

ПРИБУТКОВІСТЬ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Демченко Н.В., Ляшенко Г.Р.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків Україна

demchenata@ukr.net, galinaliashenko11@gmail.com

Досліджено основну сутність поняття «соціально-економічна відповідальність підприємництва», її мету, форми, інструменти принципи, мотиви та переваги від впровадження. Розглянуто особливості соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу, її складові. Підкреслено, що концепції соціальної відповідальності у професійній фармацевтичній діяльності проявляється безпосередньо у турботі про суспільство, навколишнє середовище, кадровий потенціал підприємства. Доведено, що зростання прибутковості підприємства пов'язана з впровадженням систем соціально відповідального підприємництва, іміджу. Наведено приклади реалізації принципів соціальної відповідальності фармацевтичними підприємствами України під час військового стану.

Ключові слова: соціальна відповідальність, фармацевтичний бізнес, етика, соціальні інтереси, фармацевтична галузь, охорона здоров'я.

Вступ. Сучасний розвиток України та інтеграція у світовий економічний простір вимагає нових підходів до ведення бізнесу, поглядів на соціально-відповідальне підприємництво. Соціальна відповідальність при цьому є одним з інструментів підвищення ефективності діяльності підприємства, його працівників, населення та суспільства. У розвинених країнах світу діяльність бізнесу та урядових інституцій спрямована на соціально значущі цілі – добробут країни, розвиток людини, що проявляється у соціально-відповідальному веденні

бізнесу, конкретних діях, спрямованих на поліпшення добробуту і окремої людини, так і населення країни взагалі [1].

Безумовно, отримання та максимізація прибутку є головною метою підприємництва й зараз, але шляхи та засоби досягнення цього змінюються. З'являються нові форми «соціалізації» бізнесу, що найбільш проявляється у соціальній відповідальності підприємництва, яка зараз активно розвивається не тільки в розвинених країнах, але й в Україні чи країнах з подібною економічною ситуацією. В українську практику ведення бізнесу частіше вводяться поняття «соціально-відповідальне підприємство», «соціальне підприємство», корпоративна етика та культура, розвиваються нові форми та інструменти самої соціальної відповідальності бізнесу.

Мета – аналіз теоретико-методологічних засад соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств, її складових та значення у вирішенні соціальних проблем.

Матеріали та методи досліджень: методи інформаційного пошуку системний аналіз, метод узагальнення, дедукції, індукції, порівняння та історичний метод.

Результати досліджень. Дотримання соціально відповідальної діяльності приносить користь не лише суспільству, а і підприємствам, винагородою за яку є лояльність споживачів та партнерів. Попри очевидні переваги, доброчесність і етика в українському фармацевтичному бізнесі часто залишалися за межами формальних процесів управління.

Неетична поведінка становить ризик для бізнесу й може привести до значних витрат на організаційному рівні. Подібні ризики та витрати включають:

- юридичні санкції – штрафи, відшкодування збитків;
- комерційні наслідки, скажімо, припинення ділових відносин і внесення в чорний список (скасування майбутніх можливостей);
- збиток для репутації бренду та іміджу підприємства.

З іншого боку, етичні методи ведення бізнесу можуть призвести до відчутних бізнес-переваг, як-от доступ до можливостей, призначення пільгових умов (скажімо, внесення в білий список тих постачальників, які докладають значних зусиль задля забезпечення доброчесності), полегшений доступ до ринку, гарна репутація і значна лояльність клієнтів, а також підвищена привабливість для талановитих працівників. Крім того, рівні умови гри та чесна конкуренція створюють сприятливе середовище для інновацій у певній галузі, що є корисним як для бізнесу, так і для його клієнтів, а отже, може принести користь усьому суспільству. Етичні методи ведення бізнесу також приваблюють інші підприємства та призводять до ділового партнерства, що, своєю чергою, істотно підвищує вигоду для обох сторін.

Складовими соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (СВФБ) сьогодні є: відповідальність перед пацієнтами та споживачами за якість; відповідальність за екологічну безпеку перед місцевим співтовариством; відповідальність за нормотворчу діяльність та сприяння розвитку професійної та вищої освіти; відповідальність перед бізнес-середовищем (перед постачальниками; бізнес-партнерами; інвесторами; 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 персоналом та профспілками; відповідальність перед акціонерами та власниками, які реалізуються як у вигляді внутрішньої та зовнішньої відповідальності з метою забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

Невіддільною частиною організаційної етики є формування культури доброчесності. Коли корпорація діє етично, вона підтримує формування культури доброчесності, яка мотивує працівників діяти етично в індивідуальному порядку. Цей підхід сприяє змістовному та цілеспрямованому

життю працівників, а відтак – кращому суспільству. Для досягнення такої культури компанія може використовувати моделювання, наставництво та інші види діяльності, які зміцнюють доброчесність, а також застосувати кодекси етики, відповідні правила й положення. Зокрема, щоб створити культуру доброчесності та продемонструвати працівникам, що компанія готова «підкріплювати слова діями», компанія повинна гарантувати, що її система управління ефективністю та система винагородження не суперечитимуть основним цінностям компанії і не підриватимуть їх [1]. Хоча універсальної моделі не існує, кожен бізнес повинен впровадити програму із забезпечення доброчесності та етики в бізнесі, яка виходить за рамки звичайного дотримання правил і норм та сприяє формуванню культури доброчесності. В основі такої програми повинні лежати міцні етичні цінності, і такі цінності необхідно старанно виявляти та розвивати.

Це можна проілюструвати на прикладі. Продавець із транснаціональної фармацевтичної компанії просить лікаря прописувати препарати, вироблені його компанією, замість генеричного препарату з такими самими інгредієнтами та дешевшою ціною. Торгового представника не хвилює, що це може спричинити труднощі для незаможного пацієнта. Продавець переконує доктора, пропонуючи йому повністю оплачувану поїздку на закордонний курорт для участі в медичній конференції. Лікар погоджується на таку угоду. Обидва ігнорують етичні вимоги бути чесним щодо пацієнта. Якщо вони не турбуються про пацієнта, це означає, що інші близькі люди також не мають для них значення, і зрештою люди загалом уже не матимуть для них такого ж значення, як до моменту прийняття цього неетичного рішення. Таким чином, надалі їм буде все легше вчинити так само з іншим пацієнтом. Коли пацієнта обманом змушують платити більше за медичну допомогу, оскільки він довіряє лікареві, такий пацієнт зазнає безпосередньої шкоди. Сплативши великі медичні рахунки, пацієнт не може дозволити собі оплатити навчання своїх трьох дітей. Отже, безпосередня шкода, заподіяна

пацієнтові, призвела до непрямой шкоди для дітей. Урешті-решт такі вчинки впливають на всю громаду.

Існують різні підходи до дотримання корпоративної соціальної відповідальності компаній у різних країнах світу. Розглянемо деякі з них.

На рис. 1 наведено показники, що характеризують доходність компаній за даними 2001-2022 рр.

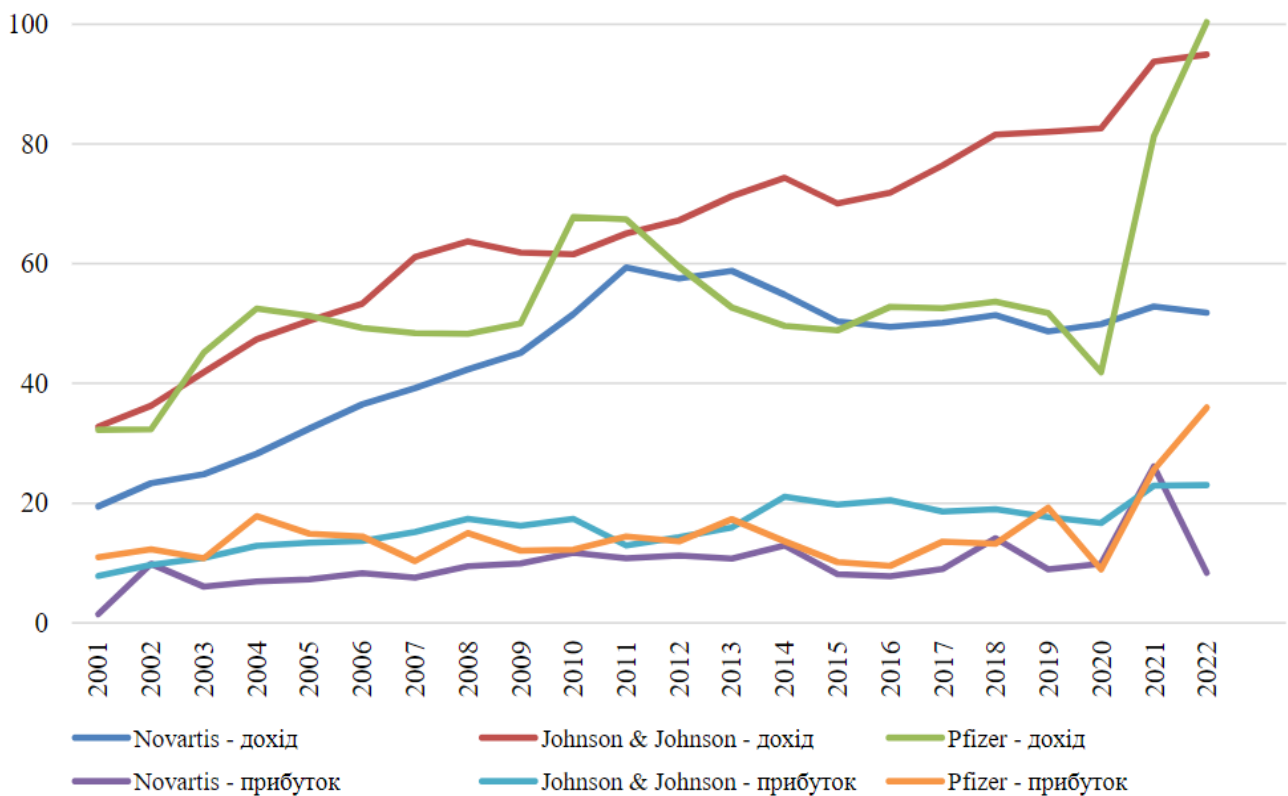


Рис. 1. Динаміка доходності підприємств Novartis, Johnson & Johnson та Pfizer у 2001-2022 рр., млрд дол.

На основі аналізу динаміки ринкової вартості іноземних фармацевтичних компаній (рис. 2) можемо зробити висновок, що доходність підприємств та їх імідж та лояльність до бренду мають пряму залежність, отже спрямування ресурсів на заходи та управлінські рішення щодо підвищення соціальної відповідальності у майбутньому збільшить ринкову вартість компанії.

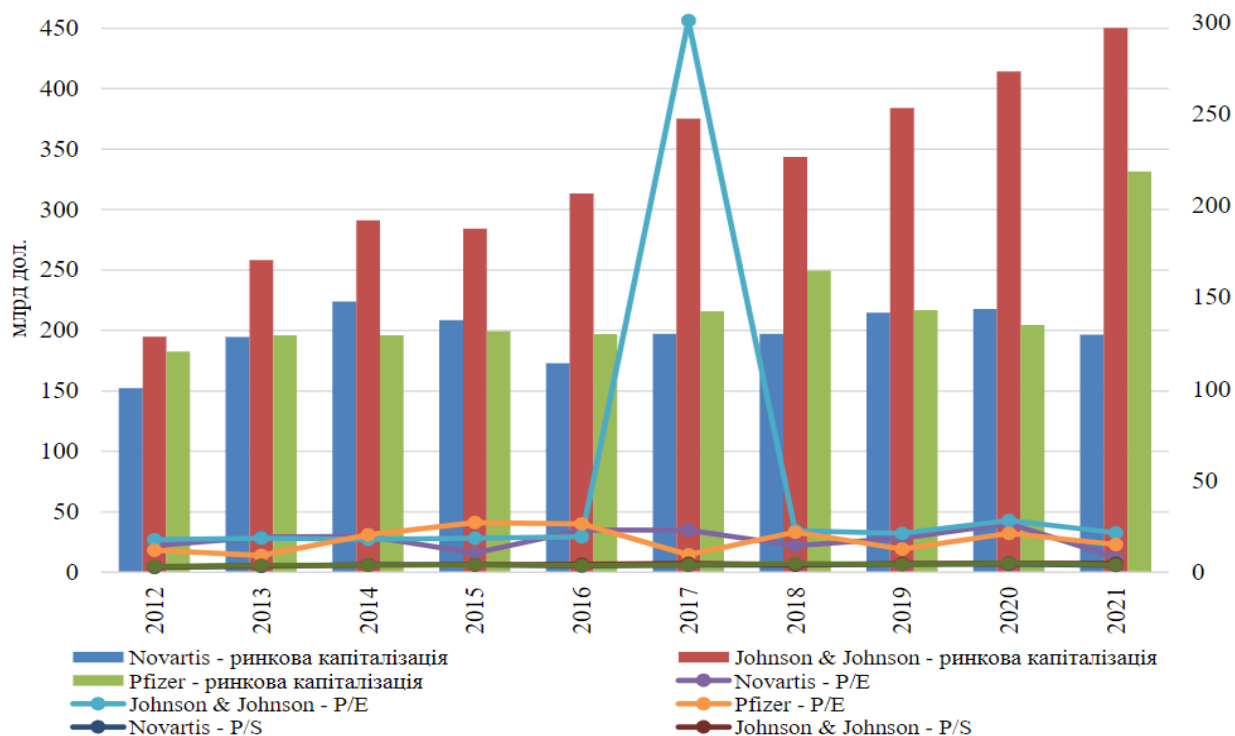


Рис. 2. Динаміка ринкової вартості фармацевтичних підприємств Novartis, Johnson & Johnson та Pfizer за 2012-2022 рр., млрд дол.

До засобів досягнення даних цілей відносяться соціальні бізнес-моделі та ініціативи з нульовим прибутком, програми допомоги пацієнтам та філантропія. Велику роль у функціонуванні моделі СВФБ компанії відіграє прозорість та підзвітність. Для цього Novartis щорічно інформує споживачів та інших стейкхолдерів про свою діяльність, а також коротко-та довгострокові цілі за допомогою прозорості господарської діяльності та розміщення детальних звітів.

Діяльність Johnson & Johnson описує Кредо, створене В. Джонсоном у 1943 р. Компанія зазначає, що відповідальна перед пацієнтами, лікарями та медсестрами, а також батьками й матерями, які користуються її послугами. Тому обов'язком компанії є підтримка належної якості продукції та доступних цін [2]. Підтримка соціальної відповідальності Johnson & Johnson здійснюється на основі програми ESG, мета стратегії включає напрямки: сприяння глобальній справедливості в охороні здоров'я, розширення можливостей працівників, покращення стану навколишнього середовища та стійкий розвиток [3].

Компанія Novartis скерує свою діяльність і в напрямку забезпечення добробуту та розвитку навичок працівників. Для цього підприємство фінансує програми підвищення кваліфікації та розвитку здібностей працівників, підтримка креативних підходів до рішення проблем та творчий потенціал [4].

Компанія Pfizer зазначає, що її мета полягає в невпинному прагненні до проривів, які змінюють життя пацієнтів [5]. Щодня компанія впроваджує інновації, щоб зробити світ здоровішим. Соціальна відповідальність компанії базується на дотриманні принципів ESG, які передбачають визнання впливу екологічних проблем на суспільство та громадське здоров'я.

Фармацевтичний бізнес крупних національних підприємств також орієнтований на СВФБ (ПАТ «Фармак», ФФ «Дарниця», «Артеріум», ФК «Юрія-фарм», «Індар»), але це скоріше є винятком.

Компанія «Дарниця» співпрацює з благодійними фондами аптечної мережі АНЦ «Місто добрих справ», «Адресна допомога дітям» та «ДП Гарна Україна», а також із ГО «Землячки», яка опікується жінками на війні. Задля підтримки культури та прогресивної освіти «Дарниця» вже протягом семи років допомагає Українському католицькому університету, передаючи кошти для викладацьких та студентських стипендій. У воєнний період «Дарниця» власним коштом імпортувала в Україну стратегічний гемостатик Селох, що є необхідним для армії: 10 тис. упаковок цього кровоспинного препарату безкоштовно передали до госпіталів та ЗСУ. Враховуючи всі виклики ядерного тероризму країною-агресором, фармацевтична компанія «Дарниця» у найкоротші терміни випустила та зареєструвала новий препарат Калію Йодид-125-Дарниця [6].

Корпорація «Артеріум» передала майже 20 тис. упаковок актуальних лікарських засобів, які використовуються для лікування небезпечної інфекції. З початком військових подій, персонал львівської компанії «Галичфарм», яка є складовою корпорації «Артеріум», створили волонтерську групу: працівники з Києва та Львова власними силами зібрали більше 750 тис. грн, дотепер

власноруч формують та передають українським військовим з різних куточків України індивідуальні аптечки.

Компанія «Фармак» разом із Всеукраїнською благодійною організацією «Благодійний фонд родини Жебрівських» виділили 10 млн грн на протидію поширенню коронавірусу. Зокрема, закупили необхідне обладнання й засоби індивідуального захисту, які разом із лікарськими препаратами направили до 100 медичних закладів у різних областях України. Зокрема, для підтримки екології компанія продовжує інвестувати в суспільно важливі проекти. Таким чином, у період війни було інвестовано в сучасну систему очищення стічних вод на її підприємстві у Києві [8].

Порівняно низький розвиток СВФБ в переважній кількості українських фармацевтичних компаній пояснюється недостатньою увагою держави до цих проблем, недостатнім фінансуванням, відсутністю податкових пільг та інших законодавчо врегульованих механізмів, впровадження практики систем менеджменту якості на всіх рівнях, систем екологічного менеджменту.

Висновки. Сучасні умови розвитку економіки вимагають застосування нових елементів, які будуть сприяти її подальшому розвитку та забезпеченню життєдіяльності населення. Бізнес-середовище стає все більш соціалізованим, тому що це є саме тим засобом, який допомагає розвиватися та робити акцент на розвитку своєї організації із середини, захисту свого суспільства та споживача. Можливим це стає завдяки корпоративній соціальній відповідальності, яка достатньо поширена у світі і вже використовується на українських підприємствах, але, на жаль, ще не достатньо розвинута.

Формування ефективного механізму СВФБ започатковується на національному рівні, тобто на рівні держави, яка має усі важелі для побудови та розвитку суспільства загального добробуту в умовах сталого розвитку на засадах соціально-економічної відповідальності підприємництва.

Досвід іноземних фармацевтичних підприємств вказує на те, що соціальна відповідальність спрямована на покращення рівня життя населення та спільноти,

в якій вона функціонує. Це може досягатись різними засобами та шляхами, але в основі лежить добровільність цієї діяльності. Найчастіше соціальна відповідальність реалізується у вигляді певних кроків та дій, стратегій та політики, які закріплені керівництвом та підтримуються на державному рівні. Для розвитку СВФБ необхідно на державному рівні впроваджувати політику прозорості бізнесу, фінансової звітності, піклування про добробут працівників та навколишнього середовища, що засновано на досвіді іноземних компаній.

Список використаних джерел

1. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Modern Economics*. 2017. №. 1. С. 24-30.
2. Johnson & Johnson 2021 ESG Summary. URL: <https://healthforhumanityreport.ini.com/reporting-hub/esg-summary-pdf>
3. Johnson & Johnson ESG Strategy. Johnson & Johnson: офіційний веб-сайт URL: <https://www.inj.com/about-inj/policies-and-positions/esg-strategy>
4. Novartis: офіційний веб-сайт URL: <https://www.novartis.com/>
5. Pfizer 2021 Environmental, Social & Governance Report. URL: [https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/fmancialreports/annualreports/2021/files Pfizer ESG Report.pdf](https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/fmancialreports/annualreports/2021/files/Pfizer%20ESG%20Report.pdf) (дата звернення 18.11.2023).
6. Дарниця: офіційний веб-сайт URL: <https://darnytsia.ua/csr>
7. Артеріум офіційний веб-сайт URL: <https://www.arterium.ua/responsibility>
8. Звіт зі сталого розвитку. Фармак: URL: https://farmak.ua/wp-content/uploads/2022/12/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2021-1.pdf

Abstract

The basic essence of the concept of "socio-economic responsibility of entrepreneurship", its purpose, forms, tools, principles, motives and benefits of implementation are investigated. The features of social responsibility of pharmaceutical business and its components are considered. It is emphasized that the

concept of social responsibility in professional pharmaceutical activity is manifested directly in caring for society, the environment, and the human resources of the enterprise. It is proved that the growth of enterprise profitability is associated with the introduction of socially responsible business systems and image. Examples of the implementation of the principles of social responsibility by pharmaceutical enterprises of Ukraine during martial law are presented.

Key words: social responsibility, pharmaceutical business, ethics, social interests, pharmaceutical industry, healthcare.