

Ю. С. БРАТІШКО, О. В. ПОСИЛКІНА

Національний фармацевтичний університет

НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Метою дослідження є узагальнення провідного закордонного та вітчизняного досвіду сучасних фармацевтичних компаній (ФК) відносно побудови організаційної структури управління соціальною відповідальністю (ОСУСВ).

Матеріали та методи: аналіз, синтез, емпіричні методи, метод контрольного опитування, метод моделювання.

Результати. У статті визначено, що соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу – це здатність суб'єктів фармацевтичної галузі брати на себе зобов'язання фінансового, економічного, соціального та екологічного характеру за наслідки їхньої діяльності перед всіма зацікавленими сторонами, яка реалізується через етичну поведінку з урахуванням інтересів і очікувань всіх стейкхолдерів при дотриманні чинного законодавства і міжнародних стандартів ISO на принципах добровільності і взаємної вигоди. Доведено, що соціально відповідальна діяльність вітчизняних ФК потребує належного організаційного забезпечення. Автори провели аналіз провідного вітчизняного та закордонного досвіду стосовно побудови ОСУСВ на фармацевтичних підприємствах (ФП), здійснене узагальнення та запропонована модель ОСУСВ українських ФК.

Висновки. Сьогодні постає багато проблемних питань стосовно побудови оптимальної ОСУСВ вітчизняних ФП, серед яких: формування ефективного кадрового потенціалу управління соціальною відповідальністю, оптимізація витрат на управління соціальною відповідальністю, підвищення ефективності та стабільності партнерських відносин зі стейкхолдерами, підвищення соціально відповідальної свідомості персоналу та багато інших. Жорстка конкурентна боротьба за лояльність споживачів, а також намагання виходу вітчизняних ФК на зовнішній ринок роблять актуальним заходи з підвищення ефективності соціально відповідальної діяльності через побудову оптимальної організаційної структури. Отже, запропонована модель ОСУСВ є актуальною для впровадження на сучасних ФП. За рахунок підвищення ефективності управління соціальною відповідальністю ФК мають змогу укріпити імідж та репутацію, зміцнити конкурентні позиції на вітчизняному та на міжнародному фармацевтичному ринку.

Ключові слова: соціальна відповідальність; організаційна структура управління; фармацевтичне підприємство

YU. S. BRATISHKO, O. V. POSILKINA

SCIENTIFIC AND PRACTICAL APPROACHES TO DESIGN MANAGEMENT ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF PHARMACEUTICAL COMPANIES

Aim. To synthesize the leading foreign and domestic experience of the modern pharmaceutical companies (PC) concerning creation of the management organizational structure of social responsibility (OSMSR).

Materials and methods. Analysis, synthesis, empirical, modeling methods and method of poll.

Results. In the article it is defined that social responsibility of pharmaceutical business is an ability of pharmaceutical branch subjects to undertake the financial, economic, social and ecological obligations for consequences of their activity before all interested parties which is implemented through ethical behavior taking into account interests and expectations of all stakeholders at observance of the current legislation and the international ISO standards on the principles of voluntariness and mutual benefit. It is proved that socially responsible activity domestic PC demands appropriate organizational support. Authors carried out the analysis of the leading domestic and foreign experience concerning creation of OSMSR at the pharmaceutical enterprises (PE), generalization is carried out and the OSMSR model Ukrainian is offered PC.

Conclusions. Today there is a set of problematic issues concerning creation of optimum OSMSR of domestic PC among which are: formation of effective personnel capacity of management of social responsibility, optimization of expenses on management of social responsibility, increases in efficiency and

stability of partnership with stakeholders, increase socially responsible consciousnesses of personnel and many others. Tough competition for loyalty of consumers and also desire of an exit domestic PC on foreign market, does very relevant actions for increase in efficiency of socially responsible activity due to creation of optimum organizational structure of management. Thus, the OSMSR model offered by authors is relevant for introduction on modern PC. Due to increase in effective management of social responsibility domestic PC can strengthen image, strengthen business reputation, strengthen own competitive positions both on domestic, and on international the pharmaceutical markets.

Key words: social responsibility; organizational structure of management; pharmaceutical enterprise

Ю. С. БРАТИШКО, О. В. ПОСЫЛКИНА

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Целью исследования является обобщение ведущего зарубежного и отечественного опыта современных фармацевтических компаний (ФК) по построению организационной структуры управления социальной ответственностью (ОСУСО).

Материалы и методы: анализ, синтез, эмпирические методы, метод контрольного опроса, метод моделирования.

Результаты. В статье определено, что социальная ответственность фармацевтического бизнеса – это способность субъектов фармацевтической отрасли брать на себя обязательства финансового, экономического, социального и экологического характера за последствия их деятельности перед всеми заинтересованными сторонами, которая реализуется через этическое поведение с учетом интересов и ожиданий всех стейкхолдеров при соблюдении действующего законодательства и международных стандартов ISO на принципах добровольности и взаимной выгоды. Доказано, что социально ответственная деятельность отечественных ФК требует надлежащего организационного обеспечения. Авторами проведен анализ ведущего отечественного и зарубежного опыта относительно построения ОСУСО на фармацевтических предприятиях (ФП), осуществлено обобщение и предложена модель ОСУСО украинских ФК.

Выводы. Сегодня возникает множество проблемных вопросов относительно построения оптимальной ОСУСО отечественных ФП, среди которых: формирование эффективного кадрового потенциала управления социальной ответственностью, оптимизация расходов на управление социальной ответственностью, повышения эффективности и стабильности партнерских отношений со стейкхолдерами, повышение социально ответственного сознания персонала и многие другие. Жесткая конкурентная борьба за лояльность потребителей, а также желание выхода отечественных ФК на внешний рынок, делает очень актуальным мероприятия по повышению эффективности социально ответственной деятельности за счет построения оптимальной организационной структуры управления. Таким образом, предложенная авторами модель ОСУСО актуальна для внедрения на современных ФП. За счет повышения эффективности управления социальной ответственностью отечественные ФК могут повысить имидж, укрепить деловую репутацию, укрепить собственные конкурентные позиции как на отечественном, так и на международном фармацевтических рынках.

Ключевые слова: социальная ответственность; организационная структура управления; фармацевтическое предприятие

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

З кожним роком проблема впровадження соціально відповідальної моделі ведення бізнесу набуває все більшої актуальності як за кордоном, так і в Україні. У наукових колах все частіше 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 фахівці відповідної кваліфікації, на підприємствах створюються посади та відділи з управління соціально відповідальною

діяльністю. Але через існування різних точок зору та розмаїття підходів до організаційного забезпечення управління соціально відповідальною діяльністю ФП, розробка науково-методичних підходів до побудови ОСУСВ на ФП є актуальними.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання управління соціальною відповідальністю бізнесу були започатковані такими відомими науковцями як Bowen H. R. [1], Davis K. [2-4], Carroll A. B. [5-7]. В Україні проблеми управління корпоративною соціальною відповідальністю

розробляються у роботах Колота А. М., Калинського Т. В., Мельника С. В. та інших. У фармації шляхи управління соціально відповідальною діяльністю ФП розроблялись у роботах Котвицької А. А., Книша Є. Г., Мнушко З. М., Толочка В. М., Немченко А. С., Пономаренка М. С., Гудзенка О. П., Громовика Б. П. та інших вчених. Але, незважаючи на значний науковий внесок цих науковців, недостатньо опрацьованими залишаються аспекти узагальнення вітчизняного та закордонного досвіду побудови ОСУСВ на сучасних ФП, що робить актуальним подальше опрацювання даної проблематики.

ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Як показав проведений аналіз, у працях фахівців в основному досліджуються існуючі форми соціальної відповідальності ФП, здійснюються спроби обґрунтувати методи та інструментарій управління соціальною відповідальністю. Але дотепер не розробленими залишаються методичні засади побудови ОСУСВ суб'єктів фармагалузі у відповідності до міжнародних стандартів ISO.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою дослідження є узагальнення провідного закордонного та вітчизняного досвіду сучасних ФК відносно побудови ОСУСВ. Для досягнення поставленої мети необхідним є визначення переліку тих структурних підрозділів та/або окремих посад на ФП, які задіяні в процесі управління соціальною відповідальністю фармацевтичного бізнесу (СВФБ). Об'єктом дослідження є функціональні напрямки роботи персоналу стосовно управління СВФБ. Науковою новизною дослідження є побудова моделі ОСУСВ на ФП.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сьогодні головні напрямки СВФБ полягають у безперервному забезпеченні якості лікарських засобів (ЛЗ), реалізації соціальних програм для персоналу, участі ФП в екологічних проектах у місцях присутності, проведенні соціально-культурних та оздоровчих заходів для місцевого населення, у повному і своєчасному виконанні зобов'язань ФП перед державою, населенням, акціонерами та власниками, фінансово-кредитними установами, персоналом, бізнес-партнерами тощо. Така масштабна соціально орієнтована діяльність вимагає професійного та системного підходу до управління, планування та організації. Отже, виникають питання щодо того, хто на ФП має займатися управлінням соціальною відповідальною діяльністю, як

правильно підібрати персонал, до обов'язків якого будуть входити питання ефективного формування системи СВФБ, оцінки соціально відповідальної діяльності, її розвитку, проведення внутрішнього соціального аудиту та складання соціальної звітності тощо.

Так, нами встановлено, що лише на деяких провідних ФП України існують окремі посади менеджерів, до обов'язків яких включені питання управління соціальною відповідальною діяльністю компанії. Найчастіше функції з управління соціальною відповідальною діяльністю на сучасних ФП України виконують співробітники планових відділів, відділів кадрів та управління персоналом, управління якістю, відділів стратегії та розвитку, фінансово-економічних відділів, прес-центри, спеціалісти з комунікацій та PR-менеджери. Сьогодні ж в Україні (згідно із Класифікатором професій від 26.10.2017 р.) існує посада працівника, який має займатися питаннями управління соціальною відповідальністю на ФП, а саме: менеджер (управитель) із соціальної та корпоративної відповідальності (код за Класифікатором професій – 1496).

На відміну від провідних закордонних ФК, де існують спеціалізовані департаменти із соціальною відповідальністю, вітчизняні ФП не виділяють у своїй організаційній структурі відділ управління соціальною відповідальністю. Така позиція вітчизняних ФП пояснюється бажанням не збільшувати витрати на утримання апарату управління, але це не дає можливості ФП комплексно та системно підходити до питання ефективного управління СВФБ.

Результати проведених досліджень свідчать, що єдиного централізованого структурного підрозділу на ФП, який би займався управлінням соціальною відповідальною діяльністю, немає. Доцільність створення відділу (або сектора) управління соціальною відповідальністю більшою мірою обумовлена розмірами самого ФП, рівнем фінансової стійкості та ділової активності, а також масштабами їхньої соціально відповідальної діяльності. На малих та середніх ФП доцільно впроваджувати посаду менеджера із соціальною відповідальністю, але на провідних ФП України, з огляду на значні масштаби соціальною відповідальністю активності, створення служби (відділу, сектора) управління соціальною відповідальністю є доцільним. Отже, розробка рекомендацій щодо проектування організаційної структури управління соціальною відповідальністю є викликом часу.

Побудова ОСУСВ на ФП має ґрунтуватися на забезпеченні надійності, достовірності інформації про стан соціальною відповідальною діяльності на підприємстві та в країні; має за основу раціональний підбір і розподіл високопрофесійних

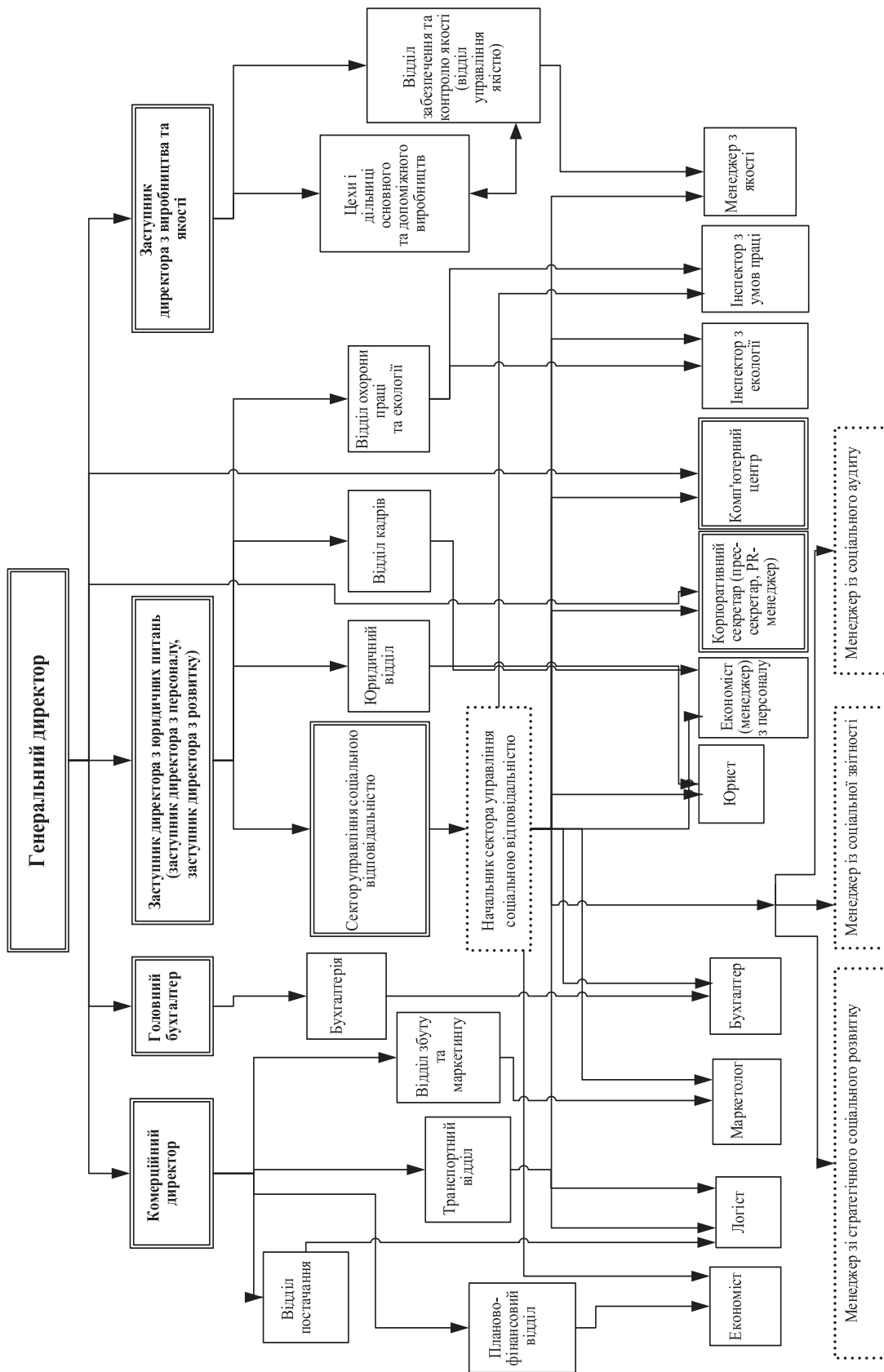


Рис. 1 Запропонована організаційна структура управління соціальною відповідальністю на ФП

кадрів; має бути націлена на забезпечення фінансової безпеки ФП.

Проектування ОСУСВ ФП має опиратися на наступні принципи: оптимальності; оперативності; надійності; стійкості; економічності та гнучкості. У процесі побудови ОСУСВ на ФП мають вирішуватися такі завдання: визначення типу структури; уточнення складу і кількості підрозділів за рівнями управління; встановлення кількості управлінського персоналу; визначення характеру взаємного підпорядкування ланок ФП; проведення розрахунків витрат на управління. В результаті для кожного структурного підрозділу встановлюються управлінські функції, рух інформації і документів, взаємозв'язки, повноваження і відповідальність керівників, права та обов'язки працівників.

Ефективне проектування ОСУСВ забезпечується методом структурування цілей (розробка системи цілей і її суміщення зі структурою, яка розробляється) та методом організаційного моделювання (розробка формалізованих математичних, графічних або комп'ютерних моделей розподілу повноважень і відповідальності на ФП). Також необхідна оцінка ефективності ОСУСВ за рівнем реалізації завдань, надійності та організованості системи управління, швидкості рішень, які приймаються за кінцевими результатами її функціонування.

Отже, у процесі проектування ОСУСВ на ФП нами відхилені три стадії: 1) аналітична; 2) проектна; 3) організаційна.

Інструментами проектування ОСУСВ на ФП є: аналіз і розподіл управлінських та інноваційних процесів на окремі складові функції, завдання; синтез і групування досить стійких протягом періоду діяльності ФП завдань в однорідні групи; створення спеціалізованих посад, підрозділів і служб шляхом закріплення за ними однорідних груп завдань, об'єктів, функцій управ-

ління, складу персоналу і обладнання; розробка посадових інструкцій і положень про відділи, служби, підрозділи для документального фіксування прийнятої ОСУСВ на ФП.

У наших попередніх роботах досліджувались вимоги до посади менеджера із соціальної відповідальності, була розроблена посадова інструкція менеджера із соціальної відповідальності для сучасних ФП із детальним описом його основних функціональних обов'язків. В цій частині дослідження нами здійснене проектування ОСУСВ на ФП (рис. 1). На рис. 2 зображені розроблені нами функціональні сфери управління соціальною відповідальністю ФП.

Отже, у запропонованій ОСУСВ враховані головні структурні та функціональні підрозділи сучасних ФП, за якими закріплені основні функціональні сфери управління соціальною відповідальністю.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, в сучасних умовах конкурентної боротьби за лояльність споживачів, намагання виходу вітчизняних ФП на зовнішній ринок актуальним є удосконалення на ФП організаційної структури управління ФП завдяки введенню до її складу спеціального підрозділу з управління соціальною відповідальністю.

Спроектвана ОСУСВ допоможе сучасним ФП підвищити ефективність їхньої соціально відповідальної діяльності, а завдяки цьому підвищиться імідж ФП як добросовісних виробників та постачальників якісних, безпечних та доступних ЛЗ, зміцниться ділова репутація як добросовісного бізнес-партнера та відповідального роботодавця, що призводить до посилення конкурентних позицій українських ФП як на вітчизняному, так і на міжнародному фармринку.

Конфлікт інтересів: відсутній.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Bowen, H. R. Social responsibilities of the businessman / H. R. Bowen. – New York : Harper&Brothers, 1953.
2. Davis, K. Understanding the social responsibility puzzle / K. Davis // Business Horizons. – 1967. – Vol. 10, Issue 4. – P. 45–50. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(67\)90007-9](https://doi.org/10.1016/0007-6813(67)90007-9)
3. Davis, K. The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities / K. Davis // Academy of Management J. – 1973. – Vol. 16, Issue 2. – P. 312–322. <https://doi.org/10.2307/255331>
4. Davis, K. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? / K. Davis // California Management Rev. – 1960. – Vol. 2, Issue 3. – P. 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
5. Carroll, A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance / A. B. Carroll // Academy of Management Rev. – 1979. – Vol. 4, Issue 4. – P. 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
6. Carroll, A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral. Management of Organizational Stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons. – 1991. – Vol. 34, Issue 4. – P. 39–48.
7. Carroll, A. B. Managing ethically with global stakeholders : A present and future challenge / A. B. Carroll // Academy of Management Executive. – 2004. – Vol. 18, Issue 2. – P. 114–120. <https://doi.org/10.5465/ame.2004.13836269>

8. Черкашина, А. В. Дослідження сучасного стану соціальної відповідальності найбільших аптечних мереж міста Харкова / А. В. Черкашина, А. А. Котвіцька // *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. – 2014. – № 3. – С. 36–42.
9. Толочко, В. М. Посилення соціальної відповідальності в діяльності аптечних закладів України / В. М. Толочко, М. В. Зарічкова // *Соціальна фармація : стан, проблеми та перспективи : міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, 17–20 бер. 2014 р. / ред. кол.: А. А. Котвіцька та ін. – Х. : НФаУ, 2014. – С. 128–132.

REFERENCES

1. Bowen, H. R. (1953), *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Brothers.
2. Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10 (4), 45–50. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(67\)90007-9](https://doi.org/10.1016/0007-6813(67)90007-9)
3. Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16 (2), 312–322. <https://doi.org/10.2307/255331>
4. Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2 (3), 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
5. Carroll, A. B. (1979). A Tree–Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
6. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), 39–48.
7. Carroll, A. B. (2004). Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge. *Academy of Management Executive*, 18 (2), 114–120. <https://doi.org/10.5465/ame.2004.13836269>
8. Cherkashyna, A. V., Kotvitska A. A. (2014). *Upravlinnâ, ekonomika ta zabezpečennâ âkosti v farmacii*, 3, 36–42.
9. Tolochko, V. M., Zarichkova, M. V. (2014). *Sotsialna farmatsiia: stan, problemy ta perspektyvy.: mizhnarod-na naukovo–praktychna internet–konferentsiia*. (17–20 ber. 2014). (pp. 128–132). Kh.:NFaU.

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

Брагішко Ю. С. (ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3831-8722>)

Посилкіна О. В. (ORCID – <http://orcid.org/0000-0003-4529-4332>)

Надійшла до редакції 14.05.2018 р.