

УДК 330
DOI: 10.53920/ES-2021-2-6

Олена Вадимівна КОЗИРЄВА

Національний фармацевтичний університет
ORCID ID: 0000-0002-2014-4584
e-mail: management@nuph.edu.ua

Ольга Вікторівна ПОСИЛКІНА

Національний фармацевтичний університет
ORCID ID: 0000-0003-4529-4332
e-mail: o.posilkina@gmail.com

Світлана Миколаївна КОВАЛЕНКО

Національний фармацевтичний університет
ORCID ID: 0000-0001-9473-685X
e-mail: svetlana_kovalenko@ukr.net

Юлія Сергіївна БРАТИШКО

Національний фармацевтичний університет
ORCID ID: 0000-0002-3831-8722
e-mail: bratishko1411@gmail.com

Олена Вячеславна ЛІТВИНОВА

Національний фармацевтичний університет
ORCID ID: 0000-0003-1578-7398
e-mail: hlitvinova@gmail.com

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ФАРМАЦІЇ

Наукові дослідження присвячені розробці теоретичних, методичних і науково-практичних засад управління соціально відповідальною діяльністю вітчизняних фармацевтичних компаній як найважливішої умови підвищення якості, ефективності та доступності фармацевтичного забезпечення населення, що набуває особливої актуальності в умовах світової пандемії, закриття державних кордонів і порушення бізнес зв'язків вітчизняних фармацевтичних компаній із закордонними партнерами. До того ж впровадження підходів та інструментів соціально відповідального менеджменту у діяльність вітчизняних фармацевтичних компаній сприятиме зростанню їх інвестиційної привабливості і покращенню ділової репутації, що позитивно впливатиме на підвищення їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і зовнішньому фармацевтичному ринках.

Ключові слова: управління соціальною відповідальністю, фармацевтичний менеджмент, конкурентоспроможність, фармацевтичний ринок.

Olena KOZYRIEVA, Olga POSILKINA,

Svitlana KOVALENKO, Yuliia BRATISHKO, Elena LITVINOVA

National University of Pharmacy

MODERN APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY SYSTEM IN PHARMACY

Research is devoted to the development of theoretical, methodological and scientific-practical principles of management of socially responsible activities of domestic pharmaceutical companies as a key condition for improving the quality, efficiency and accessibility of pharmaceutical supply, which is especially relevant

in a global pandemic, closing state borders and domestic pharmaceutical companies with foreign partners. In addition, the introduction of approaches and tools of socially responsible management in the activities of domestic pharmaceutical companies will increase their investment attractiveness and improve their business reputation, which will have a positive impact on increasing their competitiveness in both domestic and foreign pharmaceutical markets.

In the conditions of development of globalization and integration processes, formation of network economy and knowledge society, rapid expansion and complication of interrelations of national economies and people, growth of their interdependence the problem of socially responsible functioning of business, including based on the introduction of international standards of social responsibility (JI). The coronavirus pandemic (COVID-19) has also significantly changed attitudes toward company priorities around the world. The global pharmaceutical industry was one of the first to feel the effects of the closure of China's economy, which accounts for about 40% of world production of active pharmaceutical ingredients (APIs), and other raw material suppliers. The closure of borders and the long-term quarantine regime have posed significant threats not only to the supply chain for pharmaceutical manufacturers, but have also seriously affected the efficiency of pharmacy as a whole. There was a decrease in sales of prescription drugs (drugs), which complicates the withdrawal of new drugs and stimulates changes in the distribution system. The research activities of pharmaceutical companies (FCs) in non-COVID-19 areas have slowed significantly due to the pandemic. Most clinical trials have had to be suspended due to quarantine restrictions, which are slowing the launch of new drugs. Thus, the pandemic disrupted the normal functioning of all components of domestic pharmacy and exacerbated the problem of access to the population of quality pharmaceutical care. The current situation in domestic and international pharmacy should be a major impetus for a complete rethinking of the philosophy of FC, which in these difficult times must finally realize its own great JI, and begin to build more transparent, open, innovative and socially caring. Only the actions of the FC, as socially responsible organizations, will create hope for the survival not only of individual companies, but also of domestic pharmacy as a whole, and, accordingly, to preserve the health of the population of Ukraine.

Key words: *social responsibility management, pharmaceutical management, competitiveness, pharmaceutical market.*

JEL Classification: D70, Q32, R11

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Наукові дослідження присвячені розробці теоретичних, методичних і науково-практичних засад управління соціально відповідальною діяльністю вітчизняних фармацевтичних компаній як найважливішої умови підвищення якості, ефективності та доступності фармацевтичного забезпечення населення, що набуває особливої актуальності в умовах світової пандемії, закриття державних кордонів і порушення бізнес зв'язків вітчизняних фармацевтичних компаній із закордонними партнерами. До того ж впровадження підходів та інструментів соціально відповідального менеджменту у діяльність вітчизняних фармацевтичних компаній сприятиме зростанню їх інвестиційної привабливості і покращенню ділової репутації, що позитивно впливатиме на

підвищення їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і зовнішньому фармацевтичному ринках.

В умовах розвитку глобалізаційних та інтеграційних процесів, становлення мережевої економіки і суспільства знань, стрімкого розширення та ускладнення взаємозв'язків національних господарств і людей, зростання їх взаємозалежності особливої уваги набуває проблема соціально відповідального функціонування бізнесу, у т.ч. на основі запровадження міжнародних стандартів соціальної відповідальності (СВ).

Пандемія коронавірусної хвороби (COVID-19) також суттєво вплинула на зміну поглядів щодо пріоритетів діяльності компаній у всьому світі. Глобальна фармацевтична галузь одна з перших відчула наслідки закриття економіки Китаю, на який припадає близько 40% світового виробництва активних фармацевтичних інгредієнтів (АФІ), та інших країн постачальників сировини. Закриття кордонів і режим тривалого карантину створили суттєві загрози не тільки в ланцюжку постачань для фармацевтичних виробників, а і серйозно вплинули на ефективність функціонування фармації в цілому. Відбулося зниження продажів рецептурних лікарських засобів (ЛЗ), що ускладнює виведення нових препаратів і стимулює зміни в дистрибуційній системі. Дослідницька діяльність фармацевтичних компаній (ФК) у напрямках, не пов'язаних із COVID-19, істотно сповільнилася під впливом пандемії. Більшість клінічних досліджень довелося призупинити через обмеження карантину, що сповільнює виведення нових лікарських препаратів на ринок. Отже, пандемія порушила нормальне функціонування всіх складових вітчизняної фармації і загострила проблему доступності для населення якісної фармацевтичної допомоги. Ситуація, яка сьогодні склалася у вітчизняній і світовій фармації, повинна стати серйозним поштовхом для повного переосмислення філософії діяльності ФК, які в ці важкі часи повинні нарешті усвідомити велику власну СВ, та почати вибудовувати діяльність більш прозоро, відкрито, інноваційно спрямовано та соціально турботливо. Лише дії ФК, як соціально відповідальних організацій, будуть створювати надію на виживання не тільки окремих компаній, але й вітчизняної фармації в цілому, а відповідно і збереження здоров'я населення України.

Аналіз досліджень та публікацій

Дослідженнями різних аспектів управління соціально відповідальною діяльністю (СВД) суб'єктів фармацевтичного ринку (СФР) займалися такі науковці: Галій Л., Громовик Б., Євтушенко О., Зарічкова М., Кабачна А., Книш Є., Котвіцька А., Мнушко З., Немченко А., Посилкіна О., Слободянюк М., Ткаченко Н., Толочко В., Артюх Т., Волкова А., Суріков О., Червоненко Н., Черкашина А., Чмихало Н. та ін. Але, незважаючи на значний науковий наробок цих вчених, не вирішеними залишаються питання формування, організаційного забезпечення, оцінки та розвитку системи соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (СВФБ). З огляду на зростаючу роль в умовах сьогодення СВД ФК у всьому світі, а також для пошуку шляхів вирішення існуючих проблем щодо СВФБ актуальними є дослідження щодо розробки методологічних, методичних і науково-практичних засад побудови системи управління СВД СФР. Вищезазначене зумовило актуальність теми, мету, завдання, структуру та логічну побудову досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є розробка теоретичних, методичних і науково-практичних засад управління СВД ФК в Україні для зростання соціальної

спрямованості їх діяльності, інвестиційної привабливості і конкурентоспроможності, що сприятиме підвищенню якості, ефективності і доступності фармацевтичного забезпечення населення України.

Об'єкти дослідження: соціально спрямована діяльність вітчизняних і зарубіжних ФК та ЗВО медичного та фармацевтичного профілю; чинна нормативно-правова база, міжнародні та вітчизняні регуляторні та нормативні документи у сфері трудового, екологічного, господарського законодавства; статистичні та відомчі дані МОЗ України, облікові дані, анкети фахівців – експертів з управління розвитком ФК, спеціалістів в галузі фармації.

Предмет дослідження. Теоретичні, методичні та науково-практичні підходи та організаційно-правові засади управління СВД у фармації з урахуванням євроінтеграційних процесів; методики оцінки корпоративної соціальної відповідальності (КСВ); алгоритми та моделі управління КСВ; методичні підходи до ідентифікації ризиків СВ; освітні програми та плани підготовки фахівців із СВ.

Методи дослідження. При виконанні роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, зокрема, системний, контент-аналіз, наукового синтезу, логічного узагальнення, порівняльного аналізу, метод моніторингу, вимірювання, статистичний аналіз та ін. Накопичення, коригування, систематизація інформації отриманих результатів здійснювалися в електронних таблицях Microsoft Office Excel. Візуалізація результатів здійснювалася за допомогою програми Microsoft Office Visio. Статистичний аналіз проводився з використанням програм Statistica та Grafikus.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні нових та поглибленні існуючих теоретичних і науково-практичних підходів, що спрямовані на розв'язування актуальної наукової проблеми – розробку методологічних і методичних засад побудови системи СВ у фармації на різних рівнях управління, в основу якої покладено розуміння необхідності збалансування інтересів споживачів ЛЗ, ФК та аптечних закладів, суспільства і держави для підвищення доступності ЛЗ і надання пацієнтам належної фармацевтичної допомоги, з одного боку, і створення умов для сталого розвитку СФР, з іншого.

Виклад основного матеріалу

Позитивний досвід ведення соціально відповідального бізнесу закордонними ФК зумовив позитивну динаміку розвитку СВ серед вітчизняних ФП. Прагнення вітчизняних ФП вийти на міжнародний фармацевтичний ринок стимулює їх до будівництва власної діяльності у відповідності до міжнародних вимог.

Розпочинаючи аналіз феномену КСВ як актуального явища розвитку фармацевтичного бізнесу, необхідно звернутися до його витоків, що сприятиме формуванню і подальшому розвитку методологічних основ концепції СВФБ. Аналіз еволюції теорій щодо розуміння сутності та змістових характеристик КСВ показує, що протягом декількох десятиліть вчені розробляли й удосконалювали цю концепцію (рис. 1), що і створює теоретичну основу побудови сучасної системи СВФБ. Найважливішим методологічним принципом побудови сучасної, адаптованої до міжнародних стандартів системи СВФБ, є розуміння необхідності її інтеграції в систему СВ в країні. До того ж необхідним є формування модельної бази СВФБ з урахуванням національних особливостей та наявних соціально-економічних умов функціонування ФК в Україні. Нами визначені специфічні характеристики національної моделі СВ, які сформувалися

під впливом євроінтеграційних процесів, що відбуваються сьогодні в Україні (рис. 2).

Дана модель об'єднує сучасний світовий (європейський, американський, азійський) досвід формування КСВ та відображає концептуальні спрямування її подальшого розвитку згідно з вимогами міжнародних стандартів. Наведена модель дає розуміння рівня КСВ та її напрямків, які сформувались на сьогодні в Україні. Тобто українська модель СВ на даний час майже повністю зорієнтована на забезпечення базового рівня КСВ, який полягає у чіткому (обов'язковому) дотриманні чинного національного законодавства у сфері якості, дотриманні податкового, екологічного, трудового законодавства, законодавства у сфері вищої освіти та охорони здоров'я, але все що «понад» цього базового рівня, тобто те, що є «добровільним», ФК реалізують за власним вибором.



Рис. 1 Сукупність теорій корпоративної соціальної відповідальності, які утворюють теоретичне підґрунтя формування сучасної концепції соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (узагальнено на підставі джерел)

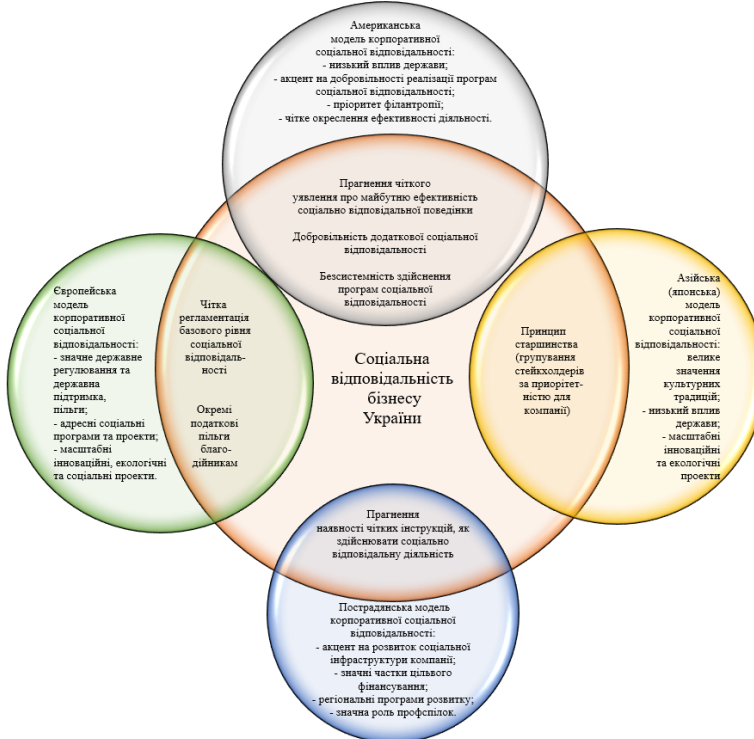


Рис. 2. Характеристика особливостей на національній моделі соціальної відповідальності (власна розробка)

Національною особливістю є те, що сьогодні деякі вітчизняні ФК виявляють бажання мати чіткі інструкції до реалізації соціально відповідальної діяльності, бо вони звикли виконувати чіткі інструкції держави, міністерств та відомств у своїй поточній діяльності, тому і на цю сферу функціонування ними переноситься такий самий підхід. А СВ за своєю природою є індивідуальною для кожної ФК. Свій неохочий перехід до реалізації програм додаткової СВ вітчизняні ФК найчастіше пояснюють відсутністю достатнього фінансового потенціалу та бажанням забезпечити фінансово міцну поточну діяльність. До того ж на теперішній час довгострокові інноваційні та соціальні проекти українськими ФК реалізуються фрагментарно. Але тут існує значне протиріччя між причинами та наслідками. У вітчизняних ФК недостатньо розвинута соціально відповідальна діяльність через брак фінансових ресурсів, чи навпаки – існує брак фінансових ресурсів через в середньому низьку додаткову соціальну відповідальність українських ФК? Якщо змінити акценти з того, що є первинним, а що вторинним, то і розуміння значення КСВ приходить само собою. Постулатом для ФК має стати позиція: щоб бути інвестиційно привабливою, конкурентоспроможною компанією із бездоганною репутацією завтра необхідно бути соціально відповідальною ФК вже сьогодні.

Проведені нами дослідження дозволили визначити наукові принципи, на які повинна опиратися система управління СВФБ в Україні, зважаючи на загальносвітові тенденції і вимоги міжнародних стандартів:

1) принцип дії на засадах абсолютної добровільності – тобто ФК мають самостійно, без відчуття зовнішнього тиску повністю прийняти бізнес позицію функціонування на благо суспільства, не тому, що цього вимагають зовнішні фактори, а тому, що вони самі розуміють величезну силу впливу власної діяльності на людство;

2) комплексність – тобто ФК повинні бути соціально відповідальними у всіх сферах, як зовнішній, так і внутрішній. Не допустимо, наприклад, бути відповідальним перед споживачами за якість, цінову та фізичну доступність ЛЗ і одночасно нехтувати соціальними інтересами персоналу, досягаючи зниження собівартості продукції за рахунок зниження заробітної плати або не надаючи йому конкурентного соціального пакету, або перевантажуючи персонал;

3) системність – тобто ФК як соціально відповідальні організації, повинні розуміти взаємозв'язок соціально відповідальної, господарської, фінансової, інноваційної, інвестиційної, маркетингової, логістичної складової власної діяльності, як єдиної цілісної системи, «системного організму», з якого неможливо вичленити якийсь окремий напрям, не зачіпаючи інший;

4) перманентність – не просто довготривала, а постійна, стабільна реалізація ФК соціально відповідальних проектів та програм;

5) вагомість – інвестування достатніх ресурсів ФК у власний соціально-інноваційний розвиток;

6) відкритість, прозорість та публічність – повне розкриття та активне розповсюдження інформації про напрямки соціально відповідальної діяльності ФК шляхом регулярного ініціативного складання соціальної (нефінансової) звітності і представлення компанії в інформаційному середовищі, ведення корпоративного дайджесту, тісна взаємодія із засобами масової інформації, інфлюенсерами, активне представлення компанії та результатів її соціально відповідальної діяльності у соціальних мережах;

7) адресність соціальної підтримки – всю соціально відповідальну діяльність, соціальні програми та проекти ФК повинні надавати конкретній групі стейкхолдерів, або навіть окремій особі. Соціальна підтримка повинна здійснюватися за критерієм «від кого» і «до кого», тоді ФК мають змогу досліджувати її ефективність завдяки прослідковуванню шляху цих дій та заходів;

8) різноманітність форм, методів та напрямів реалізації – тобто ФК повинні самостійно обирати інструменти здійснення соціально відповідальної діяльності серед будь яких доступних їм, та можуть у будь який спосіб їх комбінувати, змінювати їх перелік, модернізувати, удосконалювати, пристосовувати, виходячи із власних цілей, власного потенціалу та спрямовувати їх на обраних стейкхолдерів;

9) самоаналіз та самоаудит – під час здійснення соціально відповідальної діяльності ФК повинні безперервно проводити моніторинг власної діяльності, який сприяє отриманню актуальної інформації про стан її реалізації та дозволяє вчасно діагностувати проблеми;

10) самостандартизація – тобто, керуючись міжнародними стандартами, рекомендаціями, положеннями, ФК повинні самостійно розробляти

власну політику у сфері КСВ, крокуючи шляхом постійного вдосконалення власної діяльності;

11) принцип партнерської взаємної вигоди – один із основоположних принципів КСВ, який дає розуміння, що соціальна відповідальність не є «грою в одні ворота». ФК, які вирішили йти шляхом соціально відповідальної діяльності, отримують великий спектр зисків, які торкаються довготривалого, стратегічного забезпечення власної конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, інноваційного соціально-економічного сталого розвитку. Тобто розуміння того що реалізація моделі СВФБ – це вигідно для всіх учасників цього процесу, бо внаслідок її реалізації ФК здатні підвищити власну соціально-економічну ефективність (збільшення результативності фінансово-господарської діяльності за рахунок підвищення лояльності споживачів, лікарів, пацієнтів; стабільність поточного забезпечення діяльності за рахунок партнерських відносин із постачальниками фармацевтичної сировини та субстанцій; збільшення ефективності управління фармацевтичним персоналом за рахунок підвищення його лояльності та зміцнення корпоративної культури; збільшення надходжень інвестиційного капіталу за рахунок укріплення партнерських відносин із фінансово-кредитними установами, інвестиційними фондами, приватними акціонерами; збільшення ефективності інноваційної діяльності за рахунок партнерства із науковими установами, закладами вищої освіти, лабораторіями та базами клінічних досліджень; підвищення державної та регіональної підтримки за рахунок зміцнення приватно-державного партнерства; формування гідної ділової репутації). Хоча і у довгостроковому періоді, але ці мотиви є принциповими для визначення безальтернативної необхідності для ФК бути ще більш соціально відповідальними;

12) антикорупційний принцип – ФК повинні діяти чесно, відкрито, прозоро і лише у межах правового поля, викоринюючи явище корупції як у національному, та к і у глобальному масштабі;

13) принцип доброчесної конкуренції – ФК повинні діяти у відповідності да антимонопольного законодавства, бути максимально чемними по відношенню до конкурентів, діяти лише у межах правового поля, викоринюючи явище економічного шпіонажу.

14) принцип консолідованої соціальної відповідальності, який полягає в розумінні всіма ФК того, що лише за умов дотримання всіма суб'єктами фармацевтичної галузі базового рівня СВ в країні можна побудувати ефективну і відповідну вимогам міжнародних стандартів систему фармацевтичного забезпечення населення.

Виходячи з означених методологічних принципів нами побудована концептуальна модель СВФБ в нових умовах господарювання: розвитку глобалізаційних та інтеграційних процесів, наслідком яких стає в т.ч. і загроза пандемій, певної вичерпаності (обмеженості) ресурсів, інформатизації суспільства і цифровізації економіки, зростання ролі людського капіталу в умовах загострення конкурентної боротьби не тільки між окремими компаніями, а між державами тощо (рис. 3).

У моделі номерами проставлені визначені нами методологічні принципи побудови системи СВФБ. Завдяки реалізації зазначених наукових принципів будь який СФР у власній соціально відповідальній еволюції має пройти певні етапи розвитку: від відповідального фармацевтичного виробника (рівень відповідальності перед споживачами, пацієнтами, лікарями, фармацевтами, провізорами), постачальника фармацевтичної сировини та субстанцій,

відповідального надавача фармацевтичної допомоги до відповідального суб'єкта, який діє у межах правового поля (рівень відповідальності перед державою, місцевою владою, контролюючими органами, інвесторами, фінансово-кредитними установами, місцевим співтовариством, засобами масової інформації, суспільством в цілому), потім до відповідального бізнес партнера та роботодавця (рівень відповідальності перед персоналом, акціонерами, власниками, постачальниками, конкурентами), потім до відповідального інноватора, активного учасника інноваційного розвитку шляхом впровадження інноваційних ЛЗ, проводячи відповідні наукові дослідження (рівень відповідальності перед суспільством, науковими установами, закладами вищої професійної освіти), до соціально відповідальної компанії, яка добровільно взяла на себе додаткові зобов'язання перед прийдешніми поколіннями.

Тому СВ має бути адитивною з огляду на формування ефективного ланцюга фармацевтичного забезпечення населення (рис. 4), тобто має складатися із:

- СВ фармацевтичного персоналу (особистісний рівень (нанорівень) СВ);

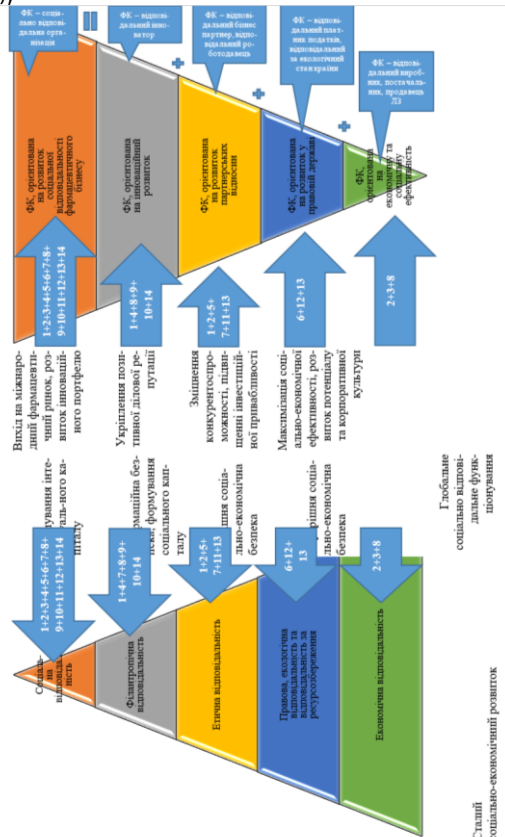


Рис. 3 Концептуальна рівнева модель соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу в умовах розвитку глобалізаційних і інтеграційних процесів (власна розробка)

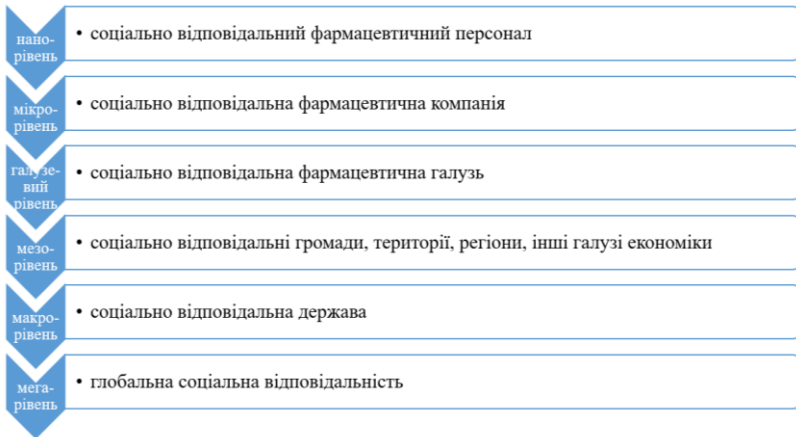


Рис. 4 Рівні формування соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (власна розробка)

- СВ окремої ФК (мікрорівень соціальної відповідальності – фармацевтичні виробники, підприємства-виробники субстанцій, ветеринарних препаратів, лікувальних косметичних засобів, дієтичних добавок тощо; підприємства, які здійснюють оптову та роздрібну реалізацію цієї продукції; наукові заклади, які виконують науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки зі створення нових ЛЗ, технологічних процесів, обладнання та методів контролю якості; навчальні заклади, які здійснюють підготовку та перепідготовку фахівців для потреб галузі, а також організації та установи, які формують і реалізують інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності компаній);

- СВ керівників системи охорони здоров'я на регіональному рівні, професійних громадських організацій, закладів охорони здоров'я і ФК, які діють на визначеній території (мезорівень);

- СВ фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я в цілому (галузевий рівень відповідальності) – керівних органів системи охорони здоров'я (фармації) і персональної відповідальності керівників галузі і громадських професійних (за фармацевтичним профілем) організацій;

- СВ держави в цілому (макрорівень);

- глобальної СВФБ (мегарівень).

Тому важливо зрозуміти, що СВ як явище може існувати лише у вільному середовищі і можлива лише для вільних у своїх діях суб'єктів, які при цьому неухильно і свідомо дотримуються закону, прав людини, норм поведінки, етики та моралі, є солідарними, постійно узгоджують інтереси зі всіма стейкхолдерами, функціонують на засадах чесності, відкритості, прозорості, підзвітності та піклуються про наслідки власної діяльності для суспільства і, що особливо важливо, для майбутніх поколінь.

Висновки з даного дослідження

і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Визначено методологічні принципи побудови системи СВФБ в нових умовах господарювання СФГ: розвитку глобалізаційних та інтеграційних процесів, наслідком яких стає в т.ч. і загроза пандемій, певної вичерпаності

(обмеженості) ресурсів, інформатизації суспільства і цифровізації економіки, зростання ролі людського капіталу в умовах загострення конкурентної боротьби не тільки між окремими компаніями, а між державами та з урахуванням ситуації, що склалась у світі в контексті пандемічної кризи. Обґрунтовано напрямки дисертаційного дослідження, доведено їх актуальність і значущість для української фармації.

Література

1. Котвіцька А. А. Соціальна фармація. Фармацевтична енциклопедія. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/6637/socialna-farmaciya> (дата звернення: 20.09.2020).
2. Євтушенко О. М., Мнушко З. М. Ризики у фармації. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/5711/riziki-u-farmacii> (дата звернення: 20.09.2020).
3. Толочко В. М., Зарічкова М. В. Посилення соціальної відповідальності в діяльності аптекних закладів України. Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17-20 берез. 2014 р. Харків : Вид-во НФаУ, 2014. 484 с.
4. Толочко В. М., Галій Л. В. Управління персоналом фармацевтичних організацій на основі компетенцій : монографія. Харків : Авіста-ВЛТ, 2010. 180 с.
5. Ткаченко Н. О. Соціальна відповідальність у фармації : монографія / за наук. ред. проф. Б. П. Громовик. Запоріжжя : Вид-во ЗДМУ, 2018. 217 с.
6. Унгурян Л. М., Беляева О. І., Каравелкова Ю. С. Еволюція соціальних ролей фармацевтичних фахівців. Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи : матеріали III міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 25-28 квіт. 2017 р. Харків : Вид-во НФаУ, 2017. С. 115–117.
7. Партишев О., Стогній А., Чобану А. Корпоративна соціальна відповідальність. Фармацевтичний бізнес. Фармацевт Практик. 2012. № 5. С. 8–9.
8. Фармацевтичний бізнес України проявив високу соціальну відповідальність. Еженедельник Аптека. 2012. № 39. С. 6.
9. Корпоративна соціальна відповідальність та індекс прозорості фармацевтичних кампаній України. URL: <https://www.apteka.ua/article/131921> (дата звернення: 20.09.2020).
10. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / О. Ф. Новікова та ін. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с.
11. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. Економічна теорія. 2013. № 4. С. 5–26.
12. Грицина Л. А. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності під-приємства в системі зацікавленості та взаємовідносин сторін. Вчені записки Кримського інженерно-педагогічного університету. Економічні науки. 2008. Вип. 12. С. 73–77.
13. Третяк М. Соціальна відповідальність бізнесу як об'єкт державного регулювання. Публічне управління: теорія та практика. 2014. № 3. С. 147–153.
14. Горохова Т. В. Впровадження нефінансової та інтегрованої звітності у системі стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Вісник Донецького національного університету. Серія В: економіка і право. 2013. Вип. 2. С. 71–75.

15. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні (проект). URL: http://svb.ua/sites/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf (дата звернення: 20.09.2020).

16. Десять принципів Глобального Договору ООН. URL: <https://globalcompact.org.ua/who-we-are/> (дата звернення: 20.09.2020).

17. Центр «Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності». URL: <http://csr-ukraine.org/> (дата звернення: 20.09.2020).

References

1. Kotvitska A. A. Sotsialna farmatsiia. Farmatsevtichna entsyklopediia. URL: <https://www.pharmacycyclopedia.com.ua/article/6637/socialna-farmaciya> (data zvernennia: 20.09.2020).
2. Yevtushenko O. M., Mnushko Z. M. Ryzky u farmatsii. URL: <https://www.pharmacycyclopedia.com.ua/article/5711/riziki-u-farmacii> (data zvernennia: 20.09.2020).
3. Tolochko V. M., Zarichkova M. V. Posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti v diialnosti aptechnykh zakladiv Ukrainy. Sotsialna farmatsiia: stan, problemy ta perspektvyv : materialy mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., 17-20 berez. 2014 r. Kharkiv : Vyd-vo NFau, 2014. 484 s.
4. Tolochko V. M., Halii L. V. Upravlinnia personalom farmatsevtichnykh orhanizatsii na osnovi kompetentsii : monohrafiia. Kharkiv : Avysta-VLT, 2010. 180 s.
5. Tkachenko N. O. Sotsialna vidpovidalnist u farmatsii : monohrafiia / za nauk. red. prof. B. P. Hromovky. Zaporizhzhia : Vyd-vo ZDMU, 2018. 217 s.
6. Unhurian L. M., Bieliaieva O. I., Karavelkova Yu. S. Evoliutsiia sotsialnykh rolei farmatsevtichnykh fakhivstiv. Sotsialna farmatsiia: stan, problemy ta perspektvyv : materialy III mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., 25-28 kvit. 2017 r. Kharkiv : Vyd-vo NFau, 2017. S. 115–117.
7. Partyshev O., Stohnii A., Chobanu A. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Farmatsevtichnyi biznes. Farmatsevt Praktik. 2012. № 5. S. 8–9.
8. Farmatsevtichnyi biznes Ukrainy proiavny vysoku sotsialnu vidpovidalnist. Ezhenedelnyk Apteka. 2012. № 39. S. 6.
9. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist ta indeks prozorosti farmatsevtichnykh kampanii Ukrainy. URL: <https://www.apteka.ua/article/131921> (data zvernennia: 20.09.2020).
10. Diahnostyka stanu ta perspektiv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky) : monohrafiia / O. F. Novikova ta in. ; NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. Donetsk, 2013. 296 s.
11. Kolot A. M. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: evoliutsiia ta rozvytok teoretichnykh pohliadiv. Ekonomichna teoriia. 2013. № 4. S. 5–26.
12. Hrytsyna L. A. Realizatsiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pid-priemstva v systemi zatsikavlenosti ta vzaiemovidnosyn storin. Vcheni zapysky Krymskoho inzhenerno-pedahohichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2008. Vyp. 12. S. 73–77.
13. Tretiak M. Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak ob'ekt derzhavnoho rehuliuвання. Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka. 2014. № 3. S. 147–153.
14. Horokhova T. V. Vprovadzhennia nefinansovoi ta integrovanoi zvitnosti u systemi stratehii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu. Seria V: ekonomika i pravo. 2013. Vyp. 2. S. 71–75.
15. Kontseptsiiia Natsionalnoi stratehii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini (proekt). URL: http://svb.ua/sites/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf (data zvernennia: 20.09.2020).
16. Desiat pryntsyviv Hlobalnoho Dohovoru OON. URL: <https://globalcompact.org.ua/who-we-are/> (data zvernennia: 20.09.2020).
17. Tsentr «Rozvytok Korporatyvnoi Sotsialnoi Vidpovidalnosti». URL: <http://csr-ukraine.org/> (data zvernennia: 20.09.2020).

Стаття надійшла до редакції 20.09.2021