, що може існувати (для означених вище зацікавлених сторін) у рамках соціальної взаємо відповідальності.

З урахуванням вищезначеного, метою роботи стало визначення основних напрямків формування політики бріджингу на фармацевтичних підприємствах, як стратегічного партнерства ведення бізнесу з основними контрагентами, спільнотою, державою у рамках соціальної відповідальності.

На нашу думку, політика бріджингу фармацевтичного підприємства – це цілеспрямована діяльність підприємства, яка пов'язана з прийняттям управлінських соціально відповідальних рішень щодо стратегічного партнерства з основними стейкхолдерами.

В останні роки питання соціальної відповідальності у світовому діловому співтоваристві стали найважливішими. В європейському фармацевтичному просторі функціонує спеціальна програма освіти «Фармація-техніка Bridging», яка була розроблена і впроваджена в Онтаріо ще у 2008 році маркетинговим альянсом системи коледжу Онтаріо у співпраці з коледжем фармацевтів. У 2010 році ця програма була адаптована для використання фармацевтами окремих провінцій Канади (Альберти, Британської Колумбії), а з 1 серпня 2011 року право власності й відповідальність за управління програмою освіти «Фармація – техніка Bridging» перейшло до аптечних регулюючих органів провінцій Альберти, Британської Колумбії і Онтаріо.

Означена освітня програма містить 4 модуля: фармакологія, професійна практика, управління розподілом ЛЗ та підготовка продукту до просування на ринок. Безпосередньо модуль «Професійна практика» присвячено питанням соціальної відповідальності фармацевтичних організацій.

Масштабні міжнародні ініціативи зосереджують увагу на глобалізації соціальних стандартів, публічному розкритті інформації та розробці соціальних звітів, як, наприклад, стандарт соціальної підзвітності 8000 (Social Accountability 8000 standard) та Глобальна ініціатива звітування (Global Reporting Initiative). В умовах інтеграції нашої країни до Європейського і світового співтовариства активність вітчизняних фармацевтичних організацій у сфері соціальної відповідальності, на нашу думку, істотно сприятиме соціальному іміджу як самої організації, так й галузі в цілому, враховуючи той факт, що ще у

2010 році Україна підтримала прийняття міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності».

Аналіз літературних джерел дозволив нам констатувати, що приблизно 87% співробітників європейських компаній відчують більшу відданість соціально-залученим компаніям, які здатні створювати / об'єднуватись у стратегічні альянси, союзи, партнерства з метою формування загальної підприємницької культури і етики, яка враховує владу та інтерес до сумісного ведення бізнесу всіх учасників та є основою формування політики бріджингу у рамках їх соціальної відповідальності. Так, за оцінками фахівців, збільшення адептів стратегії соціальної відповідальності серед працівників компанії на 5% призводить до зростання задоволеності клієнтів на 1,3%, що, в свою чергу, призводить до підвищення прибутку на 0,5%.

З метою визначення ставлення фармацевтичних працівників до стану політики бріджингу в їх організаціях, нами, шляхом опитування робітників структурних підрозділів оптових фармацевтичних фірм та аптечних закладів, здійснено соціологічне дослідження з оцінки основних напрямів означеної політики.

Загальна чисельність респондентів склала 100 осіб, гендерна складова (жінки / чоловіки) мала співвідношення 60% до 40%, вікова амплітуда знаходилась в межах від 25 до 55 років, стаж роботи – від 5 років. Результати дослідження представлено на рис. 1.



Рис. 1. Напрямки діяльності з реалізації політики бріджингу за думкою робітників фармацевтичних організацій

Усі вищезазначені складові політики бріджингу сприяють створенню позитивного суспільного образу організації і допомагають їй уникнути конфліктів у соціальній сфері, які можуть закінчитися несприятливим розголосом у ЗМІ та зіпсованою репутацією на ринку.

Таким чином, можна стверджувати, що в умовах невизначеності факторів зовнішнього середовища, й іноді, їх негативного впливу на організацію, впровадження політики бріджингу у якості стратегічного партнерства між керівниками (не залежно від рівня управління) та працівниками організації дозволяє не тільки мінімізувати економічні, політичні, соціальні ризики, а й оптимізувати ринкову сталість та імідж фармацевтичної організації, в тому числі дозволяє значно підвищити власні позиції у галузі соціальної відповідальності, в той час як традиційна тактика (демпфірування, або пом'якшення негативного впливу факторів зовнішнього середовища) суттєво зменшує рівень небажаних наслідків і сприяє задоволенню їх потреб або вимог.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ БАЗ ЗНАЇЬ ПРО ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ**

Бойко А. І.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького, м. Львів, Україна

На VII Національному з'їзді фармацевтів України (м. Харків, 2010) нами було представлено систематизовані теоретичні та прикладні дослідження з фармацевтичної інформатики. Їх розвиток пов'язаний з впровадженням численних фармацевтичних баз даних (БД), методологія побудови яких викладена нами у монографії “Фармацевтична інформатика” (2008). У прикладному плані принципове значення має комп'ютеризація рецептурного обігу лікарських засобів (ЛЗ) (електронний рецепт, індивідуальний медикаментозний паспорт) для лікування специфічних захворювань, комп'ютерний контроль їх реалізації у аптеках.

Світові дослідження з інформатики вказують на доцільність переходу від БД до баз знань (БЗ), які призначені для оперативного інформування у доступній (з позиції професійних знань) для споживачів формі. Відповідно, як було нами сформульовано у 2010 р., сучасна фармацевтична БЗ повинна містити знання про світовий ринок ЛЗ (з врахуванням динаміки розвитку) для лікування конкретного захворювання; інноваційні матеріали про реформування національної системи охорони здоров'я в галузі медичного, фармацевтичного, соціального забезпечення хворих; інформаційне забезпечення прийняття раціонального рішення щодо одночасного застосування комплексу ЛЗ. Наприклад, при опрацюванні БЗ “Фармацевтична допомога хворим на цукровий діабет” ми використали наше заключення, опубліковане у матеріалах VII з'їзду Асоціації ендокринологів України (м. Київ, 2014): “враховуючи специфіку цукрового діабету (ЦД), наявність ускладнень та супутніх захворювань, що потребують політерапії, питання взаємодії протидіабетичних ЛЗ є надзвичайно актуальним”. При експериментальному впровадженні даної БЗ у формі співпраці з експертами-провізорами спеціалізованих для хворих на ЦД аптек та лікарями-ендокринологами сформований підрозділ тематичної групи питань, що формують прийняття рішень у складних практичних ситуаціях та передбачено внесення до нього динамічних змін.

Для активного впровадження сучасних фармацевтичних БЗ необхідна додаткова підготовка провізорів. Така опрацьована нами система функціонує з 2009 р. на основі затвердженого МОЗ і МОН України посібника “Фармацевтична інформатика” для діючих навчальних програм передатестаційних циклів, в доповнення яких передбачено проведення циклів тематичного удосконалення на основі авторських програм.