

Носуліч П. В., Братішко Ю. С.

Медичний центр «Добробут», м. Київ

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Соціальний репортинг у фармації

yezjf@nuph.edu.ua

В сучасних умовах господарювання дуже великого значення набуває позиціонування компаній, в тому числі фармацевтичних компаній (ФК) як соціально відповідальних організацій. Тому процес оцінки фактичного рівня соціальної відповідальності (СВ) фармацевтичного бізнесу доцільно завершувати складанням соціального звіту.

Треба відзначити, що регулярне складання, оприлюднення та розповсюдження соціальних звітів (соціальний репортинг) ФК є ефективним інструментом доведення власної соціально відповідальної позиції будь якої ФК до всіх стейкхолдерів.

Метою дослідження є вивчення сутності, значення та особливостей соціального репортингу.

При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертний метод, метод моніторингу, угруповання, вимірювання та ін.

За даними вивчення літературних жерел та практики ведення СВ нами встановлено, що сьогодні складання соціальної звітності має три форми:

1) довільна форма (найпоширеніша форма соціального звіту), яка не передбачає жодних критеріїв та вимог, складається на розсуд компанії, найчастіше має акценти на благочинність, або екологічність діяльності, або турботу про персоналу та ін.;

2) комплексна форма соціального звіту за методом потрійного підсумку (Triple Bottom-Line), яка полягає у висвітленні економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності, містить дуже широкий спектр інформації, яка стосується діяльності компанії щодо всіх своїх стейкхолдерів;

3) стандартизована форма соціального звіту (GRI, AA1000, SA8000), яка надає можливість порівняння зі звітами інших компаній, визначення соціально відповідального рейтингу компанії, є на сьогодні найбільш прогресивною та надає можливість проведення соціального аудиту.

Нами рекомендовано вітчизняним ФК віддавати перевагу складанню соціальної звітності відповідно до стандарту GRI за версією G4, який є комплексним, нараховує 36 модулів, серед яких 3 обов'язкових та 33 спеціалізованих, що містять понад 70 показників в області економіки, екології та соціальної відповідальності.

Існує шість рівнів застосування GRI, три з яких вимагають проходження зовнішнього підтвердження. Чотири рівня з шести припускають наявність відомостей про підходи в сфері менеджменту, публікацію інформації по 20 і більше показникам результативності. GRI пояснює взаємозв'язок звітності зі стійкого розвитку та інтегрованої звітності. У версії G4 також враховано принципи Глобального договору ООН та розроблені Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD) принципи для мультинаціональних корпорацій.

Загальні стандартні елементи соціальної звітності за стандартом GRI, які повинні міститися у звітах ФК, доповнені за результатами наших досліджень, наведені нижче: Стратегія та аналіз. Профіль організації. Виявлені суттєві Аспекти та Межі. Взаємодія з зацікавленими сторонами. Загальні відомості про звіт. Корпоративне управління. Етика і сумлінність.

Специфічні стандартні елементи соціальної звітності: 1) Інформація про підходи в сфері керування.

2) Показники:

2.1) категорія «Економічна»: економічна результативність; присутність на ринках різних країн; непрямі економічні дії; практики закупівель; показники інноваційної діяльності; показники відповідальності перед акціонерами та власниками; показники сталості відносин із бізнес партнерами.

2.2) категорія «Екологічна»: впровадження ресурсо- і енергозберігаючих технологій; біорізноманіття; викиди; відходи; екологічність; відповідність вимогам екологічних стандартів; транспорт; загальна інформація; екологічна оцінка постачальників; механізми подачі скарг на екологічні проблеми.

2.3) категорія «Соціальна»: практика трудових відносин та гідна праця: зайнятість, взаємини співробітників і керівництва, здоров'я і безпека на робочому місці, навчання та освіта, різноманітність і рівні можливості, рівна винагорода для жінок і чоловіків, оцінка практики трудових відносин постачальників, механізми подачі скарг на практику трудових відносин; права людини: інвестиції, недопущення дискримінації, свобода асоціації і ведення колективних переговорів, дитяча праця, примусова або обов'язкова праця, практики забезпечення безпеки, права корінних і нечисленних народів, оцінка, оцінка дотримання постачальниками прав людини, механізми подачі скарг на порушення прав людини; суспільство: місцеві спільноти, протидія корупції, державна політика, перешкода конкуренції, відповідність вимогам, оцінка дії постачальників на суспільство, механізми подачі скарг на вплив на суспільство, розвиток корпоративної культури; відповідальність за продукцію: здоров'я і безпека споживача, маркування продукції та послуг, маркетингові комунікації, недоторканність приватного життя споживача, відповідність вимогам.

Отже, як показав проведений нами аналіз, в Україні лише деякі ФК вважають за необхідне складати соціальний звіт (синоніми: звіт про сталий розвиток, нефінансовий звіт, публічний звіт, звіт про розвиток, звіт про соціальну відповідальність, звіт про прогрес).

Але його впровадження і застосування є великим кроком у бік європейських стандартів ведення бізнесу чесно, відкрито, прозоро та відповідально. Також соціальний звіт є певним сигналом іноземному інвесторові про те, що компанія має довгостроковий план розвитку, піклується про свою репутацію та заслуговує на довіру.