

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет фармацевтичних технологій та менеджменту
Кафедра управління та забезпечення якості у фармації

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему «**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ**
ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ»

Виконав: здобувач вищої освіти
групи 073 Мо620 (3,10д)
спеціальності 073 Менеджмент
освітньої програми Менеджмент
Олександр НОСОВ

Керівник: професор закладу вищої освіти кафедри
управління та забезпечення якості у фармації,
д.ф.н., професор
Юлія БРАТІШКО

Рецензент: завідувач кафедри державного управління,
публічного адміністрування та регіональної економіки
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця
Наталія ГАВКАЛОВА

Харків – 2024 рік

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена розробці теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо формування стратегії соціально відповідальної діяльності фармацевтичної компанії.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 61 сторінку, містить 18 рисунків, 10 таблиць, 3 додатки і налічує 55 джерел використаної літератури.

Ключові слова: стратегія, соціальна відповідальність, фармацевтична компанія, формування стратегії соціальної відповідальності.

SUMMARY

The qualification work is dedicated to developing theoretical principles and practical recommendations for forming the strategy of social responsibility for a pharmaceutical company.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources. The total volume of the work is 61 pages, including 18 figures, 10 tables, 3 appendices, and references to 55 sources of literature.

Keywords: strategy, social responsibility, pharmaceutical company, formation of social responsibility strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	7
1.1. Поняття та сутність соціально відповідальної діяльності організації	7
1.2. Концепції розвитку соціально відповідальної діяльності	13
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ФАРМАЦЕВТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ТА У ТОВ «ФАРМАЦЕВТИЧНА КОМПАНІЯ «ЗДОРОВ'Я»	22
2.1. Аналіз стану соціальної відповідальності у фармацевтичній галузі в Україні	22
2.2. Аналіз господарської діяльності підприємства	30
2.3. Аналіз соціально відповідальної діяльності підприємства	32
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	41
3.1. Напрями впровадження та реалізації стратегії соціально відповідальної діяльності фармацевтичної організації	41
3.2. Розробка та обґрунтування пропозицій з підвищення рівня соціальної відповідальності ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я»	44
Висновки до розділу 3	51
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Актуальність теми обумовлена тим, що соціальна відповідальність поступово стає невід’ємною частиною стратегічного розвитку сучасних підприємств. Компанії, які надають велике значення соціальній відповідальності, отримують численні вигоди та відіграють важливу роль у житті суспільства. Однак, відсутність у керівників вітчизняних підприємств дієвих методів для впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності веде до зниження соціальної активності та погіршення ділової репутації, що негативно впливає на конкурентоспроможність підприємств.

Соціально відповідальна поведінка компаній є основою для забезпечення високого рівня життя громадян, успіху бізнесу та стабільності ринкової економіки. Усвідомлення того, що стійкий розвиток підприємств передбачає вирішення багатьох аспектів формування соціально орієнтованого суспільства, надає новий погляд на соціальну відповідальність як на перспективну управлінську концепцію.

В розвиток концепції соціальної відповідальності значний вклад зробили українські науковці, серед яких слід виділити Т. С. Антошко, Д. О. Баюру, О. Ю. Березіну, Ю.С. Братишко, М. П. Войнаренко, Н. В. Возницьку, В. В. Гончара, І. С. Гуцала, Т. Г. Дудара, О. О. Зеленка, М. М. Ігнатенка, Н. Б. Кирича, А. М. Колота, В. О. Кравченка, Н. Ю. Мариненка, Т. Г. Мостенську, В. М. Нижника, О. О. Орлова, О. І. Павликівську, М. В. Семікіну, А. С. Тельнова. Також слід відзначити досягнення іноземних дослідників, серед яких напрацювання Керролла А, Боуена Г., Лептона Е., Карнегі Е., Котлера Ф. тощо.

Мета дослідження. Метою роботи є вивчення і розробка систематичного плану дій, спрямованого на впровадження та вдосконалення практик соціальної відповідальності в діяльності фармацевтичної компанії.

Завдання дослідження: визначити поняття та сутність соціально відповідальної діяльності організації; визначити концепції розвитку соціально

відповідальної діяльності; проаналізувати стан соціальної відповідальності у фармацевтичній галузі в Україні; проаналізувати показники господарської діяльності ТОВ «Фармацевтична компанія «ЗДОРОВ'Я»; проаналізувати соціально відповідальну діяльність ТОВ «Фармацевтична компанія «ЗДОРОВ'Я»; сформулювати напрями впровадження та реалізації стратегії соціально відповідальної діяльності фармацевтичної організації; розробити та обґрунтувати пропозиції з підвищення рівня соціальної відповідальності ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я».

Об'єктом дослідження є процеси, стратегії, практики та механізми, які впливають на розвиток та впровадження соціально відповідальних ініціатив у діяльності фармацевтичних компаній.

Предметом дослідження є формування стратегії соціальної відповідальності фармацевтичної організації.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використано широке коло наукових методів дослідження, а саме аналізу та синтезу, метод графічний, табличний, системний, комплексний.

Інформаційною базою дослідження для виконання роботи були нормативно-правові акти, методичні та статистичні матеріали Державної служби статистики України та відповідних служб і установ інших держав, наукові та учбові видання, періодичні видання, інформація із мережі Internet, результати особистих досліджень автора.

Елементами наукової новизни роботи є проведений у роботі аналіз соціально відповідальної діяльності ФК «ЗДОРОВ'Я», що дозволив сформулювати напрями впровадження та реалізації стратегії соціально відповідальної діяльності фармацевтичної організації.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що викладені в цій кваліфікаційній роботі положення, висновки та пропозиції можуть бути використані впроваджені у практичну діяльність організації.

Апробація результатів дослідження і публікації. Результати кваліфікаційної роботи були оприлюднені на II науково-практичній internet - конференції з міжнародною участю «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ, МЕНЕДЖМЕНТУ І ЕКОНОМІКИ У ФАРМАЦІЇ І ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я» (19 січня 2024 року) в м. Харків в публікації на тему: «Формування системи соціально орієнтованого управління організації».

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 61 сторінку, містить 18 рисунків, 10 таблиць, 3 додатки та налічує 55 джерел використаної літератури.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

1.1. Поняття та сутність соціально відповідальної діяльності організації

Процес еволюції методів взаємодії між людьми протягом історії людства обумовлює існування різних явищ і механізмів, які в соціально-економічних науках відображаються через такі категорії, як «соціальне», «соціальна взаємодія» та «соціально-економічна взаємодія». Цей процес потребує детального аналізу сутності та змістових характеристик взаємодій людей у межах економічної діяльності.

Одним із ключових явищ у цьому контексті є соціальна відповідальність бізнесу перед суспільством.

У другій половині XX століття спостерігалось загострення уваги до соціальної відповідальності бізнесу. Незважаючи на популярність даної теми в науці та практиці, сутнісні аспекти цього поняття залишалися недостатньо розкритими. Це спричинило різноманіття підходів та точок зору на відповідальність бізнесу загалом, його передумови і форми реалізації. Результатом багатогранності і складності соціальної відповідальності є відсутність єдиного трактування цього поняття як у вітчизняній, так і у зарубіжній літературі. Натомість існує значна різноманітність поглядів на цю проблему.

На сучасному етапі розвитку бізнесу к соціальна відповідальність стала ключовим інструментом для підприємств у покращенні їхньої ділової репутації та встановленні збалансованих та довірчих відносин з державою та

суспільством. Однак у бізнес-середовищі тема соціальної відповідальності часто викликає суперечки та протиріччя, оскільки її розглядають як лише маску для компаній, що прагнуть здаватися успішними.

У світовій науковій літературі представлено безліч концепцій, спрямованих на розвиток соціальної відповідальності. Серед них особливу популярність здобули такі, як «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість», «етика бізнесу», «потрійна звітність», «корпоративна філантропія», «корпоративна соціальна діяльність», «соціальні проблеми», «корпоративна стійкість», «менеджмент зацікавлених сторін», «процес корпоративної соціальної політики», «корпоративне громадянство», «стійкий розвиток», «корпоративна репутація», «соціально відповідальне інвестування», «корпоративна соціальна сумлінність». Існування численних споріднених дефініцій ускладнює розуміння цієї категорії [1; 2-11].

благодійні справи	•залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога в зборі коштів, залучення учасників та волонтерів;
благодійний маркетинг	•зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу;
корпоративний соціальний маркетинг	•підтримка кампаній, покращення суспільного здоров'я або безпеки і сприяння захисту навколишнього середовища;
корпоративна філантропія	пожертвування безпосередньо благодійній організації, як правило, у вигляді грошових грантів, подарунків та/або товарів і послуг;
волонтерська робота в інтересах суспільства	•підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;
соціально-етичні підходи до ведення бізнесу	впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють зростанню добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

Рис.1.1. Основні ініціативи соціально відповідальної діяльності організації

За класифікацією А. Колота, соціально відповідальну діяльність організації можна поділити на шість основних ініціатив (рис.1.1).

Відповідно до досліджень, лише половина суб'єктів господарювання визнає необхідність впровадження політики соціальної відповідальності. Інша частина, а саме підприємств, або не вважають це за необхідне, або заявили про відсутність потреби в запровадженні соціальної відповідальності.

Сформульовані принципи соціального партнерства виступають основою для визначення особливостей соціальної відповідальності в різних країнах. Деякі експерти вважають, що до принципів соціальної відповідальності можна віднести такі:

- встановлення тісних і довгострокових відносин зі споживачами, працівниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;
- формування репутації надійної організації, яка відповідально ставиться до соціальних та екологічних питань;
- орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності;
- прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх виходу на світовий ринок;
- інновації та безперервне вдосконалення;
- створення банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили [6].

Дефініція «соціальна відповідальність» варіюється в залежності від галузі, в якій діє підприємство, його місцезнаходження та цілей діяльності. Проте, у найбільш загальному тлумаченні, соціальну відповідальність можна розглядати як раціональний відгук підприємства на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на його стійкий розвиток. Це також включає відповідальність керівників бізнесу перед тими, на кого впливають їхні рішення. Соціальна відповідальність по суті є

інтеграцією певних соціальних зобов'язань у корпоративне управління, зазвичай добровільних, перед працівниками, партнерами, державою та інститутами громадянського суспільства [7].

Аналітики підкреслюють, що соціальна відповідальність є невід'ємною частиною корпоративної практики для підприємств у всіх галузях економіки, включаючи фармацевтичну. Це особливо важливо, враховуючи соціальне значення лікарських засобів як продукту і спрямованість фармацевтичного забезпечення на суспільні потреби. Соціальна відповідальність включає відповідальність організації за вплив її рішень на суспільство та довкілля.

Ця відповідальність проявляється через прозору та етичну поведінку, спрямовану на сталий розвиток, здоров'я та добробут суспільства. Вона відповідає чинному законодавству та міжнародним стандартам і інтегрується у діяльність організації, практикуючись у відносинах зі співробітниками, партнерами та суспільством загалом [8].

На думку інших фахівців, соціальна відповідальність бізнесу є концепцією, що враховує соціальні та екологічні аспекти у діяльності підприємства на принципах добровільності та співпраці між зацікавленими сторонами. Розвиток соціально відповідального бізнесу як на рівні окремої компанії, так і на рівні країни загалом, проходить кілька етапів (рис.1.2):

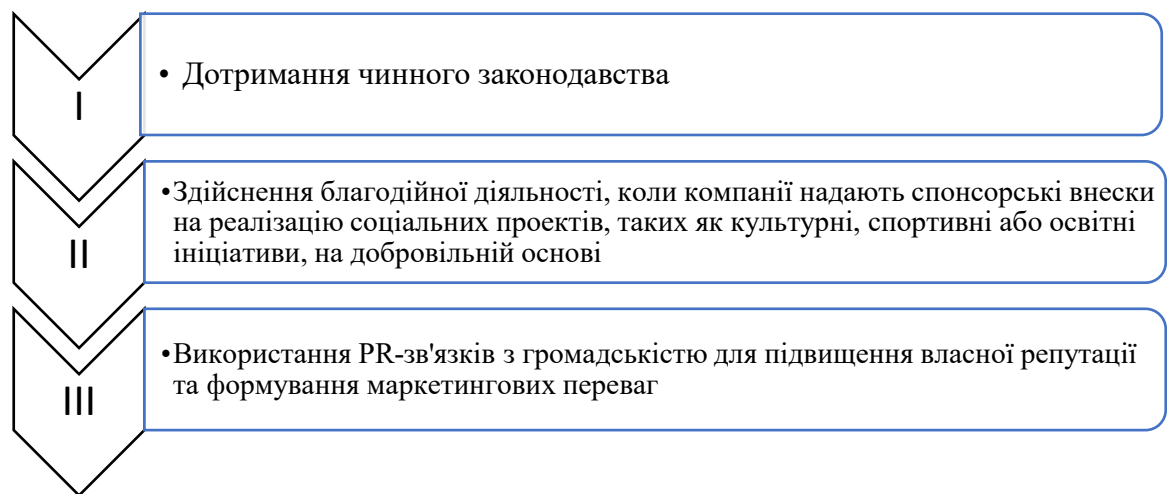


Рис. 1.2. Етапи розвитку соціально відповідального бізнесу [9]

Ці етапи допомагають компаніям і країнам відповідати на виклики сучасності та забезпечувати сталість розвитку, сприяючи благополуччю суспільства та екологічній безпеці.

В інших джерелах, під соціально відповідальним бізнесом розуміють добропорядну ділову практику соціального розвитку включає в себе широкий спектр заходів, спрямованих на забезпечення благополуччя та підтримку персоналу підприємства, збереження здоров'я працівників та створення належних умов праці, охорону довкілля, використання екологічно чистих технологій, а також соціальну підтримку територій та громад.

Ця практика забезпечує взаємовигідність для всіх зацікавлених сторін: працівники отримують соціальний пакет, що включає різноманітні пільги та підтримку; споживачі мають можливість отримувати якісні продукти та послуги; а місцеве населення отримує підтримку через своєчасну сплату податків до місцевого бюджету, спонсорську та меценатську допомогу. Така ділова практика сприяє не лише успішності бізнесу, а й соціальному та економічному розвитку в цілому [11].

Останні роки свідчать про значний та усвідомлений попит бізнесу на дослідження проблем соціальної відповідальності. Видатні світові компанії активно сприяють проведенню широкомасштабних досліджень у цій області. Вони ініціюють обговорення цієї тематики на рівні найавторитетніших ділових, урядових та міжнародних форумів. Участь у таких дискусіях беруть представники бізнесу, підприємств, науковці, урядовці та представники інститутів громадянського суспільства.

Започаткована наукова школа під керівництвом Посилкіної О.В. присвячена дослідженням в сфері соціально-орієнтованої інноваційно-логістичної моделі розвитку фармацевтичної галузі присвячує свої напрацювання напрямом соціальної ефективності фармацевтичного виробництва.

Отже, спираючись на думки науковців цієї школи, можна констатувати, що підтвердження соціальної ефективності фармацевтичного виробництва залежить від того, наскільки воно відповідає основним потребам та цілям суспільства. Ключовим критерієм оцінки є задоволення потреб споживачів лікарських засобів, створення сприятливих умов для праці та розвитку персоналу, а також підвищення якості їхнього життя [5].

Важливо підкреслити, що соціальна ефективність не може існувати окремо від економічної ефективності. Усі соціальні заходи мають економічні бази, і навпаки, реалізація економічних програм має свої соціальні наслідки [5].

Існує необхідність враховувати соціальну ефективність виробництва за допомогою конкретних критеріїв, таких як соціальна значущість вироблюваних лікарських засобів, їх узагальнююча оцінка та екологічна безпека виробництва.

Крім того, соціальний ефект у фармацевтичному виробництві може бути пов'язаний з розширенням виробничих потужностей для лікування соціально небезпечних захворювань. Це може призвести до народногосподарської економії через запобігання витратам, пов'язаним з розповсюдженням цих захворювань, і потенційній небезпеці епідемій.

Одним із основних інструментів забезпечення соціальної ефективності діяльності фармацевтичних компаній є реалізація соціальних проєктів і надання працівникам соціальних пакетів. Ці пакети можуть включати корпоративне харчування, страхові поліси, медичні послуги, спортивні зали та інші заходи для підтримки працівників та їхніх сімей.

Отже, визнання соціальної ефективності фармацевтичного виробництва вимагає комплексного підходу, який враховує як потреби суспільства, так і економічні аспекти діяльності компаній.

Підсумовуючи зазначимо, що після аналізу наукових досліджень та практичного досвіду вітчизняних фахівців у сфері соціальної відповідальності

діяльності фармацевтичних підприємств, можна зробити висновок, що фармацевтичний бізнес має інтегровану соціальну відповідальність. На відміну від багатьох інших галузей економіки, він виявляє значне різноманіття форм соціальної відповідальності.

1.2. Концепції розвитку соціально відповідальної діяльності

Велика кількість наукових підходів до соціальної відповідальності часто викликає розбіжності в її сприйнятті, сутності та значенні. Однак, для поєднання цього розмаїття підходів, А. Керролл запропонував концепцію корпоративної соціальної відповідальності як узагальнення основної ідеї, яка може узгоджуватися з іншими теоріями або перетворюватися в них. Це підходить дозволяє науковцям систематизувати різноманітні теорії та визначити основні принципи концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність визначається як концепція, відповідно до якої організації у своїй діяльності беруть до уваги потреби широкого загалу, а також здатні відповідати перед заінтересованими сторонами. Ця концепція розглядається через призму трьох інтерпретацій соціально відповідального бізнесу, що формують різноманітні моделі соціальної відповідальності (рис.1.3).

У 70-х роках XX століття Мілтон Фрідман розробив теорію «корпоративного егоїзму», що традиційно вважалася обґрунтованою. Згідно з цією теорією, основною відповідальністю бізнесу перед соціумом є максимізація прибутку для акціонерів, власників та інвесторів, оскільки будь-який бізнес прагне використовувати свої ресурси для задоволення власних інтересів. За принципом «корпоративного егоїзму», соціально відповідальною вважається

компанія, яка дотримується трудового, податкового та природозахисного законодавства, не порушуючи його.

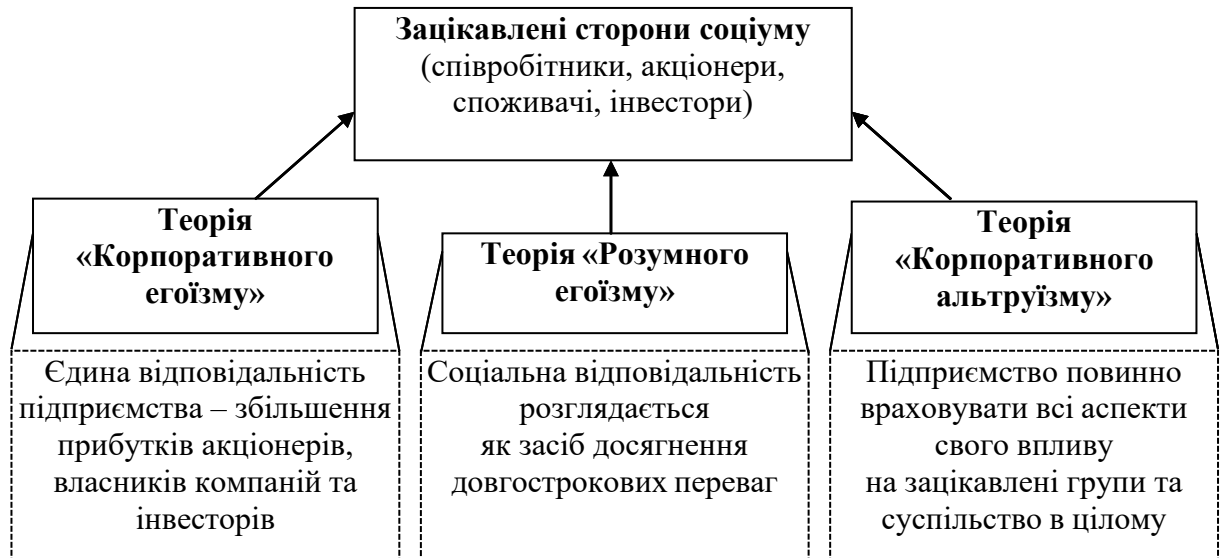


Рис. 1.3. Класифікація теорій соціально відповідальної діяльності

Теорія «корпоративного альтруїзму» становить протилежність концепції Мілтона Фрідмана. Її виникнення співпадає з рекомендаціями Комітету з економічного розвитку США, що пропонує надавати корпораціям матеріальну відповідальність за рівень життя та добробут населення. Отже, соціально відповідальна компанія сприяє розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього середовища свого бізнесу.

Третя теорія, «розумний егоїзм», стверджує, що соціальна відповідальність бізнесу полягає у його рівні розвитку, конкурентоспроможності та стабільних прибутках у довгостроковій перспективі. Інвестиції підприємства в людський капітал сприяють створенню сприятливого соціального середовища для бізнесу та забезпечують умови для стійких прибутків. Заходи у сфері корпоративної соціальної відповідальності виступають інструментом для покращення іміджу та репутації компанії.

Також, існує інша класифікація, відповідно до якої теорії соціальної відповідальності можна поділити на чотири групи. Ця класифікація сформульована відповідно до принципів, покладеними в їх основу (рис. 1.4)

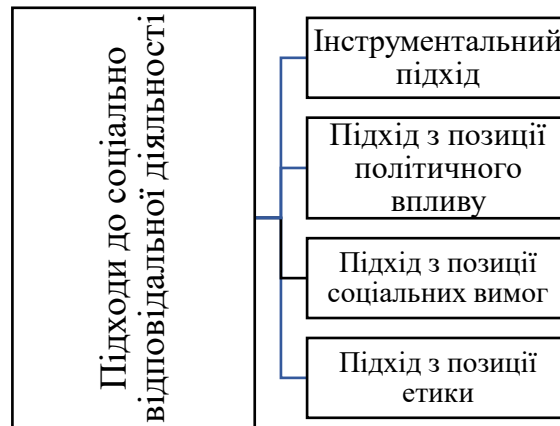


Рис.1.4. Класифікація підходів соціально відповідальної діяльності відповідно до принципів.

Автором інструментального підходу був Мілтон Фрідман і на його думку підприємство є знаряддям отримання прибутку і соціальна діяльність якого спрямована переважно на досягнення економічного результату за умови дотримання добросовісної конкуренції.

Сучасні дослідники, які підтримують цей підхід, стверджують, що максимізація прибутку у довгостроковій перспективі визначає справжню відповідальність бізнесу, оскільки це враховує інтереси як акціонерів, так і інших зацікавлених сторін. Вони також погоджуються, що досягнення максимізації прибутку може потребувати витрат на соціальні та екологічні цілі. Цей підхід, який вважається елементом стратегічного управління підприємством, здобув велику популярність в останні роки, оскільки він є необхідною передумовою для ефективності діяльності та прибутковості компанії.

Натомість, підхід з позиції політичного впливу полягає в здатності підприємства впливати на суспільство та відповідально використовувати цю можливість. Вищезазначений підхід відображається не тільки у стратегічній, а також і повсякденній діяльності.

Найбільш відомою концепцією, яка відображає цей підхід, є концепція «корпоративного громадянства». У вузькому значенні ця концепція означає, що роль підприємства зводиться до філантропії, соціальних інвестицій та виконання певних загальновизнаних обов'язків перед місцевою громадою. У широкому значенні, підприємство відповідає за ті сфери, в яких держава не може захистити своїх громадян.

Підхід з позиції соціальних вимог було сформульовано у 1970 - х роках та він полягає у переважному зосередженні статутної діяльності на визначенні соціальних потреб для суспільства. На думку прихильників цієї позиції діяльність підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинно відповідати очікуванням суспільства.

Останній підхід базується на ідеї етичного обов'язку бізнесу перед суспільством отримав назву «з позиції етики». Його започаткував відомий учений П. Друкер, який стверджував, що вирішуючи питання корпоративної соціальної відповідальності інтереси власників підприємства автоматично призводять до досягнення суспільних благ. Він також вказував на те, що особисті інтереси та суспільні блага повинні розглядатися окремо одне від одного. Відповідальність перед суспільством полягає в тому, щоб робити своїми власними інтересами те, що за своєю суттю є суспільним благом.

Також, варто розглянути виокремлену концепцію «потрійної результативної діяльності» Дж. Елкінгтона та нормативний підхід Р.Е. Фрімена.

Так, за підходом Дж. Елкінгтона, будь-яка компанія зобов'язана виконувати економічні, екологічні та соціальні стандарти перед суспільством, що забезпечує її життєздатність. Ці ідеї знаходять відображення в теоріях «універсальних прав» та «сталого розвитку». Теорія «універсальних прав» розглядає права людини, праці та охорони навколишнього середовища як необхідні умови для функціонування підприємств. Теорія «сталого розвитку» наголошує на тому, що компанії мають брати до уваги не лише сучасні, а й

майбутні потреби. Це означає контроль над економічними, соціальними та екологічними показниками діяльності.

Натомість, нормативний підхід Р. Е. Фрімена дозволяє описати відносини між підприємствами та групами осіб, які цікавляться їхньою діяльністю. Відповідно до вищезазначеного підходу підприємство має нести моральну відповідальність перед зацікавленими сторонами. До кола таких сторін належать працівники, акціонери, споживачі, постачальники та органи місцевого самоврядування в межах яких воно функціонує.

Хміль Ф. І. у своїх дослідженнях виокремив чотири групи поглядів на соціальну відповідальність підприємств. Перша група вважає, що підприємці повинні здійснювати благодійну діяльність, підтримуючи соціально вразливі верстви населення та виступаючи у ролі меценатів. Друга група поглядів встановлює соціальну відповідальність підприємств через дотримання чинного законодавства, забезпечення ефективної діяльності та створення робочих місць.

Третя група підтримує активні дії власників бізнесу в сферах, таких як охорона здоров'я, екологічний захист, громадянські права та захист прав споживачів.

Прихильники четвертої групи вважають, що держава повинна бути основним регулятором відповідальності підприємств перед суспільством через законодавчі акти [46].

Варіативний погляд на розвиток ідеї корпоративної соціальної відповідальності висловив А. М. Колота, який пропонує систематизувати різноманітні підходи до соціально відповідальної діяльності підприємств у дві великі групи: концепцію «ядра» та альтернативні концепції [18].

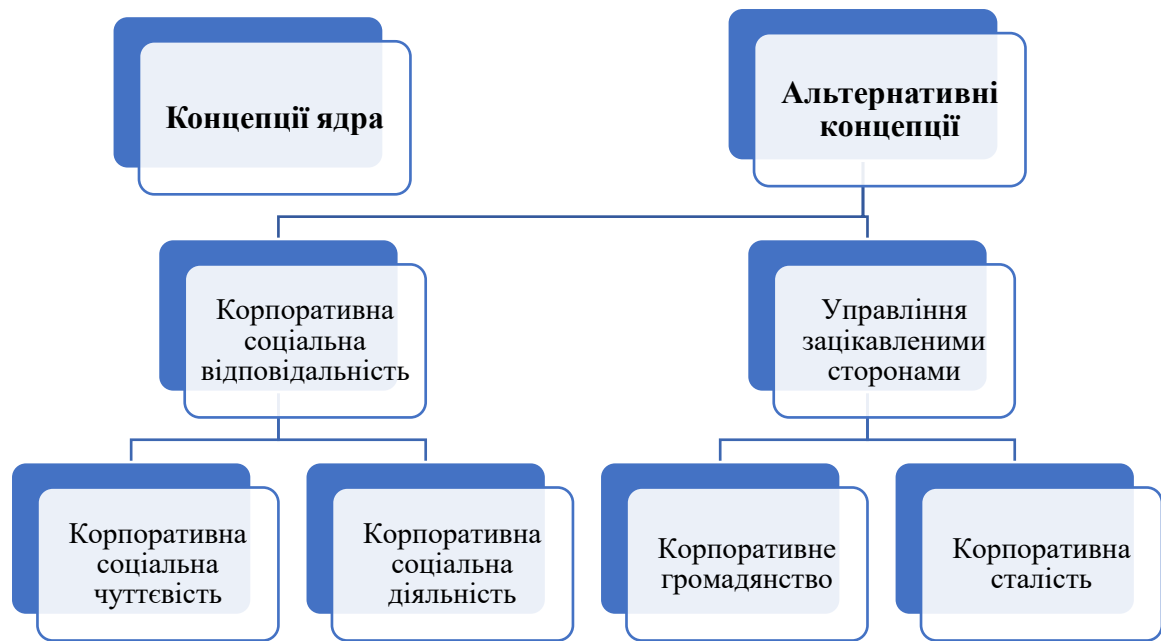


Рис. 1.5. Класифікація підходів до ідеї відповідальної діяльності підприємства

Концепція «ядра» корпоративної соціальної відповідальності визначає важливі аспекти: чому підприємство повинно бути соціально відповідальним, який зміст має ця відповідальність, як саме підприємство повинно реагувати на вимоги та очікування суспільства, і які результати має соціально відповідальна діяльність підприємства.

«Альтернативні» концепції аналізують корпоративну соціальну відповідальність з точки зору управління стейкхолдерами, корпоративного громадянства та сталого розвитку підприємства.

У контексті об'єднання існуючих теорій корпоративної соціальної відповідальності ключовим стає підхід А. Керролла, що пропонує розглядати її як своєрідну «піраміду». Ця «піраміда», яку можна побачити на рис. 1.6, складається з чотирьох рівнів відповідальності організації перед суспільством: економічної, правової, етичної та дискреційної (або філантропічної) відповідальності.



Рис. 1.6. «Піраміда» корпоративної соціальної відповідальності А. Керролла

Автором «піраміди» вважають А. Керролла, який зазначає, що в її основі лежить економічна відповідальність. Ключовою функцією підприємства є виробництво товарів, надання послуг та виконання робіт, що спрямовані на задоволення потреб споживачів та отримання прибутку. Правова відповідальність полягає в необхідності дотримання чинного законодавства.

Натомість, етична відповідальність передбачає відповідність дій підприємства суспільним очікуванням, які не врегульовані законом, але ґрунтуються на моральних принципах зацікавлених сторін. Дискреційна (філантропічна) відповідальність стимулює підприємство до здійснення соціально корисних дій через добровільну участь у реалізації.

Базовим стовпом успішного функціонування будь-якого підприємства є не лише його економічна діяльність, але й комплексна система відповідальності перед суспільством та навколишнім середовищем. Концепція, запропонована А.

Керролом, відзеркалює цю ідею, наголошуючи на чотирьох основних вимірах відповідальності підприємства: економічній, правовій, етичній та дискреційній.

Економічна відповідальність становить основу будь-якої діяльності, виходячи з мети забезпечення потреб споживачів та отримання прибутку. Правова відповідальність вимагає від підприємства дотримання законів та нормативів, що регулюють його діяльність. Етична відповідальність полягає у відповідності суспільним моральним стандартам, які не завжди формалізовані в законодавстві. Дискреційна відповідальність, чи, як її ще називають, філантропічна, стимулює підприємство до добровільної участі в соціальних програмах та благодійних заходах.

Концепція Керролла відображає не лише історичний шлях розвитку корпоративної соціальної відповідальності, але й сучасні реалії, де важливою умовою стає не лише економічна, а й екологічна, етична та соціальна компоненти відповідального бізнесу. Поєднання цих вимірів не лише забезпечує життєздатність підприємства, а й свідчить про серйозне ставлення керівництва та власників до потреб суспільства та навколишнього середовища.

На сьогодні не існує універсального та загальноприйнятого визначення поняття «соціальна відповідальність». Різні фахівці, включаючи економістів, соціологів, керівників підприємств, а також представників міжнародних державних та громадських організацій, трактують це поняття по-різному. В Додатку А наведено стислий перелік різних трактувань поняття соціальної відповідальності, які використовуються в сучасному дискурсі.

Отже, незважаючи на різноманітність визначень, є деякі загальні риси, що характеризують більшість концепцій соціальної відповідальності. Однією з ключових характеристик соціальної відповідальності є її добровільний характер. Це означає, що підприємство добровільно бере на себе зобов'язання здійснювати діяльність, спрямовану на покращення ситуації у сферах, що не є безпосередньо пов'язаними з його комерційною діяльністю. Іншим загальним елементом

визначення корпоративної соціальної відповідальності є те, що вона виходить за межі законодавчих вимог до діяльності підприємства, перевищуючи їх в своїх діях та ініціативах.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши наукові дослідження та практичний досвід вітчизняних фахівців у сфері соціально відповідальної діяльності фармацевтичних підприємств, можна зробити висновок, що фармацевтичний бізнес має інтегровану соціальну відповідальність. На відміну від багатьох інших галузей економіки, він виявляє значне різноманіття форм соціальної відповідальності.

Було проаналізовано різноманітні визначення поняття «соціальна відповідальність» та існуючі концепції соціально відповідальної діяльності, що представлені у науковій, навчальній літературі та нормативно-правових актах. Констатовано, що во всі вони мають загальні риси, що характеризують більшість концепцій соціальної відповідальності. Ключовими ознаками є її добровільний характер та те, що вона виходить за межі законодавчих вимог до діяльності підприємства, перевищуючи їх в своїх діях та ініціативах.

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ФАРМАЦЕВТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ТА У ТОВ «ФАРМАЦЕВТИЧНА КОМПАНІЯ «ЗДОРОВ'Я»

2.1. Аналіз стану соціальної відповідальності у фармацевтичній галузі в Україні

Сьогодні ефективним способом підтримки високого рівня корпоративної репутації, що характеризується змінами в соціальній етиці та ставленням до екологічних проблем, є забезпечення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) [12]. Це можливо за рахунок впровадження таких заходів, як прийняття Глобального Договору ООН та розробка різних стандартів для забезпечення дотримання соціальної відповідальності [10]. Розуміння важливості враховувати КСВ при прийнятті управлінських рішень є необхідним компонентом економічної культури керівників нового покоління [54].

Пандемія COVID здійснила вагомий вплив на кожен галузь. Сюди увійшли глобальна торгівля, транспортування і логістика, туристична сфера тощо. Фармацевтичний сектор не став винятком. Пандемія вплинула на способи надання медичної допомоги пацієнтам. Важко посперечатися з тим, що до компаній зі світовим ім'ям, які забезпечували поставки вакцин проти даного захворювання, значною мірою зросла суспільна увага. Їхня діяльність зосередилася на боротьбі з COVID-19, забезпеченні якомога більшої кількості населення можливістю протистояти захворюванню. Це, зокрема, зазначають у своїх звітах із соціальної діяльності Pfizer та Johnson & Johnson [16]. Виходячи з їхнього досвіду можемо зробити висновок, що значну роль у функціонуванні даних компаній як гарантів суспільного здоров'я сьогодні відіграє соціальна відповідальність. Вона охоплює діяльність, спрямовану на задоволення вимог

усіх зацікавлених сторін, підтримку сталого екологічного стану, заходи, що забезпечують соціальну сферу.

Про актуальність питання соціальної відповідальності свідчить і кількість статей на дану тему, індексованих наукометричною базою Scopus з 1972 р. по 2022 р., що подано на рис. 2.1.

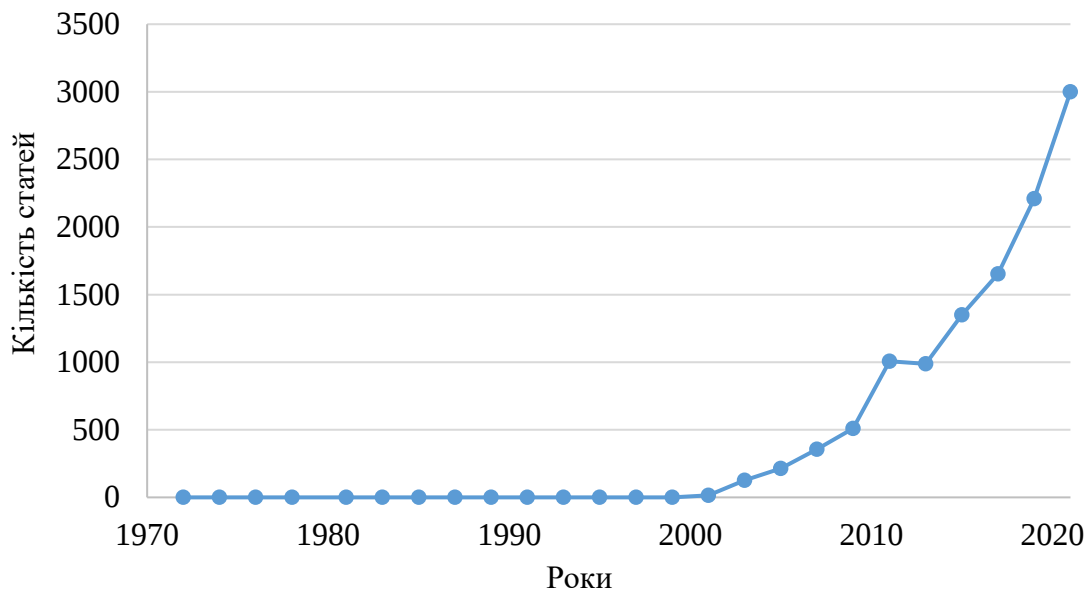


Рис. 2.1. Кількість статей на тему КСВ за 1972-2022 рр.
(станом на 01.11.2022 р.)

Джерело: побудовано за даними [54]

Фармацевтичний бізнес України спрямований в 2 напрямках соціальної відповідальності: внутрішній і зовнішній.

Основою внутрішньої соціальної відповідальності вітчизняних фармацевтичних компаній (ФК) є покращення умов праці працівників. Для цього такі компанії, як ПАТ «Фармак», ФФ «Дарниця», «Артеріум», ФК «Юрія-фарм» та ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ», забезпечують безпечні умови на робочому місці, виплачують справедливую заробітну плату (Таблиця 2.1), впроваджують соціальне та медичне страхування.

Таблиця 2.1

Динаміка заробітної плати в Україні, станом на кінець року 2016-2020 рр.*

Роки	Мінімальна заробітна плата в Україні, грн/міс.	Середня заробітна плата в Україні, грн/міс.	Середня заробітна плата у виробництві основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів, грн/міс.
2016	1600	6475	9607
2017	3200	8777	12344
2018	3723	10573	15435
2019	4173	12264	17663
2020	5000	14179	20617

*Джерело [15]

На рис. 2.2 показана динаміка середньої заробітної плати в Україні та середньої заробітної плати у виробництві основних лікарських засобів та фармацевтичної продукції.

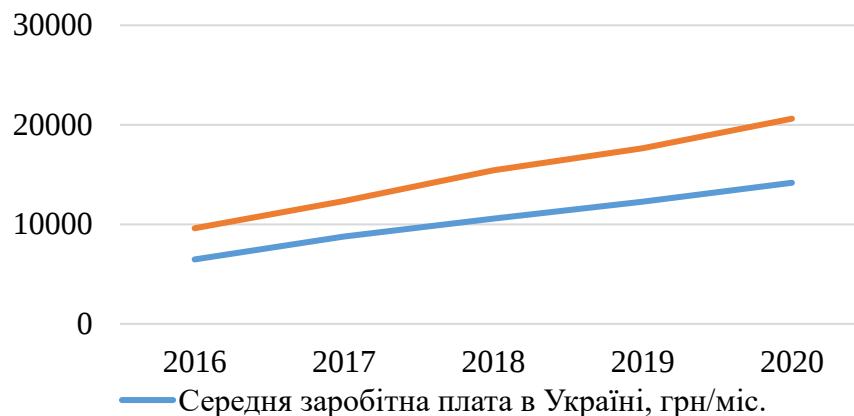


Рис.2.2. Динаміка середньої заробітної плати в Україні та середня заробітна плата у виробництві фармацевтичної продукції

Крім того, в обов'язки українських фармацевтичних компаній входить допомога в кризових ситуаціях, транспортування на робоче місце, підтримка працевлаштування студентів, розвиток співробітників і т.д. Стабільна виплата

дивідендів та доходів за рахунок участі фармацевтичних компаній у капіталі також залежить від внутрішньої КСВ [15].

До зовнішніх форм соціальної відповідальності українських фармпідприємств включають системи менеджменту якості, системи екологічного менеджменту, соціально орієнтовані системи менеджменту та методи ведення бізнесу на основі соціальної відповідальності, спрямовані на встановлення

У якості приклада щодо відповідального ставлення до стейкхолдерів є вітчизняне фармацевтичне підприємство «Фармак», яке є одним з найбільших експортерів ліків. Принцип сталого розвитку є основою соціальної відповідальності компанії. На своїй офіційній веб-сторінці Фармак заявляє, що його головне завдання – «створити та реалізувати такий проєкт, який принесе користь людям у довгостроковій перспективі, змінить свідомість, систему цінностей, стане основою для розвитку сильної держави, незалежної України» [12].

Ключові напрямки сталого розвитку «Фармак» включають екологію, здоров'я, освіту й науку, а також благодійну допомогу. Зокрема, для підтримки екології компанія продовжує інвестувати в суспільно важливі проєкти. Таким чином, у період війни було інвестовано в сучасну систему очищення стічних вод на її підприємстві у Києві. Компанія долучилася до всеукраїнської ініціативи «Seeds for Ukraine», спрямованої на забезпечення насінням городини понад 100 тис. родин по всій країні. Також компанія в 2020 р. скоротила викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря на 33,05% порівняно з 2019 р. В галузі здоров'я «Фармак» забезпечує соціальну відповідальність шляхом організації «клініки на колесах» під назвою «Мобільні лікарі», яка здійснює виїзди на деокуповані території. У жовтні 2022 р. було проведено захід для сімейних лікарів «Farmak.Family Doctor Camp», організований для обміну професійним досвідом. В напрямку освіти й науки компанія досягає прогресу

шляхом долучення до ініціативи «Безпечна освіта», що облаштовує укриття в навчальних закладах України, проведення IX науково-практичної конференції Школи молодих науковців «Наука та сучасне фармацевтичне виробництво» тощо. Основну увагу в сфері благодійної діяльності «Фармак» на даний час займає допомога армії шляхом забезпечення її необхідною зброєю, засобами пересування тощо [15].

Соціальна відповідальність «Дарниці» розділена на три провідні напрямки. Зокрема, для підтримки здоров'я та благополуччя компанія передала 2,2 млн упаковок ліків на майже 200 млн грн лікарням, благодійним фондам, військовим частинам, а також 25 млн грн допомоги грошима закладам охорони здоров'я та благодійним фондам. «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. Велику увагу компанія приділяє сфері відповідального споживання і виробництва. Так, у 2022 р. частка відходів, які передано на переробку, склала 70,3%. Функціонування компанії відбувається на засадах Зеленого офісу: встановлено системи очищення води, автоматичного контролю освітлення і теплопостачання, введений роздільний збір відходів. За 2022 р. «Дарниця» зібрала та передала на знищення 15 кг ліків, 50 кг відпрацьованих джерел струму. Через початок енергетичного терору для зниження піків енергоспоживання перевела виробничі цехи на плаваючий графік, що дозволило знизити середнє денне споживання енергії на 27% [12].

Рівень поінформованості про питання КСВ серед українських фармацевтичних підприємств зростає, хоча і низькими темпами. Лише невелика їх частка повноцінно займається заходами із соціальної відповідальності.

На рис. 2.3. наведені результати обстеження, проведеного Асоціацією менеджерів. Воно показує різницю у розумінні менеджерів і населення корпоративної соціальної відповідальності [10].

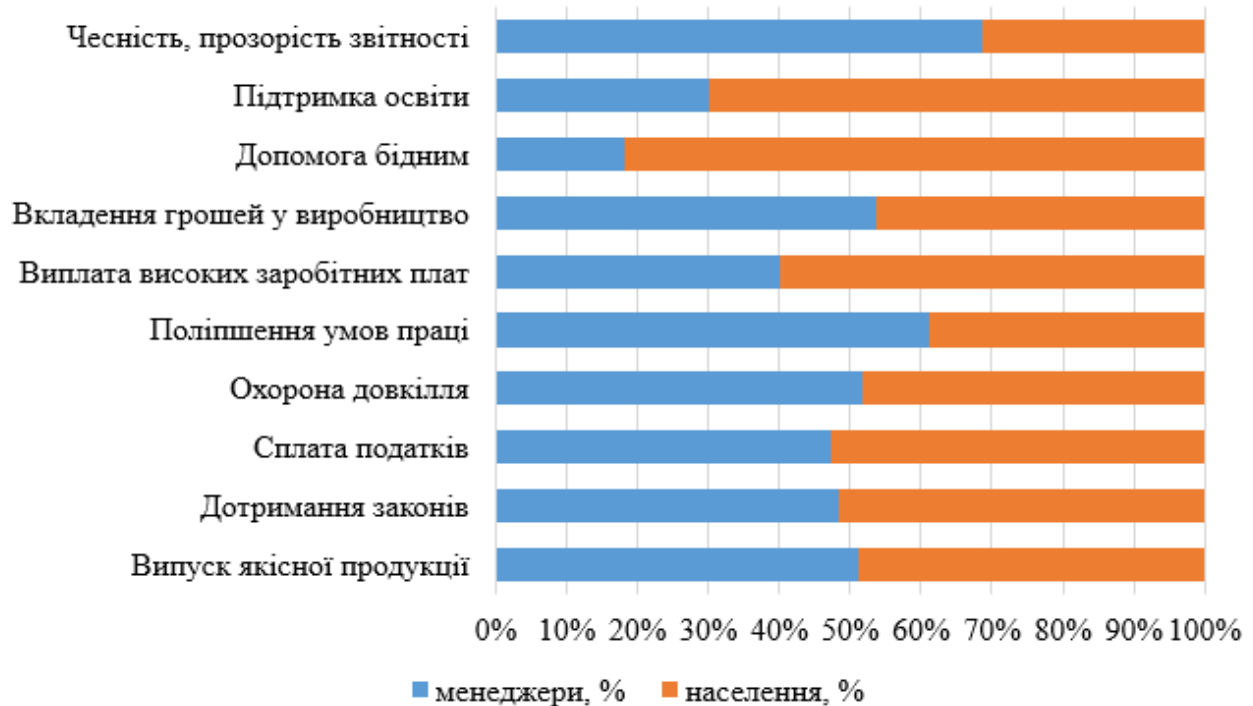


Рис. 2.3. Корпоративна соціальна відповідальність: погляди менеджерів та населення [побудовано на аналізі 10]

З рис. 2.3. ми бачимо різницю в уявленні корпоративної соціальної відповідальності з точки зору менеджерів та населення. Важливим аспектом для керівників є їх внесок у розвиток виробництва і поліпшення умов праці, а для населення – заробітна плата.

Причини низького рівня дотримання вимог КСВ в Україні відображені на рис. 2.4 Держава відіграє важливу роль у впровадженні принципів КСВ в український бізнес [15].

Для розвитку КСВ в українському фармацевтичному секторі важливо залучити кілька зацікавлених сторін. Держава повинна бути прикладом прозорості та запроваджувати відповідні гранти та субсидії, а також стандарти

соціальної відповідальності. Вона повинна взяти на себе розроблення національної політики КСВ для державних підприємств, розробку та впровадження тестів КСВ. Бізнес повинен зосередитися на міжнародних стандартах і брати участь в реалізації КСВ як всередині, так і за межами бізнесу. Велику увагу слід приділяти забезпеченню підзвітності та прозорості шляхом організації спеціального комітету з КСВ та залучення експертів із соціальної відповідальності.

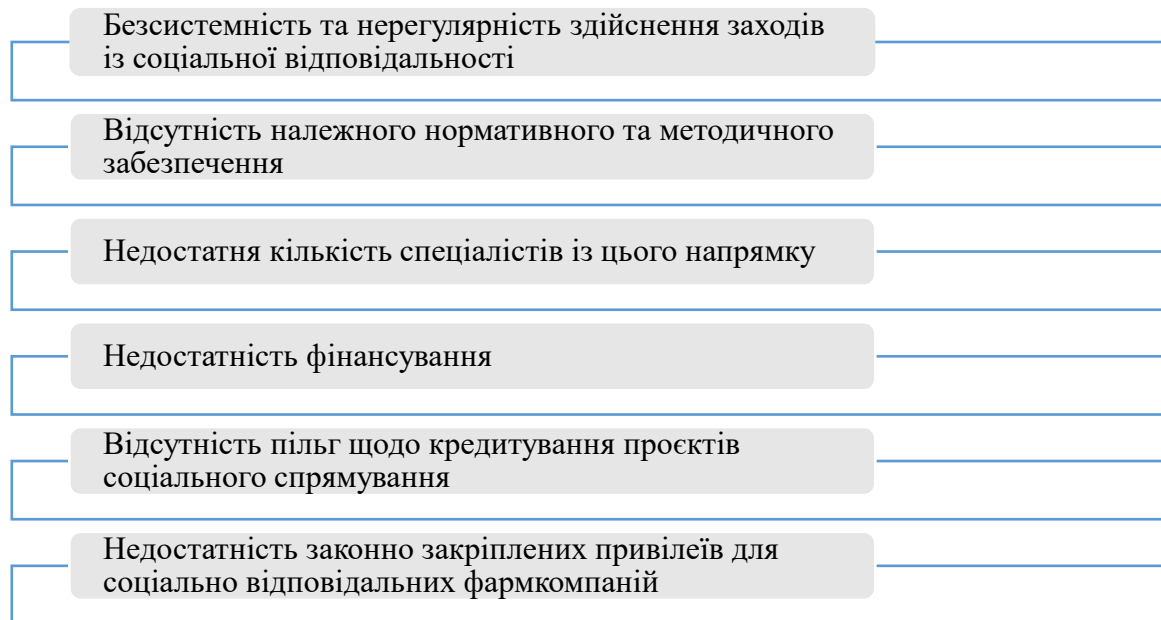


Рис. 2.4. Причин низького рівня дотримання КСВ в українських фармацевтичних компаніях*

*Джерело: побудовано автором на основі [15]

Напрямки вдосконалення КСВ на фармацевтичних компаніях наведені на рис. 2.5

Бізнес-асоціації можуть розробляти рекомендації щодо реалізації соціальної відповідальності та контролювати дотримання стандартів КСВ бізнес учасниками. Важливу роль відіграє організація різних тренінгів і майданчиків для взаємодії великого і малого бізнесу. Роль державних органів у

розповсюдженні КСВ полягає у моніторингу дотримання компаніями правил, формуванні громадської думки та партнерстві з компаніями для поширення інформації про КСВ.

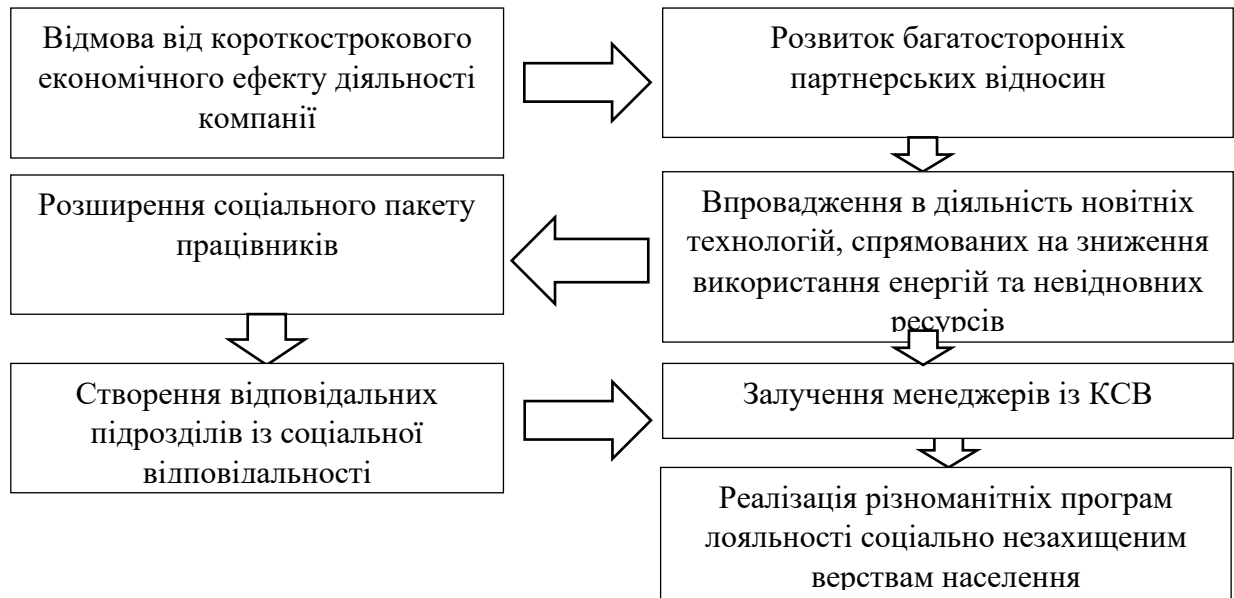


Рис. 2.5. Напрямки вдосконалення КСВ на вітчизняних фармацевтичних компаніях

Джерело: систематизовано авторами на основі [15]

Роль донорів може включати підтримку освіти з КСВ для керівників компаній, проведення різноманітних тренінгів з соціальної відповідальності, а також поширення в Україні іноземного досвіду впровадження КСВ, підтримку програм стажування з КСВ за кордоном, надання субсидій та грантів малому та середньому бізнесу тощо [28].

2.2. Аналіз господарської діяльності підприємства

Фармацевтична компанія «Здоров'я» – одна з провідних фармацевтичних компаній України.

До складу компанії входять 29 підрозділів, шість лабораторій та п'ять цехів. Організаційна структура подана на рис. 2.6.

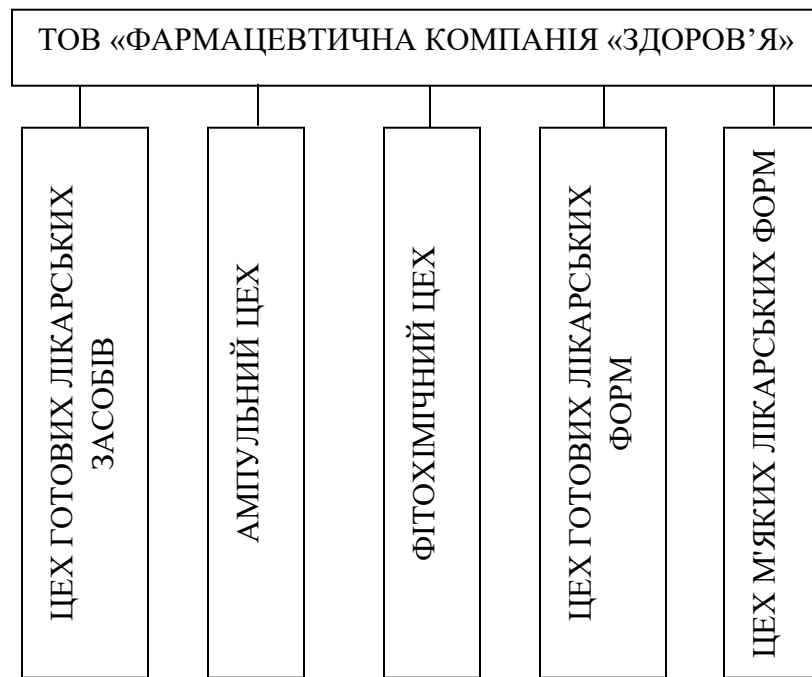


Рис. 2.6. Організаційна структура підприємства

Основні напрямки діяльності підприємства: виробництво основних фармацевтичних продуктів; виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів; діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту; оптова торгівля фармацевтичними товарами; неспеціалізована оптова торгівля; роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах.

В сучасних умовах головною метою підприємства, незалежно від виду його діяльності та форми власності, є отримання максимального прибутку, що

неможливо без ефективного управління ним. На основі форми 2 «Фінансові результати» побудуємо табл. 2.2 з метою аналізу прибутку підприємства.

Таблиця 2.2

Аналіз прибутку підприємства

Стаття	Код рядка	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Абсолют. відх. 2021/2019 рр.	Абсолют. відх. 2021/ 2019 рр.
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1600152	2038351	1485427	-114725	-7,17
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1220245	1578430	1130315	-89930	-7,37
Валовий: прибуток	2090	379907	459921	355112	-24795	-6,53
Інші операційні доходи	2120	24651	31255	11256	-13395	-54,34
Адміністративні витрати	2130	93671	103936	76326	-17345	-18,52
Витрати на збут	2150	123425	140731	87055	-36370	-29,47
Інші операційні витрати	2180	50511	38840	40961	-9550	-18,91
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	136951	207669	162026	25075	18,31
Інші доходи	2240	5196	49851	18661	13465	259,14
Фінансові витрати	2250	128269	105865	81369	-46900	-36,56
Інші витрати	2270	5609	5946	85371	79762	1422,04
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток/збиток	2290	8269	145709	13947	5678	68,67
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	18734	33372	21372	2638	14,08
Чистий фінансовий результат: прибуток/збиток	2350	-10465	112337	-7425	-3040	-29,05

Органами управління товариства є:

1. Загальні збори учасників – вищий орган управління (призначає наглядову раду);
2. Директор – виконавчий орган;
3. Наглядова рада – контролюючий орган (здійснює контроль за діяльністю підприємства, визначає умови оплати праці посадових осіб, загального кошторису заробітної плати працівників підприємства, попередньо розглядає заяву про вихід учасника з товариства).

На рис. 2.7. подане графічне зображення динаміка змін видів прибутку підприємства за 2019-2021 рр.

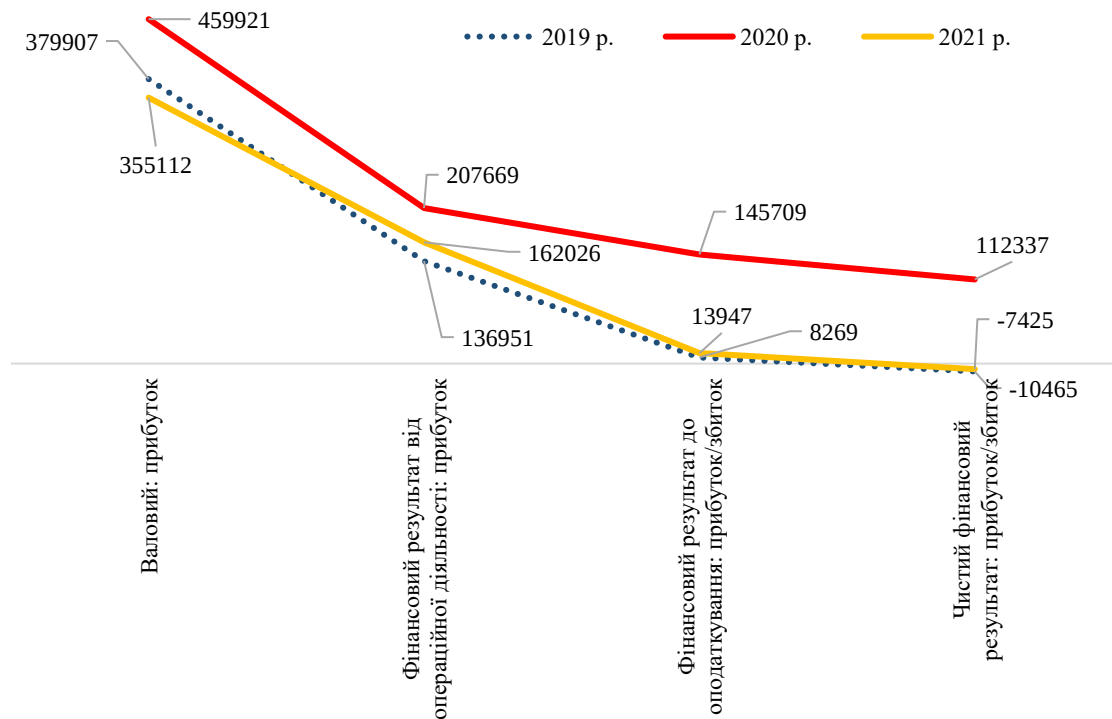


Рис. 2.7. Аналіз динаміки прибутку ТОВ «ФК «Здоров'я» за 2019-2021 рр.

Як ми бачимо загальна тенденція за всіма прибутками підприємства має тенденцію к зниженню. Найкращим роком з проаналізованих нами був 2020 р., а

2019 та 2021 роки були нижчими за рівнем всіх прибутків, а саме: валового прибутку, операційного, прибутку до оподаткування та чистого прибутку.

У 2021 р. у порівнянні з 2019 р. валовий прибуток знизився на 24795 тис. грн. тобто на 6,53%, операційний прибуток збільшився на 25075 тис. грн. тобто на 18,31%, прибуток до оподаткування збільшився на 5678 тис. грн. тобто на 68,67%, збиток підприємства зменшився з 10465 тис. грн. до 7425 тис. грн. тобто на 3040 тис. грн.

2.3. Аналіз соціальної відповідальності ТОВ «Фармацевтична компанія «ЗДОРОВ'Я»

Соціальна відповідальність підприємства – це комплекс заходів і стратегій, які спрямовані на забезпечення позитивного впливу компаній на суспільство і навколишнє середовище. У зв'язку з цим можна виділити кілька основних напрямків соціальної відповідальності, які здійснює ТОВ «Фармацевтична компанія «ЗДОРОВ'Я» (табл. 2.1).

Ці напрямки соціальної відповідальності сприяють сталому розвитку компанії та її позиції в суспільстві. Зосередженість компанії на реалізації різних напрямів соціальної відповідальності свідчить про високу обізнаність та глибоке розуміння важливості забезпечення сталого розвитку.

Інтеграція соціальних, екологічних та етичних аспектів у бізнес-стратегію не тільки позитивно впливає на співпрацю із зацікавленими сторонами, а й підвищує конкурентоспроможність та довгострокову стійкість компанії.

З метою детального аналізу соціальної відповідальності товариства «Здоров'я» нами було взяте контент-аналітичне дослідження інформаційного наповнення сайту деяких фармацевтичних компаній щодо їх соціальної відповідальності [22].

Таблиця 2.1

Напрямки соціальної відповідальності, які здійснює «ФК «ЗДОРОВ'Я»*

Напрямки	Зміст	Особливості реалізації на підприємстві
1. Соціальна відповідальність перед працівниками	- забезпечення безпечних та комфортних умов праці; - реалізація соціальних програм для працівників та їхніх сімей, таких як медичне страхування, пенсійні виплати та підтримка освіти	- заохочення до ювілею та одноразова допомога у зв'язку з вагітністю та пологами; - щоквартальні виплати матеріальної допомоги непрацюючим пенсіонерам, які до виходу на пенсію працювали в компанії; - вжиття комплексних заходів для досягнення встановлених стандартів безпеки, гігієни праці та виробничого середовища, підвищення рівня захисту працівників
2. Споживча соціальна відповідальність	- вироблення продукції, що відповідає вимогам безпеки та якості; - впровадження екологічно чистих технологій та зменшення впливу на навколишнє середовище	- постійне удосконалення фармацевтичної системи якості, системи екологічного управління на основі безперервного моніторингу параметрів продукції, процесів та показників; - надання знижок на препарати власного виробництва; - відкриття безкоштовних діагностичних кабінетів, оснащених сучасним обладнанням та кабінету юридичної консультації; - для мінімізації негативного впливу на атмосферне повітря викидів від устаткування цехи підприємства оснащені пилогазоочисними установками, ефективність яких 92 - 94 %
3. Відповідальність перед громадою	- реалізація благодійних та громадських ініціатив; - залучення місцевих ресурсів та підтримка розвитку інфраструктури	- будівництво православних храмів і матеріальна допомога для їх благоустрою; - проведення недільних та святкових благодійних обідів для віруючих; - дарування цінних ікон храмам
4. Етичні аспекти соціальної відповідальності	- ведення бізнесу відповідно до етичних стандартів та уникнення корупційних практик; - сприяння прозорості в управлінні та звітності перед зацікавленими сторонами	компанія освящає свою діяльність і надає звітність щодо її діяльності, але звіти про КСВ відсутні
5. Сприяння розвитку освіти та культури	- створення програм корпоративної соціальної відповідальності у сфері освіти; - підтримувати мистецькі та культурні ініціативи для підвищення культурного рівня населення	- на базі компанії створено кафедру промислової фармації та економіки; - здійснюється підтримка молодих вчених; - допомога національному фармацевтичному університету
6. Участь у вирішенні соціальних проблем	- участь у благодійних та гуманітарних ініціативах; - співпраця з громадськими організаціями у вирішенні місцевих соціальних проблем	- участь у проведенні турнірів, матеріальна підтримка молодих спортсменів; - компанія є головним спонсором української національної збірної зі спортивної боротьби; - відкриття дитячих майданчиків; - організація дитячих свят

*побудовано автором

В дослідженні були обрані наступні компоненти цих сайтів: наявність окремої рубрики «соціальна відповідальність» (СВ); інформація про окремі заходи соціального спрямування в інших рубриках сайту; актуальність інформації; структуризація і систематизація інформації; наявність звітів про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ); наявність інформації про екологічні та соціальні аспекти діяльності у консолідованому звіту про управління. Результати дослідження подані у Додатку Б.

Ця якісна інформація була переведена нами в кількісну. З врахуванням що всі обрані елементи складають 100%. Її кількісна візуалізація подана на рис. 2.6.

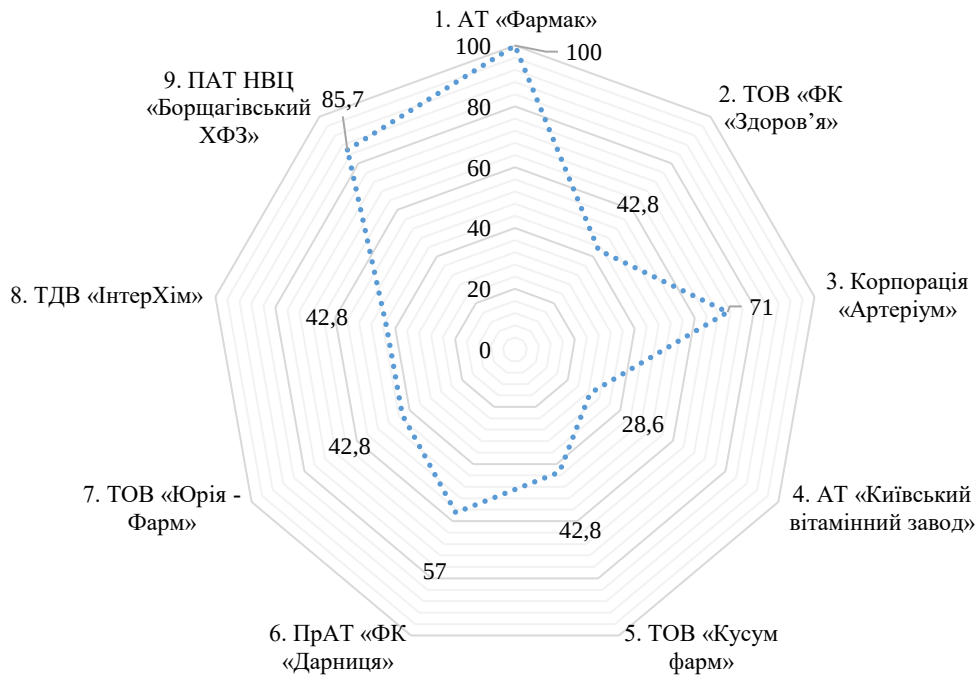


Рис. 2.6. Кількісна оцінка контент-аналізу інформаційного наповнення сайтів вітчизняних виробничих фармацевтичних підприємств щодо КСВ

Як ми бачимо з поданого радару товариство ТОВ «ФК» Здоров'я» займає не саму низьку позицію 42,8% щодо інформаційного наповнення сайту з КСВ, але і не саму високу позицію. Серед найбільш соціально відповідальних компаній

слід визначити Фармак (100% наповнення сайту), ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» (85,7%) та Корпорацію «Артеріум» (71%).

Особливу увагу слід звернути на соціальну відповідальність компанії щодо екологічних аспектів діяльності. Підприємство сертифіковано за стандартом ISO 14001 (системи екологічного управління). Екологічні аспекти, які мають суттєвий вплив на довкілля відображені в положеннях політики у сфері охорони навколишнього середовища ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», що подано на рис. 2.7.

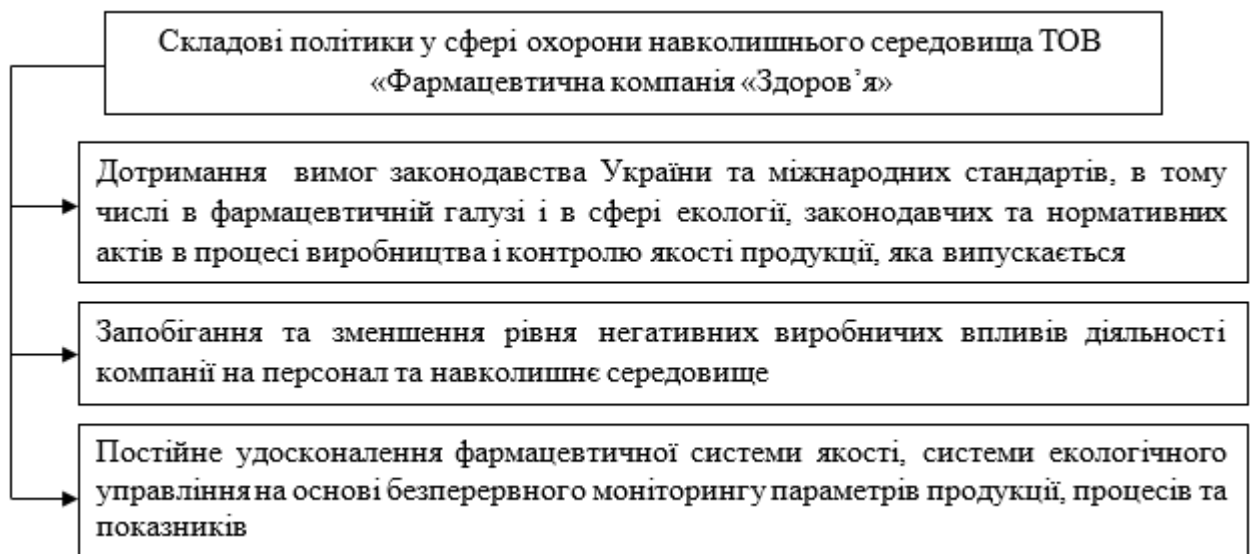


Рис. 2.7. Складові політики у сфері охорони навколишнього середовища підприємства

Детально проаналізуємо кожний елемент цієї політики:

1. *Дотримання вимог законодавства України та міжнародних стандартів, в тому числі в фармацевтичній галузі і в сфері екології, законодавчих та нормативних актів в процесі виробництва і контролю якості продукції, яка випускається.* Юридичним відділом підприємства провадиться щомісячний моніторинг нових правових/нормативних документів або змін до вже існуючих. Результати моніторингу доводяться до відповідних підрозділів у

вигляді наказів або розпоряджень, які підлягають виконанню та доводяться до відома персоналу, який може мати вплив на екологічну обстановку.

2. *Запобігання та зменшення рівня негативних виробничих впливів діяльності Компанії на персонал та навколишнє середовище.* Підвищення екологічної культури підприємства на виробництві – це, передусім, дотримання технології виробництва, дотримання правил промислової санітарії, дотримання вимог екологічного законодавства та внутрішніх документів. Дотримання цих вимог контролює керівництво виробничих підрозділів, відділ головного технолога, відділ охорони праці та сектор охорони навколишнього середовища.

Попередження забруднення атмосферного повітря наднормативними викидами забруднюючих речовин досягається за рахунок суворого дотримання внутрішньої та зовнішньої нормативної документації, дотримання витратних норм в виробництві.

Підприємство відмовилось від використання озоноруйнуючих фреонів. Для мінімізації негативного впливу на атмосферне повітря викидів від устаткування, цехи підприємства оснащені пилогазоочисними установками (ГОУ) загальною кількістю 48 одиниць.

Викиди в атмосферне повітря контролюються санітарною лабораторією згідно графіка, встановленого Дозволом на викид в атмосферне повітря від стаціонарних джерел. Наднормативні викиди відсутні.

Недопущення наднормативного скиду забруднюючих речовин зі стічними водами досягається за рахунок суворого дотримання витратних норм сировини, миючих та дезінфікуючих засобів; постійного прибирання приміщень та підтримання території підприємства в належному санітарному стані; постійного контролю з боку керівництва та відповідних служб за виконанням вище перелічених заходів.

Для економії електроенергії на підприємстві здійснюється поетапна заміна люмінесцентних світильників на світлодіодні що дозволить скоротити витрати

електроенергії вдвічі (в 2020 році замінено люмінесцентні світильники в цеху ГЛЗ та ампульному цеху загальною кількістю 190 шт).

3. Постійне удосконалення фармацевтичної системи якості, системи екологічного управління на основі безперервного моніторингу параметрів продукції, процесів та показників діяльності компанії.

Система управління навколишнім середовищем постійно вдосконалюється: розробляються нові версії робочого процесу (керівництво процесом), СРМ (стандартні робітничі методики), в яких враховуються новації в виробництві, в законодавстві, зміни в структурі виробництва та мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище.

Висновки до розділу 2

Пандемія COVID-19 здійснила вагомий вплив на кожну галузь. Сюди увійшли глобальна торгівля, транспортування і логістика, туристична сфера тощо. Фармацевтичний сектор не став винятком. Сучасні фармкомпанії зазначають, що значну роль у функціонуванні компаній як гарантів суспільного здоров'я сьогодні відіграє соціальна відповідальність. Вона охоплює діяльність, спрямовану на задоволення вимог усіх зацікавлених сторін, підтримку сталого екологічного стану, заходи, що забезпечують соціальну сферу (підтримка освітніх проєктів, допомога малозахищеним верствам населення тощо).

В українському фармацевтичному бізнесі враховуються такі принципи соціальної відповідальності, які скеровані у двох напрямках: внутрішньому та зовнішньому.

Основу внутрішньої соціальної відповідальності вітчизняних фармацевтичних компаній (ФК) складає підвищення якості трудової діяльності співробітників. Зовнішня форма соціальної відповідальності українських фармкомпаній включає ділові практики щодо впровадження систем

менеджменту якості, систем екологічного менеджменту, систем соціально орієнтованого менеджменту та соціальної відповідальності, які спрямовані на побудову партнерських відносин з головними зацікавленими сторонами.

У розділі було представлено результати обстеження, проведеного Асоціацією менеджерів. Воно показує різницю у розумінні менеджерів і населення корпоративної соціальної відповідальності. Важливим аспектом для керівників є їх внесок у розвиток виробництва і поліпшення умов праці, а для населення – заробітна плата.

Для розвитку КСВ в українському фармацевтичному секторі важливо залучати кілька зацікавлених сторін. Держава повинна бути прикладом прозорості та запроваджувати відповідні гранти та субсидії, а також стандарти соціальної відповідальності. Вона повинна взяти на себе розроблення національної політики КСВ для державних підприємств, розробку та впровадження тестів КСВ. Бізнес повинен зосередитися на міжнародних стандартах і брати участь в реалізації КСВ як всередині, так і за межами бізнесу. Велику увагу слід приділяти забезпеченню підзвітності та прозорості шляхом організації спеціального комітету з КСВ та залучення експертів із соціальної відповідальності.

Аналіз господарської діяльності товариства показав, що це одна з провідних фармацевтичних компаній України. До складу підприємства входять 29 підрозділів, шість лабораторій та п'ять цехів.

В сучасних умовах головною метою підприємства, незалежно від виду його діяльності та форми власності, є отримання максимального прибутку, що неможливо без ефективного управління ним.

Аналіз прибутку підприємства показав, що загальна тенденція за всіма прибутками підприємства має тенденцію к зниженню. Найкращим роком з проаналізованих нами був 2020 р., а 2019 та 2021 роки були нижчими за рівнем

всіх прибутків, а саме: валового прибутку, операційного, прибутку до оподаткування та чистого прибутку.

Аналіз соціальної відповідальності підприємства дозволив визначити напрямки соціальної відповідальності, які здійснює підприємство, а саме:

- соціальна відповідальність перед працівниками;
- споживча соціальна відповідальність;
- відповідальність перед громадою;
- етичні аспекти соціальної відповідальності;
- сприяння розвитку освіти та культури та участь у вирішенні соціальних проблем.

Також у розділі була проведена кількісна оцінка контент-аналізу інформаційного наповнення сайтів вітчизняних виробничих фармацевтичних підприємств щодо КСВ.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

3.1. Напрями впровадження та реалізації стратегії соціально відповідальної діяльності фармацевтичної організації

Важливим елементом успішного та сталого розвитку сучасної фармацевтичної компанії є підвищення рівня соціально відповідальної діяльності. Причини підвищення рівня соціальної відповідальності, що має ключове значення зображено на рис. 3.1.

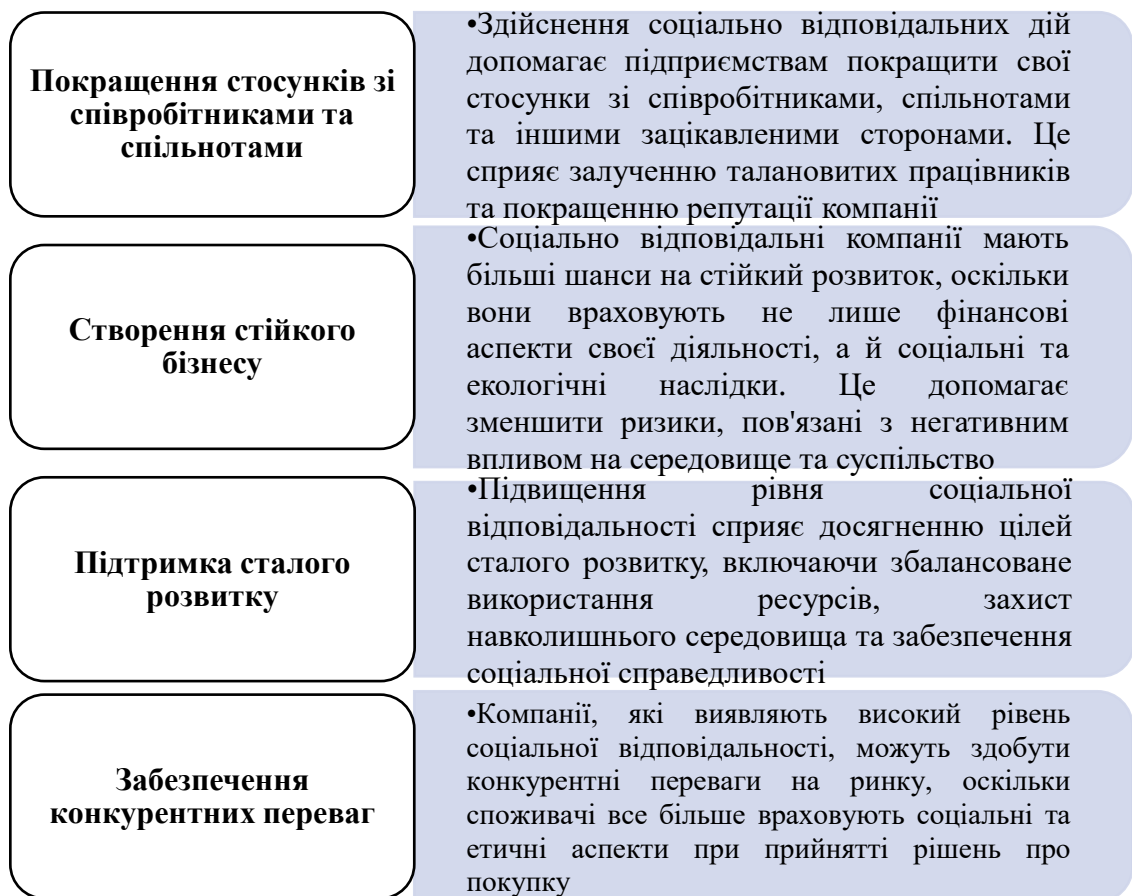


Рис.3.1. Причини підвищення рівня соціальної відповідальності

Виходячи з аналізу сучасного стану соціально відповідальної діяльності ТОВ ФК «Здоров'я» вважаємо, що компанії необхідно продовжувати підвищувати рівень соціально відповідальної діяльності. Нами було сформульовано коло пропозицій з підвищення рівня соціально відповідальної діяльності компанії:

- створення та впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності, спрямованих на підтримку місцевих спільнот та екологічну ініціативу;
- встановлення внутрішніх стандартів та процедур, що регулюють етичну поведінку співробітників підприємства та взаємодію зі спільнотами;
- запровадження відкритого та прозорого спілкування з зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів, акціонерів та громадські організації, стосовно стратегій та ініціатив у сфері соціальної відповідальності;
- розширення програми добровільних соціальних ініціатив для працівників, що підтримує їх участь у благодійних заходах та допомагає вирішувати соціальні проблеми;
- підтримка та розвиток ініціатив у сфері освіти, включаючи навчальні програми та стажування, спрямовані на підвищення свідомості про соціальні проблеми та розвиток відповідального підприємництва.

На сучасному етапі розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні спостерігається відставання від міжнародних стандартів. Згідно з аналізом, проведеним експертною організацією «Центр Розвитку КСВ», КСВ ще не стала неодмінною складовою частиною корпоративного управління в більшості компаній. Лише 24% підприємств мають виділений бюджет на програми з соціальної відповідальності, а лише 12% з них мають систему вимірювання показників ефективності у цій сфері. Також третина компаній в Україні визнає, що у них недостатньо знань та досвіду для успішного впровадження подібних програм [22].

Ще у 2019 році центр «Розвиток КСВ» разом з відомими компаніями запровадили освітній онлайн-курс з корпоративної соціальної відповідальності. Курс є безкоштовним та включає 14 тем з теорією і практичними кейсами. Програма курсу включає наступні теми: «КСВ : поняття та сутність»; «Вплив КСВ на компанію»; «Суттєві питання і стейкхолдери»; «Стратегія КСВ»; «Нефінансова звітність»; «Помилки під час реалізації КСВ»; «Корпоративне управління»; «Чесні операційні практики»; «Права людини»; «Охорона довкілля і «зелений» офіс»; «Розвиток і залучення громад»; «Робота зі споживачами»; «Трудові відносини»; «Відповідальні мережі постачальників» [27].

Становлення внутрішніх стандартів та процедур, що регулюють етичну поведінку співробітників підприємства та взаємодію зі спільнотами, полягає у визначенні чітких правил та норм, які сприяють етичному поведінню працівників та підприємства в цілому. Ми сформулювали певні пропозиції щодо реалізації зазначеної пропозиції. Так, до них належать:

- розробка етичного кодексу, тобто створення документу, який визначає основні принципи та цінності, на яких ґрунтується діяльність підприємства, а також встановлює стандарти етичної поведінки для всіх працівників;
- проведення навчань та тренінгів, для працівників з питань етики та встановлених стандартів, які допомагають зрозуміти правила поведінки та розрізняти ситуації, де можуть виникати етичні проблеми;
- визначення процедур для звітності про порушення етичних норм та механізмів контролю за їх дотриманням, що дозволяє вчасно виявляти та вирішувати випадки неетичної поведінки;
- співпраця зі спільнотами та іншими зацікавленими сторонами у формуванні та оцінці етичних стандартів, що дозволяє враховувати різноманітні інтереси та потреби;

- розвиток механізмів комунікації та співпраці з місцевими громадами та іншими зацікавленими сторонами з метою врахування їхніх потреб та очікувань у процесі розвитку та впровадження соціально відповідальних програм та ініціатив.

Також, на наш погляд, варто розширити програми добровільних соціальних ініціатив для працівників полягає в створенні та підтримці механізмів, які стимулюють співробітників приєднуватися до благодійних заходів та інших соціальних ініціатив.

Так, наприклад, це може бути створення широкого спектру програм і заходів, які дозволяють працівникам обирати ті соціальні ініціативи, які найбільше відповідають їхнім інтересам та цінностям; забезпечення умов, які сприяють активній участі працівників у соціальних ініціативах, таких як гнучкий графік роботи, можливість використання робочого часу для участі у благодійних заходах тощо; введення стимулів, таких як бонуси, нагороди, визнання та інші поощрення для працівників, що активно беруть участь у соціальних ініціативах; забезпечення ефективної комунікації про соціальні ініціативи серед працівників, що допомагає підтримувати їхній інтерес та залученість; проведення оцінки та аналізу впливу участі працівників у соціальних ініціативах на компанію, спільноту та індивідуальні користі для учасників програми.

3.2. Розробка та обґрунтування пропозицій з підвищення рівня соціальної відповідальності ФК «ЗДОРОВ'Я»

Ефективне управління соціальною відповідальністю проявляється у формуванні виробничих, економічних і соціальних цілей організації, сприянні їх досягнення, забезпеченні економічного зростання. Механізм управління соціальною відповідальністю повинен забезпечувати формування цілей регулювання діяльності фірм і розробку засобів та інструментів їх досягнення.

Сучасна концепція управління соціальною відповідальністю припускає, що вона поширюється на всі фази відтворювального процесу, враховуючи, що бізнес несе відповідальність не тільки за розроблені соціальні програми, а й за ефективне використання принципів соціальної відповідальності перед діловими партнерами.

Говорячи про економічні переваги від соціально-корпоративної відповідальності для підприємства, багато авторів відзначають, що такі переваги найбільш чітко проявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг і управління персоналом. Крім того, цінні заходи КСВ у галузі управління ризиками, такі як зниження операційних ризиків, збільшення капіталізації, підвищення фінансових показників, підвищення продуктивності праці, розвиток інновацій, сприяють розширенню ринку та іншій. Економічні переваги підприємств від реалізації соціально-корпоративних проектів ілюстровані на рис. 3.2.

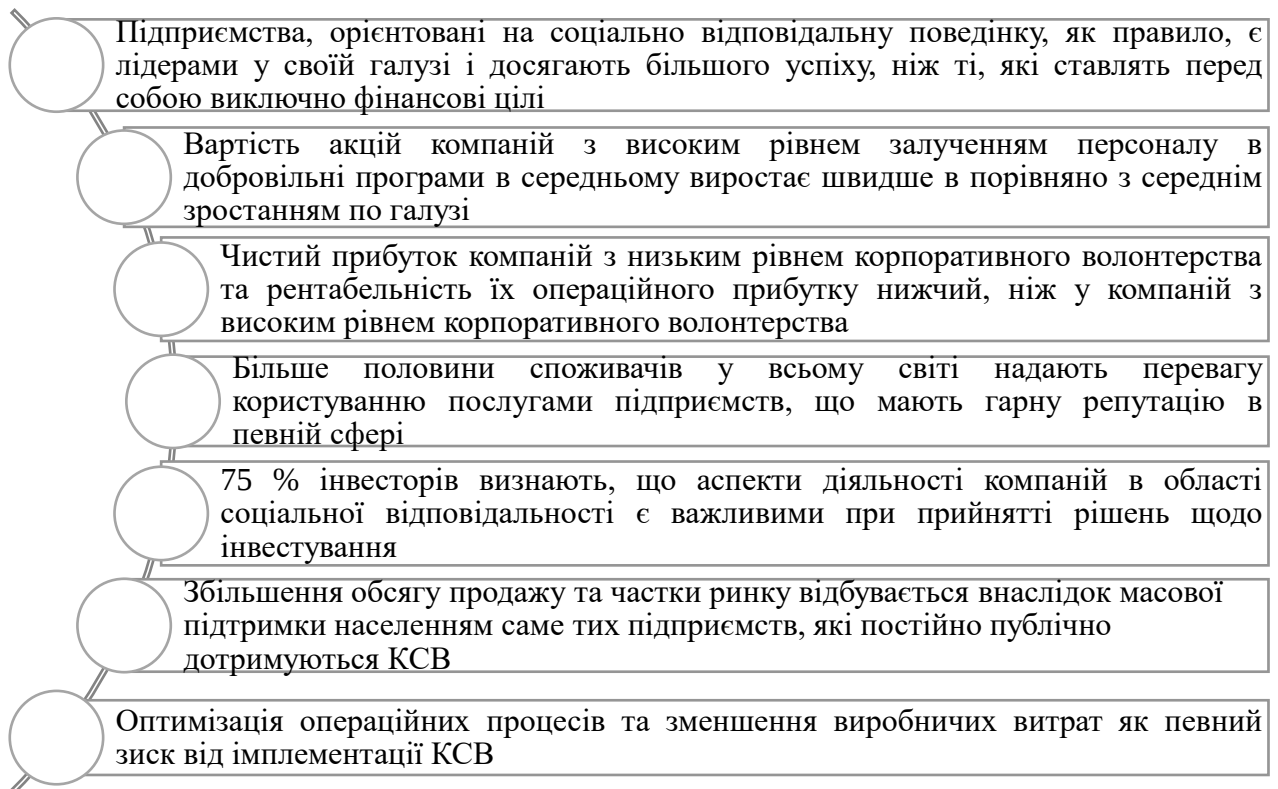


Рис. 3.2. Економічні переваги підприємств від реалізації соціально-корпоративних проектів

Отже, можна виділити три основні показники оцінки вигоди для підприємств, пов'язаних з їх участю в соціальних програмах:

1) окупності інвестицій, спрямованих на соціальні програми (return on investment);

2) ефективності благодійної допомоги та інших соціальних стратегій порівняно з ефективністю реклами, стимулювання продажу тощо (efficiency measurement);

3) процесу реалізації соціальних стратегій (process strategy).

Соціальна відповідальність бізнесу ґрунтується на етичній поведінці та створенні спільної цінності, що також приносить численні переваги для бізнесу. Згідно з дослідженням G. Adda, Dr. J. B. Azigwe, A. R. Awuni, серед таких переваг можна відзначити побудову лояльності клієнтів, збереження талановитих працівників, підтримання позитивного робочого середовища, а також уникнення юридичних проблем, що виникають внаслідок дотримання законодавства та етичних норм. Таким чином, відповідність принципам соціальної відповідальності забезпечує позитивний імідж компанії, що сприяє подальшому успіху її діяльності. За дослідженням S. Bertezene, D. Vallat, J. Martin, підходи до соціальної відповідальності визначаються ступенем врахування інтересів зацікавлених сторін (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Спрощена панорама підходів та стратегій КСВ

	Технічна КСВ	Повна КСВ	Гібридна КСВ	Пов'язана та інтегрована КСВ
Кількість зацікавлених сторін, що розглядаються	Декілька	Усі	Декілька	Усі
Кількість врахованих аспектів КСВ	1 чи 2	773	1 чи 2	3
Тип стратегії	Оборонна	Поступлива та істотна		Проактивна та істотна
Можливі пастки для стратегії	Ризик переходу до символічної стратегії			Немає

Джерело: систематизовано авторами на основі [49]

Соціальна відповідальність бізнесу може бути розділена за філософією, на якій ґрунтується філософія бізнес-відносин. Технічна соціальна відповідальність базується на технічних аспектах виробництва та обмежується лише дотриманням норм, правил та законодавства. Повна соціальна відповідальність забезпечує інтеграцію всіх зацікавлених сторін на стратегічному рівні, враховуючи фінансові, екологічні та соціальні результати діяльності підприємства. Гібридна соціальна відповідальність поєднує ознаки двох попередніх підходів, зосереджуючи увагу на виробництві та, при цьому, схилиючись до одного з аспектів соціальної відповідальності. Пов'язана та інтегрована соціальна відповідальність полягає в обміні «поважними відмінностями» між зацікавленими сторонами та ґрунтується на етиці «спільного життя», спрямована на виконання конкретних відповідальних дій, що виходять за межі звичайних норм та вимог, та залучає всіх зацікавлених сторін до своєї діяльності. Таким чином, найбільш комплексним підходом є саме пов'язана та інтегрована соціальна відповідальність.

Передбачається, що на основі описаних вище підходів компанії можуть обирати відповідні стратегії своєї діяльності: реактивну; оборонну; поступливу; проактивну (рис. 3.3).

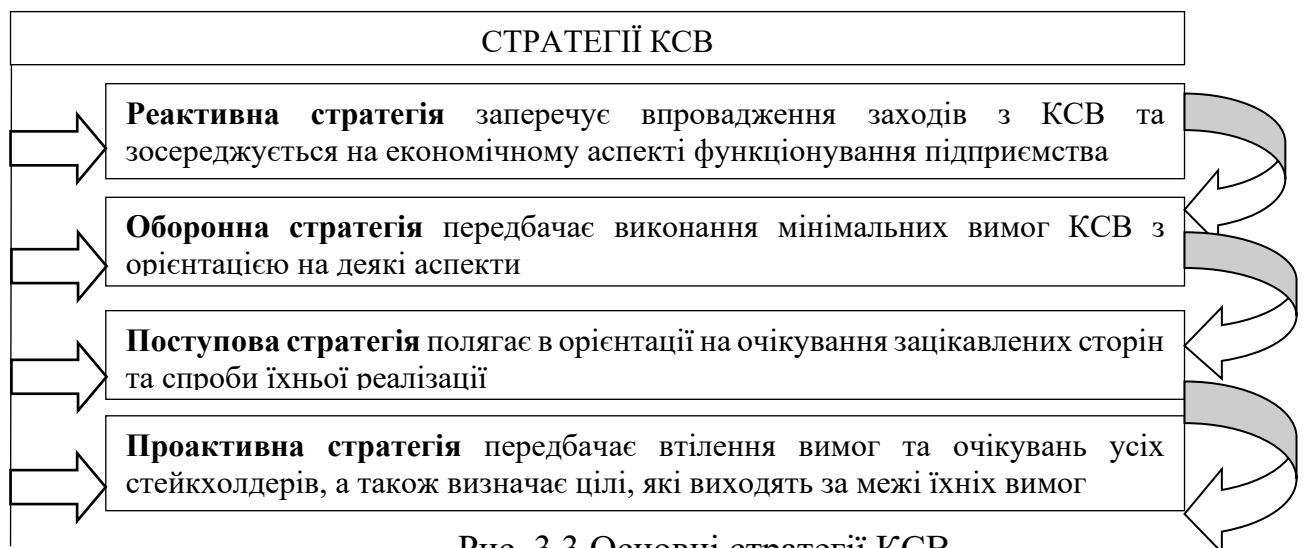


Рис. 3.3. Основні стратегії КСВ

Варто зазначити, що ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я» слід зосередитись на переході від поступливої стратегії до проактивної стратегії. Для цього нами пропонуються наступні напрямки (табл.3.2).

Таблиця 3.2

**Напрямки дій для переходу від поступової до проактивної стратегії КСВ
для ТОВ «Фармацевтична компанія «ЗДОРОВ'Я» ***

№ п/п	Напрямки дій	Кроки до забезпечення	Результат
1	2	3	4
1.	Отримання сертифікату відповідності Міжнародному стандарту Соціальної Відповідальності SA 8000	Етап попередньої перевірки та оцінки системи: Починаючи з цього етапу, ми вкладаємо максимум зусиль у підготовку системи та необхідної документації до сертифікації. Ми ретельно оформляємо заявку на проведення сертифікації системи та виконуємо попередню перевірку та оцінку, щоб гарантувати готовність нашої системи до остаточної перевірки. Крім того, ми укладаємо договір на проведення сертифікації системи, щоб забезпечити прозорий та ефективний процес. Етап остаточної перевірки та оцінки системи: На цьому етапі ми завершуємо підготовку системи до остаточної перевірки та розробляємо програму проведення цієї перевірки, щоб забезпечити її якісне та повне виконання. Проводимо попередню нараду щодо організації на підприємстві перевірки сертифікації системи та саму перевірку органом із сертифікації. Після цього готуємо попередні висновки та проводимо заключну нараду. Завершальним кроком є складання звіту про проведення перевірки на підприємстві та оформлення, реєстрація та видача сертифіката SA 8000 органом із сертифікації у разі позитивного рішення.	- сприяє відповідності міжнародним стандартам і знижує ризик недбалого ставлення до роботи, поганої репутації та судових розглядів. - важлива складова корпоративної ідеології, підтримуючи відданість співробітників, клієнтів та всіх зацікавлених сторін. - дозволяє нам демонструвати високий рівень соціальної відповідальності під час укладання міжнародних договорів та розширення бізнесу як на міжнародному, так і на внутрішньому рівнях

Закінчення табл. 3.2

1	2	3	4
2.	Доєднання до Глобального договору ООН – найбільшої у світі асоціації корпоративна-відповідального бізнесу	1. Напрямок «Екологія»: висадка дерев, прибирання парків міста, збір використаних батарейок. Напрямок «Здоров'я» та «Освіта» продовження своєї діяльності, а саме відкриття безкоштовних діагностичних кабінетів, оснащених сучасним обладнанням та кабінету юридичної консультації; для мінімізації негативного впливу на атмосферне повітря викидів від устаткування цехи підприємства оснащення пилогазоочисними установками; допомога національному фармацевтичному університету тощо. 2. Публікація звітів зі соціальної відповідальності, а також публікація показників звітності відповідно до стандартів GRI (Global Reporting Initiative), які спрямовані на здійснення позитивного впливу на стан довкілля та здоров'я працівників і громади, встановлення зразків прозорої та етичної поведінки	Забезпечення сталого розвитку у сфері екології, здоров'я, освіти та науки, благодійна допомога. Здійснення практики організації взаємовідносин із суспільством, трудових відносин, забезпечення гідної праці, механізмів дотримання прав людини, різних аспектів відповідальності за продукцію тощо

* побудовано автором

У якості економічного заходу, який спрямований не тільки на соціальний ефект, а саме економія енергоресурсів, але і забезпечує економію витрат у роботі запропоновано заміна звичайних люмінесцентних ламп на світлодіодні у стандартних світильниках. У табл. 3.3. подана характеристика існуючого освітлювального обладнання.

Таблиця 3.3

Характеристика існуючого освітлювального обладнання

Тип лампи	Люмінесцентна
Кількість, шт.	300
Потужність, Вт	21,5
Сумарна потужність, кВт	21,5

У табл. 3.4 подана інформація щодо ресурсу роботи ламп, кількості їх замін та витрат щодо їх заміни.

Таблиця 3.4

Інформація щодо заміни люмінесцентних ламп

Характеристика	Показник
Ресурс роботи лампи, годин	10 000
Ресурс роботи лампи, років ¹	1,71
Вартість лампи, грн	70,0
Кількість замін ламп, разів	5
Витрати на заміну ламп щодо світлодіодних, грн.	4500

¹ – виходячи із середньодобової роботи ламп запропоновані світлодіодні аналоги

У табл. 3.5. подана інформація щодо характеристики світлодіодних ламп, їх ресурсу, вартості, кількості.

Таблиця 3.5

Основні характеристики світлодіодних ламп

Характеристика	Показник
Кількість, шт.	500
Потужність, Вт	9
Сумарна потужність, кВт	4,5
Ресурс роботи лампи, годин	50 000
Ресурс роботи лампи, років ¹	8,56
Вартість лампи, грн	100
Заміна ламп, разів	0

¹ – виходячи із середньодобової роботи ламп

Капітальні витрати щодо заміни люмінесцентних ламп на світлодіодні подані у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Капітальні витрати

Характеристика	Показник
Вартість світлодіодних ламп, грн	5 000
Вартість заміни звичайних люмінесцентних ламп на світлодіодні, грн.	25 000
Всього вартість капітальних витрат, грн	30 000

Для розрахунку економії витрат пов'язаних з електроенергією нам необхідно знати параметри енергоспоживання, які подані у табл. 3.7.

Параметри енергоспоживання

Характеристика	Показник
Прогнозне підвищення цін на електроенергію на рік, %	5
Середньодобова робота ламп, годин	16
Вартість електроенергії в 2023 р., грн/кВт-год (Україна) ²	7,00

Розрахунок економії поданий у додатку В.

Отже, пропонуємо ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я» зосередитись на переході від поступливої стратегії до проактивної стратегії. Для цього запропоновані наступні напрямки : отримання сертифікату відповідності Міжнародному стандарту Соціальної Відповідальності SA 8000 та доєднання до Глобального договору ООН – найбільшої у світі асоціації корпоративна-відповідального бізнесу.

У якості економічного заходу, який спрямований не тільки на соціальний ефект, а саме економія енергоресурсів, але і забезпечує економію витрат у роботі запропоновано заміна звичайних люмінесцентних ламп на світлодіодні у стандартних світильниках.

Висновки до розділу 3

Сформульовано коло пропозицій з підвищення рівня соціально відповідальної діяльності компанії, а саме: створення та впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності, спрямованих на підтримку місцевих спільнот та екологічну ініціативу; встановлення внутрішніх стандартів та процедур, що регулюють етичну поведінку співробітників підприємства та взаємодію зі спільнотами; запровадження відкритого та прозорого спілкування з зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів, акціонерів та громадські організації, стосовно стратегій та ініціатив у сфері соціальної

відповідальності; розширення програми добровільних соціальних ініціатив для працівників, що підтримує їх участь у благодійних заходах та допомагає вирішувати соціальні проблеми; підтримка та розвиток ініціатив у сфері освіти, включаючи навчальні програми та стажування, спрямовані на підвищення свідомості про соціальні проблеми та розвиток відповідального підприємництва.

Запропоновано ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я» зосередитись на переході від поступливої стратегії до проактивної стратегії. Для цього запропоновані наступні напрямки : отримання сертифікату відповідності Міжнародному стандарту Соціальної Відповідальності SA 8000 та доєднання до Глобального договору ООН – найбільшої у світі асоціації корпоративна-відповідального бізнесу.

У якості економічного заходу, який спрямований не тільки на соціальний ефект, а саме економія енергоресурсів, але і забезпечує економію витрат у роботі запропоновано заміна звичайних люмінесцентних ламп на світлодіодні у стандартних світильниках.

ВИСНОВКИ

1. Проаналізувавши наукові дослідження та практичний досвід вітчизняних фахівців у сфері соціально відповідальної діяльності фармацевтичних підприємств, можна зробити висновок, що фармацевтичний бізнес має інтегровану соціальну відповідальність. На відміну від багатьох інших галузей економіки, він виявляє значне різноманіття форм соціальної відповідальності.

2. Було проаналізовано різноманітні визначення поняття «соціальна відповідальність» та існуючі концепції соціально відповідальної діяльності, що представлені у науковій, навчальній літературі та нормативно-правових актах. Констатовано, що во всі вони мають загальні риси, що характеризують більшість концепцій соціальної відповідальності. Ключовими ознаками є її добровільний характер та те, що вона виходить за межі законодавчих вимог до діяльності підприємства, перевищуючи їх в своїх діях та ініціативах.

3. Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на усі сфери діяльності, включаючи глобальну торгівлю, транспортування і логістику, а також туризм. Фармацевтична галузь не залишилася осторонь. Сучасні фармацевтичні компанії відзначають, що соціальна відповідальність відіграє значну роль у їхній діяльності як гарантів суспільного здоров'я. Це включає зусилля, спрямовані на задоволення потреб усіх зацікавлених сторін, підтримку сталого екологічного стану та заходи, спрямовані на підтримку соціальної сфери, такі як освітні проекти та допомога малозахищеним верствам населення.

4. Результати дослідження, проведеного Асоціацією менеджерів, показують розбіжність у розумінні корпоративної соціальної відповідальності між менеджерами та населенням. Дослідження пояснює, що для менеджерів важливо внесок у розвиток виробництва та покращення умов праці, тоді як для населення - важлива заробітна плата.

5. Для розвитку корпоративної соціальної відповідальності в українському фармацевтичному бізнесі важливо залучити декількох зацікавлених сторін. Держава повинна виступити взірцем прозорості, впроваджуючи критерії соціальної відповідальності та надаючи відповідні гранти та субсидії. Крім того, вона має активно займатися розробкою національної політики щодо корпоративної соціальної відповідальності для державних компаній, а також дослідженням міжнародного досвіду у цій сфері. Бізнесу важливо активно впроваджувати корпоративну соціальну відповідальність як всередині підприємства, так і за його межами, керуючись міжнародними стандартами.

6. Аналіз господарської діяльності ТОВ «Фармацевтична компанія «ЗДОРОВ'Я» показав, що це одна з провідних фармацевтичних компаній України. До складу підприємства входять 29 підрозділів, шість лабораторій та п'ять цехів.

7. В сучасних умовах головною метою підприємства, незалежно від виду його діяльності та форми власності, є отримання максимального прибутку, що неможливо без ефективного управління ним. Аналіз прибутку підприємства показав, що загальна тенденція за всіма прибутками підприємства має тенденцію к зниженню. Найкращим роком з проаналізованих нами був 2020 р., а 2019 та 2021 роки були нижчими за рівнем всіх прибутків, а саме: валового прибутку, операційного, прибутку до оподаткування та чистого прибутку.

8. Аналіз соціальної відповідальності ТОВ «ФК «ЗДОРОВ'Я» дозволив визначити напрямки соціальної відповідальності, які здійснює підприємство, а саме: соціальна відповідальність перед працівниками; споживча соціальна відповідальність; відповідальність перед громадою; етичні аспекти соціальної відповідальності; сприяння розвитку освіти та культури та участь у вирішенні соціальних проблем.

9. Сформульовано коло пропозицій з підвищення рівня соціально відповідальної діяльності компанії: створення та впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності; встановлення внутрішніх стандартів та процедур, що регулюють етичну поведінку співробітників підприємства та взаємодію зі спільнотами; запровадження відкритого та прозорого спілкування з зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів, акціонерів та громадські організації; розширення програми добровільних соціальних ініціатив для працівників, що підтримує їх участь у благодійних заходах та допомагає вирішувати соціальні проблеми; підтримка та розвиток ініціатив у сфері освіти, включаючи навчальні програми та стажування, спрямовані на підвищення свідомості про соціальні проблеми та розвиток відповідального підприємництва.

10. Запропоновано ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я» зосередитись на переході від поступливої стратегії до проактивної стратегії. Для цього запропоновані наступні напрямки : отримання сертифікату відповідності Міжнародному стандарту Соціальної Відповідальності SA 8000 та доєднання до Глобального договору ООН – найбільшої у світі асоціації корпоративна-відповідального бізнесу.

11. У якості економічного заходу, який спрямований не тільки на соціальний ефект, а саме економія енергоресурсів, але і забезпечує економію витрат у роботі запропоновано заміна звичайних люмінесцентних ламп на світлодіодні у стандартних світильниках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : монографія. Київ : НТУУ «КПІ», 2013. 275 с.
2. Баюра Д. О. Концептуальні засади механізму формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9(135). С. 151–157.
3. Баюра Д. О. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 22–30.
4. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. *Вісник Української академії банківської справи*. 2012. № 1(32). С. 97–101.
5. Братішко Ю. С. Теоретичні та практичні підходи до управління системою соціальної відповідальності у фармації : дис. ... д-ра фармацевт. наук : 15.00.01 / НФаУ. Харків : НФаУ, 2021. 320 с.
6. Власова Т. Р. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та тенденції. *Вісник Чернівецького торговельно–економічного інституту. Серія: Економічні науки*. 2013. № 1. С. 52–57.
7. Войнаренко М. П. Рекомендації щодо оцінювання рівня корпоративної культури на підприємствах машинобудування. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. № 1(1). С. 66–71.
8. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія. Ніжин : Вид-во Лисенко М. М., 2011. 175 с.
9. Гончар О. І. Корпоративна соціальна відповідальність – сучасний вектор розвитку підприємницького потенціалу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Т. 3, № 6. С. 74–80.
10. Городецька І. Я., Левицька О. Р., Ткаченко Н. О. Аналіз практик корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних виробничих

фармацевтичних підприємств. *Annals of Mechnikov Institute*. 2023. № 1. Р. 68–75.
URL: www.imiamn.org.ua/journal.htm (дата звернення: 16.05.2024).

11. Діагностика стану та перспективи розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / О. Ф. Новікова та ін. Донецьк, 2013. 296 с.

12. Длугопольський О. В., Олійник Д. М. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2020. № 2(6). Р. 265–273.

13. Затеїщикова О. О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 200–205.

14. Звонар В. П. Аутсорсінгова модель реалізації корпоративної соціальної відповідальності. *Демографія та соціальна економіка*. 2009. № 2. С. 123–131.

15. Зеленко О. О. Моніторинг трансформації суспільства на засадах соціального діалогу з метою соціально-економічного розвитку регіонів країни. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 444–448.

16. Карпюк З., Крупський О., Стасюк Ю. Перспективи розвитку соціальної відповідальності на основі досвіду світових фармацевтичних компаній. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. № 1(69). С. 136–151.

17. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 9. С. 134–139.

18. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2013. № 2 (6). С. 6–16.

19. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність та аудит як сучасні інститути і технології соціального розвитку. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 3. С. 3–9.

20. Колот А. М. Сучасна філософія соціальної відповідальності: еволюція

поглядів. *Україна: аспекти праці*. 2013. № 8. С. 3–17.

21. Кравченко В. О. Роль іміджу в створенні конкурентних переваг підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. № 6(248). С. 70–83.

22. Місько Г. А. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність операційної діяльності підприємства. *Вісник соціально–економічних досліджень*. 2009. № 36. С. 113–119.

23. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність : монографія / за ред. Г. Ф. Хоружий. Київ : УБС НБУ, 2009. 255 с.

24. Нижник В. М. Підвищення ефективності соціальної політики як чинника входження України до ЄС. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Т. 1, № 5. С. 183–186.

25. Носова О. В. Корпоративна соціальна відповідальність: модель в Німеччині. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Економічна*. 2017. № 92. С. 11–21.

26. Орлова Н. С., Харламова А. О. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні : монографія. Київ : Кондор, 2014. 278 с.

27. Павликівська О. І. Генезис розвитку теорії та практики соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*. 2017. № 8. С. 91–95.

28. Павликівська О. І. Закономірності розвитку та реалізації концепції соціальної відповідальності. *Соціально–економічні проблеми і держава*. 2017. № 2(17). С. 115–125.

29. Павликівська О. І. Основні поняття та принципи організації соціально відповідальної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 487–491.

30. Павликівська О. І. Особливості нормативно–правового забезпечення

соціально відповідальної діяльності. *Бізнес Інформ*. 2018. № 1. С. 296–301.

31. Петрашко Л. П. Корпоративна відповідальність: крос–культурні моделі та бізнес–практики : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 343 с.

32. Петроє О. М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики : монографія. Київ : ЦУЛ, 2008. 152 с.

33. Поплавська О. В. Вплив корупції на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 4. С. 59–62.

34. Поплавська О. В. Вплив стратегії соціальної відповідальності на діяльність підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. № 4. С. 82–85.

35. Поплавська О. В. Дослідження ефективності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. № 5. С. 198–203.

36. Руденко М. В. Управління підприємствами з урахуванням позицій зацікавлених сторін. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. № 29. С. 103–109.

37. Сабецька Т. І. Сфери та напрями реалізації соціальної відповідальності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. № 15. С. 97–101.

38. Савченко І. Г. Ціннісний вимір соціальної відповідальності в демократичній державі. Харків : ХНУВС, 2008. 199 с.

39. Самофалова Т. О. Соціальна відповідальність бізнесу як об’єктивна категорія соціально–економічної системи. *Теорія та практика державного управління*. 2011. № 2. С. 214–220.

40. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / за заг. ред. А. М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.

41. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія /

за наук. ред. А. М. Колота. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.

42. Соціально–трудові відносини: проблеми гармонізації : монографія / за ред. М. В. Семикіної. Кіровоград : КНТУ, 2012. 300 с.

43. Супрун Н. А. Інститут корпоративної соціальної відповідальності: принципи, завдання та пріоритети розвитку. *Наукові праці ДонНТУ*. 2011. № 40(2). С. 190–197.

44. Управління фінансами суб'єктів господарювання в умовах глобальної трансформації : монографія / за ред. І. С. Гуцала. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. 484 с.

45. Фірсова С. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка*. 2011. № 121. С. 73–76.

46. Хміль Ф. І. Соціальна відповідальність підприємництва в Україні. *Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ»*. 2004. № 1. С. 24–30.

47. Carroll A. B. The Pyramids of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business and Horizons*. 1991. Vol. 34, № 4. P. 39–48.

48. Carty V. Technology and Counter-Hegemonic Movements: The Case of Nike Corporation Social Movement Studies. *Journal of social, cultural and political protest*. 2002. Vol. 1, № 2. P. 129–146.

49. D'Anselmi P. Values and Stakeholders in an Era of Social Responsibility. New York : Free Press, 2011. № 5. 27 p.

50. Donaldson T. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*. 1995. Vol 20, № 1. P. 65–91.

51. Elisabet Garriga. Domènec Melé Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories. *Journal of Business Ethics*. 2004. № 53. P. 51–71.

52. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*. 1970. Vol. 13. P. 126.
53. Jones T. Convergent Stakeholder Theory. *Academy of Management Review*. 1999. № 4. P. 887–910.
54. Scopus.com : веб–сайт. Пошук документів за словосполученням «corporate social responsibility». 2022.
URL: <https://www.elsevier.com/products/scopus> (дата звернення: 16.05.2024).
55. Spence L. The Forgotten Stakeholder? Ethics and Social Responsibility in Relation to Competitors. *Business and Society Review*. 2001. Vol. 106, № 4. P. 331–352.

ДОДАТКИ

Генезис формування категорії «соціальна відповідальність» підприємства

Автор	Визначення категорії «соціальна відповідальність»
Боуен Г. С.	Соціальна відповідальність бізнесу – це реалізація тієї політики, прийняття таких рішень, або дотримання такої лінії поведінки, які були б бажані з позиції цілей та цінностей суспільства
Керролл А.	Корпоративна соціальна відповідальність – відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, які висувуються суспільством організації у певний час
Business for Social Responsibility	Соціальна відповідальність бізнесу – досягнення ділового успіху при одночасному поважному відношенні до етичних норм, громадянського суспільства та навколишнього природного середовища. Корпоративна соціальна відповідальність вимагає прийняття рішень відповідно до законодавчих, етичних, комерційних та інших вимог до бізнесу з боку суспільства, а також із врахуванням потреб усіх основних стейкхолдерів
Конфедерація роботодавців України	Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально-спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища
Котлер Ф., Ненсі Лі	Корпоративна соціальна відповідальність – вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту місцевої громади за допомогою відповідного підходу до ведення бізнесу і надання корпоративних ресурсів
Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні	Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні соціальних проблем
Соціальна відповідальність (social responsibility) Міжнародний стандарт ISO 26000:2010	Відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яке сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки та інтегровано у діяльність всієї організації і застосовується в її взаєминах із стейкхолдерами
Грішнова О. А.	Соціальна відповідальність – це відповідальність суб'єкта громадянського суспільства (держави, владних структур, підприємств, інституцій, громадян) за інтегровану суспільну корисність їхньої діяльності. Тобто соціально відповідальною є діяльність, в якій використовуються лише такі способи досягнення цілей, які не завдають шкоди людям, природі, суспільству

Грицина Л. А.	Корпоративна соціальна відповідальність підприємства – це його добровільна діяльність, яка перевищує визначені у законодавстві вимоги до роботи підприємства та охоплює екологічну, суспільну, трудову та економічну сфери відповідальності перед навколишнім середовищем, суспільством в цілому, територіальними громадами, працівниками, постачальниками, споживачами, акціонерами
Престон Л., Сакс С.	Корпоративна соціальна відповідальність характеризується, в рамках концепції зацікавлених сторін, як взаємодія компанії із стейкхолдерами, які виступають джерелом відносин, розвиток яких полягає в збалансованій раціональній відповіді компанії на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін. Така поведінка дає можливість генерувати блага для них впродовж тривалого часу та виступає основою сталого розвитку
Березіна О. Ю.	Соціальна відповідальність корпорацій – це соціально-економічний інститут, що функціонує як відкрита система, в рамках якого будується процес взаємодії корпорації та її стейкхолдерів, що сприяє скороченню трансакційних витрат, розв'язанню конфлікту інтересів та набуттю корпорацією стійких конкурентних переваг шляхом використання соціальних інвестицій, соціального партнерства, соціальної звітності, дивідендної політики, комунікацій
Черних О. В.	Соціальна відповідальність великих підприємств – це діяльність їх власників та керівників з виконання законодавчо визначених норм та добровільного вирішення соціальних питань суспільства, з метою спрямування частини доходу на підтримку та розвиток об'єктів соціальної інфраструктури, соціальної сфери території присутності, задоволення потреб основних стейкхолдерів, екологічних програм
Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні	Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах

Додаток Б

**Результати контент-аналізу інформаційного наповнення сайтів вітчизняних
виробничих фармацевтичних підприємств щодо корпоративної соціальної
відповідальності***

Назва вітчизняного виробничого ФП	Наявність окремої рубрики “СВ”		Інформ ація про окремі заходи соціаль ного спрямув ання в інших рубрика х сайту	Акту альні сть інфо рмаці ї	Інформаці я структур ована і системат изована	Наяв ність звіті в про КСВ	Наявність інформації про екологічні та соціальні аспекти діяльності у консолідова ному звіту про управління	Всього,%
	гол овн а стор інка сай ту	розділ и «Про нас» чи «Про компанію»						
1. АТ «Фармак»	+	-	+	+	+	+	+	100
2. ПрАТ «ФК «Дарниця»	-	+	+	+	+	-	-	57
3. Корпорація «Артеріум»	+	-	+	-	+	+	+	71
4. АТ «Київський вітамінний завод»	-	-	+	-	-	-	+	28,6
5. ТОВ «Кусум фарм»	-	-	+	+	-	-	+	42,8
6. ТОВ «ФК «Здоров'я»	-	+	-	-	+	-	+	42,8
7. ТОВ «Юрія – Фарм»	-	+	+	+	-	-	-	42,8
8. ТДВ «ІнтерХім»	-	+	+	+	-	-	-	42,8
9. ПАТ НВЦ «Борщагівськ ий ХФЗ»	-	+	+	+	+	+	+	85,7

*Джерело [12]

Додаток В

Період експлуатації	Вартість 1 кВт-год, грн	Люмінесцентні лампи			Світлодіодні лампи				Економія, грн ⁵
		Споживання, кВт-год ¹	Витрати на електроенергію, грн	Всього, грн ²	Споживання, кВт-год	Споживання системи охолодження, кВт-год ³	Витрати на електроенергію, грн	Всього, грн ⁴	
1-й рік	7	125560	878 920	879 270	52 560	-4 800	367920	367920	511 350
2-й рік	7,35	125560	922 866	923 006	52 560	-4 800	386316	386316	536 690

¹ – Розраховується за формулою: “Споживання, кВт-год” = “Сумарна потужність, кВт” х “Середньодобова робота ламп, год” х “365 днів”.

² – Розраховується за формулою: “Всього, грн” = “Витрати на електроенергію на рік, грн” + “Витрати на заміну ламп на рік” + “Всього за минулий рік, грн”.

³ – Розраховується за формулою : “Споживання системи охолодження, кВт-год = “Потужність, що вивільняється, кВт” / “Коефіцієнт перетворення кондиціонерів 2,5” х “Середньодобова робота ламп, годин” х “60 днів”.

⁴ – Розраховується за формулою : “Всього, грн” = “Вартість капітальних витрат, грн” + “Витрати на електроенергію на рік, грн” + “Всього за минулий рік, грн”.

⁵ – Розраховується за формулою : “Економія, грн” = “Витрати на електроенергію на ілюмінесцентні лампи, грн” + “Витрати на заміну ламп на рік” – “Витрати на електроенергію на рік світлодіодних ламп, грн” + “Економія за минулий рік, грн”.