

# ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПОГЛЯД СТУДЕНСТВА

Ткаченко Н.О., Червоненко Н.М.

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя, Україна

[tkachenkonat@bk.ru](mailto:tkachenkonat@bk.ru)

У широкому розумінні соціальна відповідальність (СВ) розуміється як «відповідальність суб'єктів підприємництва за дотриманням норм і правил, не визначених законодавством, які впливають на якість життя окремих соціальних груп та суспільства в цілому». Сутність СВ (за рівнем її формування: особиста – колективна – суспільна) суб'єктами фармації сьогодні трактується по-різному і це є проблемою. Оскільки СВ є добровільним вкладом підприємців у розвиток суспільства, то етичні питання, особисті мотиви й інші складові формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів потребують детального вивчення з урахуванням освітніх та освітньо-кваліфікаційних рівнів.

Метою роботи стало виявлення думки студентів щодо існуючих перешкод для розвитку СВ фармацевтичних організацій в Україні та мотивації для реалізації концепції СВ у фармації. Об'єктом дослідження були вибрані студенти заочної форма навчання. Наявність практичного досвіду та віковий показник обумовив вибір респондентів. Було запропоновано анкету з комбінованими запитаннями. На першому етапі опитування проводили серед студентів 6 курсу з терміном навчання 5,5 років.

Вивчаючи попередній освітній рівень респондентів, з'ясовано, що 58,3% – це студенти, які мають повну загальну середню освіту, після медичного училища – 31,7%. Студенти, які вже мали іншу вищу освіту – 10% (серед них - біологи, інженери, будівельники, філологи).

Аналіз відповідей на питання «У чому Ви бачите основні перешкоди для розвитку СВБ?» показав: 50% студентів вбачають основну причину у діях держави. Причину у «менталітеті» наших співгромадян і «складній системі

оподаткування» побачили 33,3% і 28,3% опитаних відповідно. «Небажання керівництва» приймати участь у програмах СВ – 25% респондентів; «не усвідомлення компанією переваг ефективної соціальної політики» - 20%. 16,7% студентів бачать одну з перешкод у «неготовності суспільства до соціального партнерства».

З урахуванням того, що студенти повинні вміти визначати заходи, що можуть забезпечити досягнення цілей, або покращити результати діяльності, було запропоновано питання: «Які заходи необхідно вжити для розширення практики СВ поведінки підприємців?». На думку майже половини респондентів вказано три шляхи вирішення цієї проблеми: розробка системи залучення та обліку інвестицій бізнесу в соціальні програми, інформування населення про соціальні проекти і програми компаній та введення соціального законодавства. Крім того, для з'ясування, що може спонукати підприємців до реалізації СВ у сфері фармації респондентам запропонували 8 варіантів основних мотивів і надали можливість сформулювати інші мотиви на їх розсуд. Результати анкетування: 46,7% студентів стимулом розвитку СВ вважають «покращення іміджу компанії». По 35% опитані надають таким мотивам, як «зобов'язання перед суспільством» та «усвідомлення отриманих переваг». На жаль, тільки 6% студентів приділяють увагу такому мотиву, як «наслідування корпоративних традицій».

Таким чином, у ході досліджень виявлено недостатньо повну сформованість управлінської компетенції у студентів-випускників 6 курсу заочної форми - слабкі навички аналізу необхідної інформації з тієї чи іншої проблеми, здатності вирішувати певні проблеми і задачі соціальної діяльності та приймати раціональні управлінські рішення.

Основними перешкодами у розвитку СВ ця група студентів вбачає у безвідповідальних діях держави, у відсутності відповідної законодавчої бази та неготовності суспільства до соціально відповідальної поведінки. Це свідчить про низький рівень особистої СВ і бажання перекласти відповідальність на інших.