

УДК 65 : 334 : 316.354 : 316.42 (614.2 + 615.1)

О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко

Національний фармацевтичний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ВИМОГ РОБОТОДАВЦІВ ДО КАНДИДАТІВ НА ПОСАДУ МЕНЕДЖЕРА ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Висвітлені актуальні питання з формування вимог суб'єктів фармацевтичної галузі до кандидатів на посади менеджерів із соціальної відповідальності. Проведений аналіз потреби фармацевтичної галузі у фахівцях, в результаті якого виявлені найдефіцитніші спеціалісти для фармацевтичних роботодавців на сучасному етапі розвитку фармацевтичного ринку. Досліджені напрямки діяльності менеджерів, які займаються управлінням соціально відповідальною діяльністю на фармацевтичних підприємствах. Проаналізовані вимоги до професійної компетенції фахівців із соціальної відповідальності, визначені їхні функціональні обов'язки та права. Доведено необхідність створення умов підготовки фахівців із соціальної відповідальності для фармації.

Ключові слова: соціальна відповідальність; менеджер із соціальної відповідальності; фармацевтичне підприємство

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На теперішній час у світі концепція соціальної відповідальності набула масштабного розвитку. У наукових колах обговорюються питання соціальної відповідальності людини та суспільства, соціальної відповідальності держави, соціальної відповідальності підприємств. У сфері теорії та практики соціальної відповідальності працюють учені, функціонують спеціалізовані дослідні організації, готуються відповідні фахівці, на підприємствах створюються посади та відділи з управління соціальною відповідальністю. Але через існування різних точок зору та розмаїття підходів до формування вимог та обов'язків фахівців з управління соціально відповідальною діяльністю фармацевтичних підприємств (ФП) розробка науково-методичних підходів до регулювання цих питань є актуальною.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У фармації шляхи управління соціально-економічним розвитком та соціально відповідальною діяльністю ФП розроблялись у роботах Котвицької А. А., Книша Є. Г., Мнушко З. М., Немченко А. С., Пономаренка М. С., Посилкіної О. В., Толочка В. М. та інших учених. Але, незважаю-

чи на значний науковий внесок цих науковців, недостатньо опрацьованими залишаються методичні аспекти формування функціональних обов'язків менеджерів із соціальної відповідальності на сучасних ФП в умовах впровадження на них систем менеджменту якості, що робить актуальним подальшу розробку даної проблематики.

ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Отже, сьогодні аналізуються існуючі форми соціально відповідальної діяльності ФП, здійснюються спроби обґрунтувати методи та інструментарій управління соціальною відповідальністю. Але дотепер не розробленими залишаються методичні засади управління соціальною відповідальністю суб'єктів фармацевтичної галузі, не побудований механізм формування системи соціальної відповідальності ФП, не визначено коло обов'язків та не визначені компетенції менеджерів із соціальної відповідальності суб'єктів фармацевтичної галузі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою дослідження є вивчення вимог суб'єктів фармацевтичної галузі до фахівців з управління соціальною відповідальною діяльністю ФП. Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення таких завдань, як визначення пере-

© Посилкіна О. В., Братішко Ю. С., 2016

Таблиця 1

РЕЙТИНГ НАЙДЕФІЦИТНІШИХ ФАХІВЦІВ В УКРАЇНІ [СКЛАДЕНО ЗА ДЖЕРЕЛОМ 7]

Сфера діяльності, посада	Рейтинг (січень 2016)	Рейтинг (січень 2015)	Рейтинг (січень 2014)
Фармація (провізор, фармацевт)	7	10	4
Фармація (завідувач аптеки)	10	Позиція відсутня у рейтингу ТОП-10 найдефіцитніших фахівців	10

ліку тих посад, які займаються різними аспектами управління соціально відповідальною діяльністю на вітчизняних ФП, та обґрунтування переліку функціональних обов'язків менеджерів із соціальної відповідальності, які б відповідали місії ФП та вимогам менеджменту якості. Об'єктом дослідження є вимоги фармацевтичних роботодавців до посад фахівців з управління соціально відповідальною діяльністю. Науковою новизною дослідження є визначення професійних обов'язків менеджерів із соціальної відповідальності суб'єктів фармацевтичної галузі з урахуванням вимог міжнародних стандартів якості.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Фармація в силу своєї специфіки є однією з найбільш рентабельних та стабільних галузей економіки в Україні та в світі. На теперішній час, не дивлячись на загострення в Україні проблеми безробіття, ринок праці фармацевтичного персоналу залишається одним з найбільш дефіцитних. Це підтверджується даними досліджень сайту rabota.ua [7], за якими ось уже три роки поспіль в ТОП-10 найбільш дефіцитних спеціалістів на ринку праці України входять посади провізора (фармацевта) та завідувача аптеки. Оцінка дефіциту фахівців кадровим порталом rabota.ua складалась за співвідношенням кількості резюме претендентів до кількості існуючих вакансій. Так, у січні 2015 року на одну вакантну посаду провізора (фармацевта) припадало 3,1 резюме претендентів (десяте місце у рейтингу), а вже у січні 2016 року – 1,9 (сьоме місце у рейтингу), що свідчить про прискорення темпів зростання фармацевтичної галузі та фармацевтичного ринку (табл. 1).

Отже, актуальним є визначення потреби фармацевтичної галузі у певних фахівцях. За результатами проведеного нами аналізу провідних інтернет-сайтів з працевлаштування таких, як work.ua, rabota.ua, trud.ua, hh.ua, job.ukr.net, jobs.dou.ua, ain.ua, ua.jobrapido.com, job.morion.ua, фармація сьогодні, в першу чергу, потребує таких фахівців: фармацевтичний (медичний) представник, регіональний менеджер, бізнес-тренер, економіст (бухгалтер), менеджер з персоналу, логіст, менеджер

з управління проектами, фахівець з управління якістю, реєстрації та стандартизації, інженер-технолог, менеджер з розвитку, менеджер з комунікацій, менеджер зі зв'язків із громадськістю, менеджер по роботі з ключовими клієнтами, бренд-менеджер та інші. Рейтинг затребуваності зазначених фахівців наведено на рис. 1.

Також нами проаналізовані вимоги ФП до вказаних посад та тих обов'язків, які вони мають виконувати. Як висновок, можна зазначити, що ФП у функціональні обов'язки всіх перелічених посад закладають функції, які традиційно відносяться до складу обов'язків менеджерів із соціальної відповідальності. Але аналіз інтернет-сайтів з працевлаштування дав змогу зробити висновок, що лише 2 % з проаналізованих вакансій досліджуваних ФП стосуються потреби у профільних фахівцях – менеджерах з управління соціально відповідальною діяльністю.

Соціально відповідальна діяльність суб'єктів фармацевтичної галузі вимагає професійного підходу до її планування та організації. Отже, виникають питання щодо того, хто на ФП має займатися управлінням соціально відповідальною діяльністю, як правильно підібрати персонал, до обов'язків якого будуть входити питання ефективного формування системи соціальної відповідальності ФП, оцінка рівня соціально відповідальної діяльності, її розвитку, проведення внутрішнього соціального аудиту, складання соціальної звітності тощо.

Вивчення фактичного складу персоналу вітчизняних ФП довело, що питаннями формування, управління та розвитку соціально відповідальної діяльності на ФП сьогодні найчастіше займаються PR-менеджери, контент-менеджери, менеджери з розвитку, копірайтери, регіональні менеджери, менеджери з продажів та маркетологи. Але слід мати на увазі, що сьогодні в Україні (згідно із Класифікатором професій від 01.03.2016) існують такі посади працівників, які безпосередньо мають займатися питаннями соціальної відповідальності (табл. 2), а саме менеджер (управитель) із соціальної та корпоративної відповідальності та експерт із соціальної відповідальності.

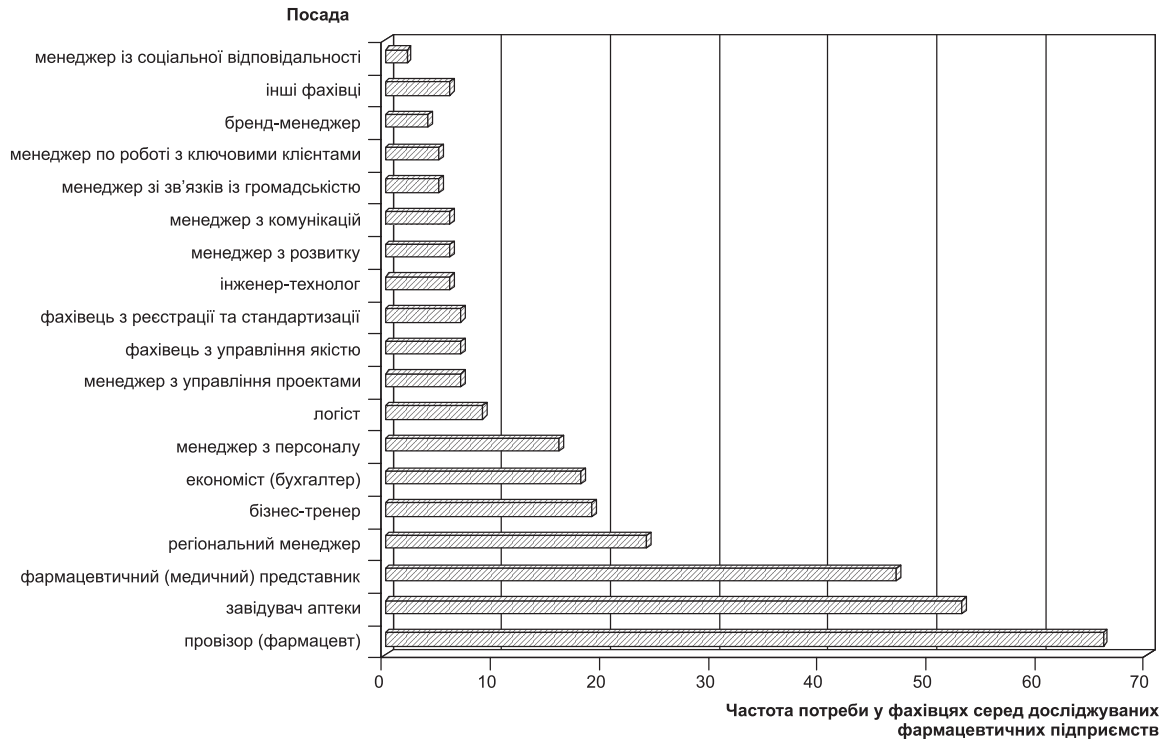


Рис. 1. Результати оцінки потреби досліджуваних фармацевтичних підприємств у фахівцях у 2016 році [власна розробка]

Як свідчить проведений аналіз, сучасні ФП як роботодавці висувають значні вимоги до посади фахівця із соціальної відповідальності. Для визначення вимог роботодавців до посади фахівця з соціальної відповідальності у фармацевції нами були проаналізовані 836 актуальних на кінець 2015 року вакансій, наданих 31 аптекою (частка вакансій складала 21 % із загальної кількості проаналізованих), 63 оптовими фармацевтичними фірмами (частка вакансій – 56 %) та 22 фармацевтичними підприємствами-виробниками лікарських засобів (частка вакансій – 23 %). Аналіз проводився за даними таких провідних інтернет-сайтів з працевлаштування, як work.ua, rabota.ua, trud.ua, hh.ua, job.ukr.net, jobs.dou.ua, ain.ua, ua.jobrapido.com, job.morion.ua. Нами виявлено, що тільки 17 вакансій (2 %) з проаналізованих 836 на досліджуваних ФП стосуються потреби

у спеціалістах з управління соціально відповідальною діяльністю.

По результатах аналізу встановлено, що основними функціональними обов'язками фахівців із соціальної відповідальності за вимогами фармацевтичних роботодавців є: 1) розробка та впровадження стандарту соціальної відповідальності компанії; 2) соціальне планування та планування програм соціальної відповідальності; 3) участь у формуванні стратегії ФП (деякі фармкомпанії у функціональні обов'язки включають розробку не тільки національної, але й міжнародної стратегії підприємства); 4) участь у формуванні товарної та цінової політики ФП; 5) оптимізація бізнес-процесів компанії; 6) побудова внутрішніх комунікацій між усіма підрозділами компанії; 7) підготовка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності компанії у співпраці

Таблиця 2

ПРОФЕСІЙНІ НАЗВИ РОБІТ СТОСОВНО ПИТАНЬ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ [СКЛАДЕНО ЗА ДЖЕРЕЛОМ 2]

Код класифікатора професій	Професійна назва роботи
	Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)
1496	Менеджер (управитель) із соціальної та корпоративної відповідальності
	Професіонали
2412.2	Експерт із соціальної відповідальності

з відділом продажів; 8) реалізація програм соціальної відповідальності; 9) участь у створенні політик і програм у галузі соціальної відповідальності; 10) розробка та впровадження єдиної комунікації з соціальної відповідальності: ключові повідомлення, презентації, документи для суспільних організацій тощо; 11) PR-підтримка соціальної діяльності ФП; 12) формування та налаштування регулярного випуску публічних соціальних (нефінансових) звітів; 13) представлення інтересів компанії та здійснення взаємодії з громадськими організаціями та партнерами; 14) організація участі компанії в форумах і конференціях по темі корпоративної соціальної відповідальності, спорту і стратегічних проєктів; 15) підготовка інформації для регулярного соціального звіту; 16) співпраця зі стейкхолдерами компанії (побудова і підтримка відносин у межах корпоративної соціальної відповідальності); 17) взаємодія з експертним співтовариством по лінії корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення рівня інформованості цільових аудиторій; 18) формування кола лояльних компаній ЗМІ серед галузевих, суспільно-політичних, ділових і спеціалізованих видань, телебачення та радіо за темою корпоративної соціальної відповідальності; 19) організація участі компанії у форумах і конференціях за тематикою соціальної відповідальності; 20) аналіз нефінансових ризиків, пов'язаних з діяльністю ФП, розробка заходів щодо попередження таких ризиків; 21) розробка та впровадження системи моніторингу ефективності діяльності ФП у сфері соціальної відповідальності; 22) аналіз зовнішнього PR-середовища: у контексті партнерів, конкурентів, соціальних та політичних аспектів тощо; 23) розробка річного бюджету програм соціальної відповідальності та управління бюджетом PR-компаній; 24) організація та несення відповідальності за терміни та якість роботи підрядників у PR-проєктах; 25) організація та несення відповідальності за PR-архів підприємства; 26) розробка та реалізація програм внутрішнього PR у тісній співпраці з HR-відділом; 27) налаштування системи збору та аналізу нефінансових даних про діяльність у сфері соціальної відповідальності; 28) проведення системного аналізу результатів і зібраних даних; 29) реорганізація існуючої системи надання благодійної допомоги; 30) надання методичної та консультативної підтримки у сфері соціальної відповідальності співробітникам ФП; 31) формування концепції, ідеї для внутрішнього корпоративного видання; 32) популяризація бренду ФП, формування позитивного іміджу компанії, «розкручування» і створення позитивної бізнес-репутації ФП через соціальні мережі та відеохостинги; 33) регу-

лярний моніторинг інформаційного поля (конкурентне середовище, експертні групи, ЗМІ та інші), аналіз інших досліджень з метою розробки ефективних програм, оцінки обізнаності цільових груп про соціальну відповідальність ФП; 34) підготовка інформації для інтернет-ресурсів компанії (офіційний сайт ФП); 35) аналіз фармацевтичного ринку та ринку праці; 36) створення рекламних та презентаційних матеріалів; 37) проведення презентацій; 38) побудова сталих відносин з бізнес-партнерами; 39) медіа-планування; 40) організація прес-конференцій; 41) ведення корпоративного дайджесту для співробітників; 42) підготовка та реалізація PR-активностей; 43) підготовка статей та інтерв'ю для публікацій; 44) підготовка та реалізація івент-заходів; 45) взаємодія з провідними блогерами та профільними агенціями; 46) підтримка та оновлення сайту компанії; 47) аналіз результатів своєї діяльності.

Вимогами до посади фахівців із соціальної відповідальності ФП є: 1) вища фармацевтична освіта та освіта в сфері економіки, PR, реклами, маркетингу, менеджменту, журналістики, філології, бажаною є додаткова освіта або підвищення кваліфікації за напрямком соціальної відповідальності; 2) досвід роботи на керівній посаді, посаді менеджера рецептурної групи або PR, найчастіше 2-3 роки (інколи досвід роботи ФП вимагають не нижчий за 5 років та обов'язковий досвід у сфері менеджменту проєктів); 3) презентабельний зовнішній вигляд; 4) розуміння міжнародних стандартів корпоративного управління; 5) розуміння специфіки ведення бізнесу в Україні; 6) знання основних сучасних трендів і тенденцій PR; 7) знання порядку планування, організації, контролю та аналізу різноманітних PR-заходів (PR-інструментів); 8) вміння працювати в MS Office; 9) бажаний досвід роботи журналістом або написання наукових або інших робіт; 10) навички організації проєктів; 11) навички підготовки текстів/копірайтинг; 12) навички публічних виступів; 13) знання методів маркетингових комунікацій; 14) високий ступінь відповідальності; 15) вміння швидко приймати рішення і реагувати на нестандартні ситуації; 16) грамотна усна і письмова мова; 17) розвинені комунікативні навички; 18) активна життєва позиція; 19) цілеспрямованість; 20) вміння працювати як у команді, так і самостійно; 21) пунктуальність; 22) сумлінність; 23) аналітичний склад розуму; 24) креативність; 25) амбіційність; 26) самомотивація та орієнтація на результат; 27) вміння мотивувати до соціального розвитку персонал компанії; 28) вміння впливати на людей; 29) прагнення до самоосвіти; 30) стійкість до стресів; 31) вміння працювати в умовах багатозадачності; 32) лояльність;

Вимоги: розуміння міжнародних стандартів корпоративного управління; розуміння специфіки ведення бізнесу в Україні; знання основних сучасних трендів і тенденцій PR; знання порядку планування, організації, контролю та аналізу різноманітних PR-заходів (PR-інструментів); вміння працювати в MS Office; бажаний досвід роботи журналістом або написання наукових та інших робіт; навички підготовки текстів/копірайтинг; навички публічних виступів; знання методів маркетингових комунікацій; високий ступінь відповідальності; вміння швидко приймати рішення і реагувати на нестандартні ситуації; грамотна усна і письмова мова; розвинені комунікативні навички; активна життєва позиція; цілеспрямованість; вміння працювати як у команді, так і самостійно; пунктуальність; сумлінність; аналітичний склад розуму; креативність; амбіційність; самомотивація та орієнтація на результат; вміння мотивувати до соціального розвитку персонал компанії; вміння впливати на людей; прагнення до самоосвіти; стійкість до стресів; вміння працювати в умовах багатозадачності; лояльність

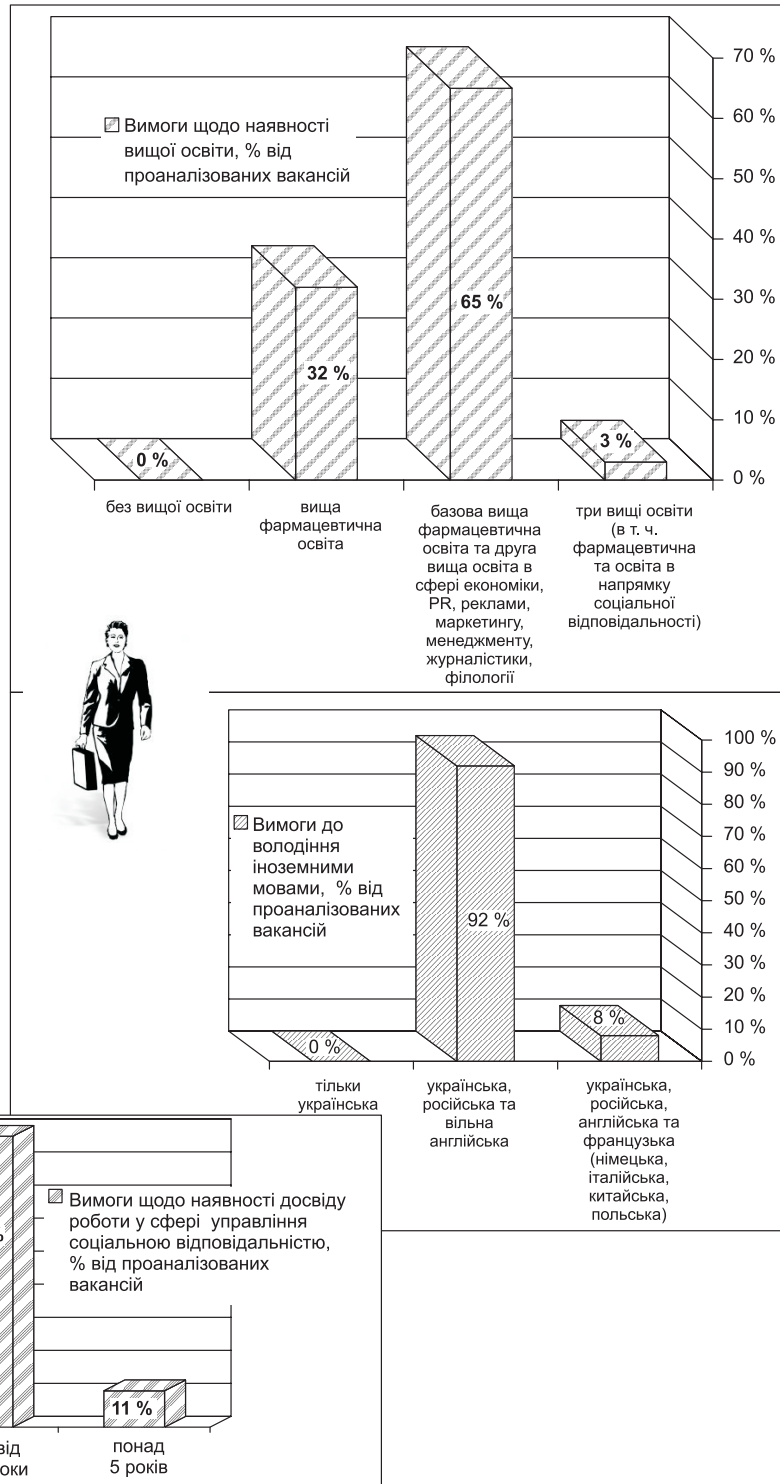


Рис. 2. Вимоги до кандидатів на посаду менеджера із соціальної відповідальності, які висувають вітчизняні фармацевтичні підприємства

33) вільне володіння англійською мовою (у вимогах деяких фармацевтичних компаній це є невід’ємною умовою, без якої резюме кандидата на посаду навіть не розглядаються). Узагальнення вимог ФП до сучасного менеджера із соціальної відповідальності наведено на рис. 2.

Умови праці, які пропонуються національними та закордонними ФП в Україні для спеціалістів у сфері соціальної відповідальності: робота в сучасній системній компанії; соціальні гарантії згідно з КЗпП; конкурентоспроможна заробітна плата; корпоративний мобільний зв’язок;

внутрішнє та зовнішнє навчання і розвиток; цікаві проекти та завдання; професійний колектив; можливість реалізувати професійний потенціал; можливість працевлаштування людей з обмеженими можливостями (таку інформацію поширило лише одне ФП з усіх проаналізованих).

Тип зайнятості: повна зайнятість, повний день.

Цікаво те, що сучасні українські компанії на власних сайтах почали розміщувати свої вимоги до знань кандидатів на посаду фахівця (менеджера) з соціальної відповідальності. Так, на думку ФП, спеціаліст у сфері соціальної відповідальності повинен знати: 1) філософію постійного удосконалення; 2) міжнародні стандарти якості та належні фармацевтичні практики; 3) міжнародні та національні стандарти і програмні документи з соціальної відповідальності; 4) закони та нормативні акти України, що регламентують підприємницьку діяльність та соціально-трудова відносини; 5) концепцію сталого розвитку; 6) основи стратегічного управління; 7) теорію аналізу інтересів сторін; 8) стан і тенденції розвитку світової та національної економіки; 9) методологію аналізу ринкового середовища та фармацевтичного ринку; 10) основи екологічного менеджменту; 11) перспективи та світові тенденції розвитку фармацевтичної технології; 12) основи управління персоналом (наукову організацію праці, психологію управління, конфліктологію); 13) застосування в менеджменті інформаційних технологій; 14) основи проектного менеджменту; 15) основи нейрорлінгвістичного програмування; 16) основи управління командою та робочим часом; 17) статистичну звітність та бухгалтерський облік.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, можна зробити висновок, що в сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби за лояльність споживачів введення на вітчизняних ФП посади менеджера із соціальної відповідальності стало актуальним завданням. На теперішній час окремі ФП в Україні вже сформуливали свою точку зору щодо того, яким має бути фахівець із соціальної відповідальності, що входить до кола його функціональних обов'язків, якими знаннями та вміннями він має володіти. Необхідно відмітити той факт, що жодне з проаналізованих ФП, висуваючи суттєві вимоги до кандидатів на посади менеджерів із соціальної відповідальності, не вказало навіть діапазон пропонованої заробітної плати. За світовими даними 80 % спеціалістів у сфері соціальної відповідальності мають річну зарплату більш ніж \$60 000, 44,4 % – від \$70 000 до \$110 000. При середньомісячній зарплаті у фар-

мації 8 000-10 000 грн, кандидат на посаду менеджера із соціальної відповідальності, за оцінками експертів, може розраховувати на зарплату на 20-30 % більшу. Отже, для фармації, яка є галуззю, що випускає продукцію особливої соціальної значущості, що безпосередньо впливає на здоров'я та якість життя людей та в якій питання соціальної відповідальності мають дуже велике значення, актуальним є відкриття спеціалізації «менеджер із соціальної відповідальності у фармації» в межах галузі знань «менеджмент». Саме такі фахівці здатні будуть ефективно вирішувати те широке коло завдань, які сьогодні відносяться до компетенції менеджера із соціальної відповідальності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Братішко Ю. С. Розробка алгоритму формування системи соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств / Ю. С. Братішко // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2015. – № 4. – С. 52-59.
2. Національний класифікатор України, класифікатор професій із доповненнями від 01.03.2016 р. – http://hrliga.com/index.php?module=norm_base&op=view&id=433
3. Посилкіна О. В., Доровський О. В., Братішко Ю. С. Управління трудовим потенціалом фармацевтичних підприємств в умовах менеджменту якості: [монографія] / за ред. О. В. Посилкіної. – Х.: Вид-во НФаУ, 2010. – 422 с.
4. Посилкіна О. В. Формування системи оцінки соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу / О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко, Г. В. Кубасова // Клінічна фармація. – 2015. – Т. 19, № 2. – С. 4-8.
5. Bratishko Yu. S. Modern state of personnel management in pharmaceutical enterprises / Yu. S. Bratishko, O. V. Posylkina, G. V. Kubasova // Institutionelle Grundlagen fur die Funktionierung der Okonomik unter den Bedingungen der Transformation: Sammelwerk der wissenschaftlichen Artikel. Vol. 1 – Verlag SWG imex GmbH, Nuernberg, Deutschland, 2014. – 148-151 S.
6. <https://hh.ua/> – сайт Дослідницького центру Міжнародного кадрового порталу.
7. <http://rabota.ua/> – сайт кадрового порталу.
8. <http://www.trud.ua/> – сайт пошуку роботи.
9. <http://www.work.ua/> – сайт пошуку роботи.
10. <http://job.morion.ua/> – спеціалізований сайт пошуку роботи у медицині та фармації.
11. <https://job.ukr.net/> – сайт пошуку роботи.

УДК 65 : 334 : 316.354 : 316.42 (614.2 + 615.1)

О. В. Посылкина, Ю. С. Братишко

**ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ К КАНДИДАТАМ НА
ДОЛЖНОСТЬ МЕНЕДЖЕРА ПО СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

Освещены актуальные вопросы формирования требований субъектов фармацевтической отрасли к кандидатам на должности менеджеров по социальной ответственности. Проведен анализ потребности фармацевтической отрасли в специалистах, выявлены наиболее дефицитные специалисты для фармацевтических работодателей на современном этапе развития фармацевтического рынка. Исследованы направления деятельности менеджеров, которые занимаются управлением социально ответственной деятельностью на фармацевтических предприятиях. Проанализированы требования к профессиональной компетенции специалистов по социальной ответственности, определены их функциональные обязанности и права. Доказана необходимость создания условий подготовки специалистов по социальной ответственности для фармации.

Ключевые слова: социальная ответственность; менеджер по социальной ответственности; фармацевтическое предприятие

UDC 65 : 334 : 316.354 : 316.42 (614.2 + 615.1)

O. V. Posylkina, Yu. S. Bratishko

**RESEARCH OF REQUIREMENTS OF EMPLOYERS TO CANDIDATES FOR THE POSITION OF THE
MANAGER OF SOCIAL RESPONSIBILITY ON MODERN PHARMACEUTICAL COMPANIES**

In article topical issues of forming of requirements of subjects of a pharmaceutical industry concerning candidates for positions of managers on social responsibility are taken up. Requirement analysis of a pharmaceutical industry in specialists is carried out; the scarcest specialists for pharmaceutical employers at the present stage of development of the pharmaceutical market are found. Activities of managers who are engaged in management of socially responsible activities at the pharmaceutical entities are researched. Requirements to professional competence of specialists in social responsibility are analyzed, their functional obligations and the rights are determined. In article need of creation of conditions of training of specialists on social responsibility for pharmacy is proved.

Key words: social responsibility; social responsibility manager; pharmaceutical entity

Адреса для листування:
61140, м. Харків, вул. О. Невського, 18.
Тел. (057) 771-81-47.
E-mail: kaf.yep@nuph.edu.ua.
Національний фармацевтичний університет

Надійшла до редакції 16.06.2016 р.