

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Демченко Н.В., Попова І.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків Україна

demchenata@ukr.net, ira_popova_dik@ukr.net

У статті розкрито сутність поняття «соціальна відповідальність» та надано підходи до його визначення. Визначено особливості соціальної відповідальності фармацевтичного сектору. У роботі також проаналізовано особливості розвитку соціальної відповідальності вітчизняного фармацевтичного бізнесу, на які суттєво впливають сучасні події та військовий стан. Визначено складові соціальної відповідальності та напрямки її реалізації аптечними закладами. Підкреслено, що концепції соціальної відповідальності у професійній фармацевтичній діяльності пов'язана не тільки з дотриманням законодавчих норм, а й морально-етичними принципами працівника. На підставі теоретичного узагальнення наукової літератури обґрунтовано місце і роль соціальної відповідальності у професійній діяльності фармацевтичного працівника, здійснено концептуальний аналіз особистісного рівня соціальної відповідальності з інтегруванням у площину фармацевтичної практики.

Ключові слова: соціальна відповідальність, аптечний заклад, соціальні інтереси, фармацевтична галузь

Вступ. Відсутність єдиного підходу до тлумачення сутності поняття «соціальна відповідальність» щодо функціонування аптечних закладів перешкоджає ефективному втіленню принципів соціальної відповідальності у сучасну фармацевтичну практику і перешкоджає розвитку галузі в цілому. У багатьох випадках навіть керівники аптечних закладів та фармацевтичних підприємств не мають чіткого уявлення про соціальну відповідальність, та не

мають змогу втілювати її принципи у практичну діяльність. В таких умовах виникає необхідність в уточненні сутності поняття соціальної відповідальності аптечних закладів, її складові та напрямки реалізації в сучасних умовах.

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

Матеріали та методи досліджень: методи інформаційного пошуку системний аналіз, метод узагальнення.

Результати досліджень. Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

Соціальна відповідальність аптечного закладу – це сукупність соціальних зобов'язань, що мають добровільний характер та визнаються такими суспільством, і які бере на себе керівництво закладу з метою задоволення соціальних інтересів як персоналу, так і суспільства в цілому [1]. Основними принципами роботи соціально відповідального аптечного закладу є надійність, професіоналізм, гарантія якості лікарських засобів і всієї продукції, ввічливе і швидке обслуговування, конкурентні ціни.

Потужним імпульсом до розвитку концепції соціально відповідального бізнесу в нашій країні послужили розробка і впровадження на міжнародному та міжнаціональному рівнях програмних документів, які визначали основні положення в сфері соціальної відповідальності корпорацій. Зокрема, у 1992 р. в Ріо-де-Жанейро відбулася міжнародна конференція ООН щодо сталого розвитку «Порядок денний на XXI століття», яка, у тому числі, зафіксувала й основні положення, що стосуються розуміння світовим співтовариством соціальної ролі бізнесу.

Вагомий внесок у розвиток наукових досліджень щодо розвитку концепції соціальної відповідальності здійснили науковці НФаУ: Галій Л., Громовик Б.,

Євтушенко О., Зарічкова М., Кабачна А., Книш Є., Котвіцька А., Мнушко З., Немченко А., Посилкіна О., Слободянюк М., Ткаченко Н., Толочко В., Волкова А., Братішко Ю.

Теоретичне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво. Власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями [2].

Концепція соціально-відповідального бізнесу почала формуватися наприкінці 1960-х – початку 1970-х років у США, пізніше у Великобританії, Японії. Визначною віхою в цей період стала публікація в журналі «The New York Times» статті видатного економіста М. Фрідмена (Milton Friedman) «Соціальна відповідальність бізнесу».

В сучасній літературі існують безліч підходів до визначення сутності поняття «соціальна відповідальність», деякі з яких наведено в табл. 1.

Відповідальність має два критерії: об'єктивний, що характеризує об'єктивну зумовленість діяльного суб'єкта зовнішніми соціальними вимогами, тобто, його залучення до соціальних зв'язків та взаємовідносин; і суб'єктивний, який визначає соціально та морально-психологічні якості особи як суспільної істоти, як продукту суспільного виховання, формування і розвитку, що виявляє усвідомлення особою свого обов'язку, своєї невинності перед суспільством.

На підставі теоретичного аналізу сутності поняття «соціальна відповідальність», можна визначити напрямки соціальної відповідальності аптечних закладів.

1. Відповідальні практики щодо працівників:

- застосування прозорих процедур прийому на роботу, підвищення на посаді і оплати праці, а також припинення трудових відносин:

- охорона праці і забезпечення безпеки на робочому місці, профілактика професійних захворювань;

- підтримка гідної оплати праці, застосування мотиваційних схем оплати праці;
- фінансування програм навчання та підвищення кваліфікації персоналу (ефективне навчання та підвищення кваліфікації персоналу, формування кадрового резерву, планування кар'єри, підтримка молодих вчених та молодих фахівців);
- підтримка внутрішніх комунікацій у організації; формування корпоративної культури;
- навчання персоналу на курсах домедичної підготовки (особливо актуально за умов військової агресії);
- додаткові соціальні пільги, гарантії (медичні, пенсійні та житлові тощо);
- корпоративні програми страхування співробітників.
- створення рівних можливостей для всіх співробітників незалежно від раси, статі, релігії тощо;
- формування корпоративної культури, створення нематеріальних стимулів, інформування працівників у сфері соціальної відповідальності.

2. Відповідальне ставлення до навколишнього середовища:

- розвиток інноваційних технологій, спрямованих на ефективне використання енергії, води та інших ресурсів;
- врахування екологічних чинників при організації роботи офісу (економія паперу, енергії, утилізація відходів, підвищення екологічної свідомості співробітників та ін.).

3. Відповідальні бізнес-практики:

- дотримання принципів добросовісної конкуренції, антимонопольної і антидемпінгової політики;
- відповідальність за своєчасне забезпечення населення якісними, безпечними та доступними за ціною ЛЗ (доступні ціни, широкий асортимент, гарантія якості у відповідності до GDP, зворотній зв'язок, забезпечення потреб пацієнтів із делікатними проблемами) [3];

- створення додаткових, в тому числі матеріальних, стимулів для інтеграції принципів соціальної відповідальності в діяльність ділових партнерів (врахування екологічних і соціальних факторів в рамках закупівельної та інвестиційної діяльності);

- відповідальність за чітке дотримання вимог чинного національного законодавства (податкового, трудового, господарського, антимонопольного та ін.) та обов'язок ведення прозорої відкритої діяльності;

- підтримка публічних політичних процесів по розробці і реалізації державної стратегії, спрямованої на благо суспільства.

4. Відповідальні практики по відношенню до споживачів:

- надання товарів і послуг, які не становлять загрози для здоров'я і життя споживачів, сумлінне інформування про властивості продукції та послуг;

- відповідальне обслуговування;

- контроль якості ЛЗ.

- впровадження біоетичних принципів (розуміння психо-емоційних потреб людини фармацевтом)

5. Розвиток місцевих громад:

- створення робочих місць і підвищення рівня підготовки кадрів в регіонах присутності;

- підтримка місцевих постачальників і виробників;

- акції та пропозиції на сезонні ЛЗ;

- інвестиції в розширення та диверсифікацію економічної діяльності в регіонах, просування інноваційних технологій;

- медичне страхування за ліками;

6. Благодійність і волонтерство:

- реалізація соціально значущих проектів, спрямованих на захист уразливих груп населення (наприклад, допомога дітям з особливими потребами (хворих на ДЦП, аутизм, синдром Дауна, дефіцитом уваги);

- реалізація патріотичних ініціатив в умовах військового стану (допомога ЗСУ, внутрішньо-переміщеним особам)

- формування системи, стимулюючої співробітників до волонтерської діяльності.

Таблиця 1

Визначення поняття «соціальна відповідальність»

Визначення	Науковець
Соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами	О. Охріменко. Т. Іванова
Складна багатокomпонентна система принципів діяльності бізнес-організацій. процесів соціальної взаємодії, а також соціальних заходів та їх результатів	О. Дудкін
Сфера діяльності підприємства, яка характеризується вирішенням соціально значущих проблем як у самому бізнесі, так і за його межами, тобто на виробничому (локальному), місцевому, регіональному та національному рівнях	С. Мельник
Дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, а у випадках безвідповідальної поведінки, що не відповідає вимогам норм чи порушує суспільний порядок, вони зобов'язані нести додатковий обов'язок особистого чи майнового характеру	Р. Хачатуров, Р. Ягутян
Зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормо порушуючі дії суб'єкта, що порушують соціальну комунікацію, і являє собою легітимну соціальну відповідь на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання»	О. Полякова
Обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом	І. Семякін

В умовах військової агресії росії майже всі аптечні заклади пройшли перевірку відповідності на цінностям та принципам соціально-орієнтованого бізнесу – працювали навіть в регіонах із активними бойовими діями, бо розуміли як важливо населенню мати доступ до ліків. Багато фахівців виїхали у більш безпечні місця, частина просто не мали змоги дістатися до робочого місця. Проте аптечні заклади все ж відкривалися там, де це можливо. Для забезпечення населення потрібними медикаментами, впровадили оперативні заходи з оптимізації залишків в аптеках та забезпечення наявності найнеобхідніших ліків. Деякі постачальники через брак працівників не мали змоги організувати доставку в аптеки, тому працівники робили це самостійно. У кінці весни 2022 р. більше половини компаній стабільно виплачували заробітну плату співробітникам, а 6% аптечних закладів її підвищили. Працівники аптек організовували логістику між містами та вивозили ліки з аптек, які були пошкоджені або на межі з окупацією. У кожному місті налагодили переміщення товару між аптеками силами наших співробітників та волонтерів. Це говорить про те, що соціальна відповідальність бізнесу починається з працівника – людини, її системи цінностей та світогляду.

Висновки. Таким чином, поняття «соціальна відповідальність» аптечного закладу поєднує багато складових: з одного боку – це бездоганне виконання послуг з якісного відповідального фармацевтичного забезпечення населення лікарськими засобами та товарами медичного призначення, а з іншого – поважне ставлення до співробітників та партнерів; ведення активної соціальної політики, що базується на гармонійних взаємовідносинах та діалогах із суспільством, а також у допомозі вирішення найгостріших соціальних проблем. Основою внутрішньої соціальної відповідальності аптечних закладів є підвищення якості трудової діяльності працівників. Зовнішня форма соціальної відповідальності включає бізнес-практики, пов'язані з впровадженням систем управління якістю, систем управління навколишнім середовищем, соціально орієнтованих систем управління та соціальної відповідальності, спрямованих на побудову

партнерських відносин з ключовими зацікавленими сторонами. В сучасних умовах саме працівники аптечних закладів виявили високий рівень соціальної та моральної відповідальності, працюючи в надскладних умовах.

Список використаних джерел

1. Маматова Т. В., Серьогіна Н. К., Кравцова Т. В. Системи менеджменту соціальної відповідальності на основі стандартів ISO як фактор забезпечення сталого розвитку. Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля (Сєвєродонецьк), 2019. № 2 (70). С. 13–23.

2. Ткаченко Н. О., Громовик Б. П., Алексєєв О. Г. Стан і проблеми нормативно-правового поля формування соціально відповідальної поведінки фармацевтичних фахівців (освітній та спеціальний рівень). Фармацевтичний часопис. 2018. № 1. С. 66–72.

3. Толочко В. М., Артюх Т. О. Дослідження аспектів лояльності спеціалістів фармації вітчизняних аптечних закладів. Соціальна фармація в охороні здоров'я. 2017. № 4. С. 22–24.

Abstract

The article reveals the essence of the concept of "social responsibility" and provides approaches to its definition. The peculiarities of social responsibility of the pharmaceutical sector are determined. The paper also analyzes the peculiarities of the development of social responsibility of the domestic pharmaceutical business, which are significantly influenced by current events and martial law. The components of social responsibility and the directions of its implementation by pharmacies are determined. It is emphasized that the concept of social responsibility in professional pharmaceutical activity is associated not only with compliance with legal norms, but also with the moral and ethical principles of the employee. Based on theoretical generalization of scientific literature, the place and role of social responsibility in the professional activity of a pharmaceutical worker is substantiated, a conceptual analysis of the personal level of social responsibility with integration into the plane of pharmaceutical practice is carried out.

Keywords: social responsibility, pharmacy, social interests, pharmaceutical industry