

## АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО БІЗНЕСУ

**Ключові слова:** моделі управління, моделі соціальної відповідальності, фармація

Сьогодні в Україні поряд із економічними чинниками все більш значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності, досягненні продуктивності та прибутковості господарської діяльності починають відігравати соціально-відповідальні функції підприємства. Включення до його компетенції питань підтримки природоохоронних заходів, розроблення та реалізації програм розвитку спеціальних професійних закладів, медичних пунктів, оздоровниць та інших закладів соціальної інфраструктури підприємства, формування систем соціального, освітнього та психологічного забезпечення працівників, впровадження принципів етичної поведінки у відносинах з постачальниками та споживачами [1].

Подібна трансформація суспільних цінностей та пріоритетів потребує внесення змін до діючої практики управління підприємствами різних галузей народного господарства, у тому числі фармацевтичних. Необхідно забезпечити інтеграцію принципів, методів та інструментів соціальної відповідальності у їх діяльність.

Соціальна відповідальність (СВ) – це довгострокове зобов'язання компаній поводитись етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи життя співробітників і їх родин, громади й суспільства загалом.

Більшість зарубіжних та вітчизняних науковців, які досліджували вплив соціальної ролі бізнесу в суспільстві, одноставні у думці, що корпоративні добродійні та соціальні програми хоча й не спрямовані на отримання додаткового прибутку, проте їх реалізація приводить до виникнення не тільки ефекту соціального, але й бізнес-ефекту [2, 3].

Впровадження основних засад СВ вітчизняними фармацевтичними підприємствами не можливе без світових напрацювань та досвіду.

**Метою** роботи стало вивчення і аналіз існуючих моделей соціальної відповідальності та можливість їх функціонування в Україні.

### **Матеріали та методи дослідження**

Використано методи пошуку, аналізу та узагальнення даних інформаційних джерел, маркетингового аналізу щодо моделей соціальної відповідальності за різних форм управління.

### **Результати дослідження та обговорення**

СВ бізнесу неможливо розглядати у відриві від особливостей державної політики конкретних країн та культурно обумовлених сподівань населення. Кожна модель управління надає різні можливості з точки зору реалізації принципів СВ.

Фундаментальним принципом СВ є дотримання правових і законодавчих норм діяльності підприємства. Водночас СВ передбачає активні дії підприємства за межами норм, визначених законом, та прийняття на себе додаткових, добровільних (не установлених законодавством) зобов'язань перед суспільством.

Сьогодні серед домінуючих у світовій практиці моделей управління – англо-американської, японської та німецької (європейської) в умовах глобальної фінансово-економічної кризи пріоритет віддається німецькій та японській моделям з їх орієн-

тацією і врахуванням системи соціальних цінностей, соціальної взаємодії і довіри, соціокультурних відмінностей [4].

Для того, щоб зрозуміти сутність моделей управління та відстежити в них прояв СВ, необхідно розглянути історичне виникнення та формування цих моделей.

Протягом XX століття розмежування світових господарських систем відбувалося головним чином по лінії «капіталізм» – «соціалізм». Наприкінці 1980-х рр., з падінням радянського режиму, вчені стали все більше звертати увагу на те, що сам капіталізм розрізняється за соціально-економічними, політичними та ідеологічними відносинами. Тоді ж у теорії управління сформувалися дві основні моделі: англосаксонська (або англо-американська) і рейнська (або європейська) [4, 5].

Втілення англосаксонської моделі відбувається у США, Канаді, Великій Британії, Ірландії, Австралії, Новій Зеландії, та ін. Рейнська модель представлена у Німеччині, більшості держав континентальної Європи (особливо скандинавських країн) та Японії [5].

Англосаксонська модель управління – це управління в інтересах акціонерів. Про цю модель управління можна сказати, що вона недостатньо поєднується з принципами СВ. Рівень захищеності працівників підприємства в англосаксонській моделі управління низький. Отже, корпорації прагнуть перекласти завдання адаптації до швидко змінних ринкових умов на плечі співробітників, при цьому продовжують отримувати високі прибутки. За цієї моделі управління СВ сприймається як моральне право власників і керівників компаній.

Рейнська модель управління зовсім протилежна. Підприємства розглядають як «спільна справа», «людська спільнота» і, навіть, «виробнича сім'я» (табл. 1).

Сьогодні у сучасному світі існують декілька моделей СВ бізнесу. Кожна з них відтворює суспільно-економічний уклад тієї чи іншої країни. Найпоширенішими з яких є форми моделей США (американська), континентальної Європи (європейська або континентальна), Японії (азійська) та змішана модель (корпоративна) [6].

Для американської моделі характерно те, що через сутність американського підприємництва, яке ґрунтується на максимальній свободі суб'єктів господарювання, багато сфер суспільства залишається до сьогодні самоврегульованими. Так, трудові відносини працівник – роботодавець є предметом двостороннього договору. Право американців на охорону здоров'я у своїй більшості є саме правом вибору громадянами користуватися чи ні медичним закладом, що є підґрунтям добровільного медичного страхування. Державне регулювання у цих сферах торкається лише базисних невід'ємних прав членів суспільства. Відповідно, усі ініціативи у сфері СВ є для корпорацій добровільними за сутністю. США виробили численні механізми участі бізнесу у соціальній підтримці суспільства – велика кількість корпоративних фондів, націлених на вирішення різних соціальних проблем за рахунок бізнесу. Аналіз публікацій показує, що американський бізнес зацікавлений у добровільних вливаннях в освіту, пенсійні та страхові схеми для персоналу та інші соціально значущі програми. Соціально активна поведінка корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами та заліками, що закріплено на федеральному законодавчому рівні. Від податків на прибуток звільняються тільки ті компанії, які займаються благодійністю за одним із трьох напрямів: культура, наука та охорона здоров'я, причому пільги отримуються тільки після того, як відповідне Міністерство внесе їх до переліку компаній, які звільнені від податку. Для США характерним є мінімальне втручання держави у приватний сектор, але незважаючи на це, відомі традиції систематичної участі бізнесу та держави у фінансуванні різних некомерційних проектів [7].

## Аналіз основних моделей управління бізнесом на підприємствах

Модель управління	Концепція підприємства	Захист інтересів суб'єктів	Мета та мотиви управління	Негативні аспекти управління	Соціальна відповідальність	Участь персоналу в управлінні
<i>Англосаксонська</i>	Вузьке розуміння підприємства, як об'єкту приватної власності	Виключно інтереси власників (акціонерів)	Максимізація прибутку від акцій, якими володіють	<input type="checkbox"/> Обмеження на реалізацію довгострокових проєктів, <input type="checkbox"/> відсутність програм соціального захисту та професійної підготовки (перепідготовки), <input type="checkbox"/> стримування росту заробітної плати персоналу <input type="checkbox"/> бажання перекласти задачу адаптації до швидкозмінних ринкових умов на персонал	Моральне право власників та керівництва компанії, питання їх ініціативи	Не розвинуту
<i>Рейнська</i>	Підприємство – «спільна справа», «співтовариство людей»	Співучасників: <u>1. Інсайдери:</u> <input type="checkbox"/> Менеджери компанії <input type="checkbox"/> Працівники компанії <u>2. Аутсайдери:</u> <input type="checkbox"/> Власники (акціонери) <input type="checkbox"/> Постачальники <input type="checkbox"/> Споживачі <input type="checkbox"/> Місцеві співтовариства <input type="checkbox"/> Держава <input type="checkbox"/> Інші зовнішні суб'єкти	<u>Аутсайдери:</u> <input type="checkbox"/> Розвиток компанії, укріплення відносин отримання прибутку (власники); <input type="checkbox"/> Стабільність ділових відносин, які склалися (постачальники та споживачі); <input type="checkbox"/> Екологічна безпека, допомога у вирішенні соціальних проблем і ін. (місцеві співтовариства); <input type="checkbox"/> Податкові надходження, міжнародна конкурентоспроможність (держава). <u>Інсайдери:</u> <input type="checkbox"/> Посилення свого положення та підвищення статусу (менеджери компанії); <input type="checkbox"/> Збереження робочого місця, професійна підготовка, соціальні виплати, соціальні програми (працівники компанії)	Досить часто працівникам пропонують права «другого сорту», які не дають можливості приймати участь в управлінні і контролі над справами компанії, отже, залишаються практично незмінними традиційні відносини влади і підлеглості	У різних формах закріплено законодавчо та (або) підтримується культурними традиціями	Дві системи участі: <input type="checkbox"/> Рада працівників підприємства або виробнича рада <input type="checkbox"/> Наглядова рада або співуправління

На відміну від США, європейські корпорації більш схильні до обмеження своєї відповідальності перед суспільством. Європейська модель (континентальна) СВ не є відкритою лінією поведінки компанії і, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами відповідних держав. Саме тому більшість соціальних проблем відносяться європейськими компаніями до сфери етичної відповідальності. Європейці взагалі не дуже довіряють приватному сектору, саме цим пояснюється більш високий рівень уваги до бізнесу з боку громадськості. Наприклад, це питання атомної енергетики, випробувань препаратів на тваринах, генної інженерії тощо. Благодійність у Європі не така популярна, як у США. Таке становище можна пояснити високим загальним рівнем податкового тягаря, що суттєво перевищує американський. Як наслідок, європейські компанії беруть участь у філантропічних акціях винятково через юридично закріплені механізми. У багатьох країнах Європи законодавчо закріплено за підприємством обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання та ряд інших соціальних питань [8].

Як бачимо, європейська модель СВ принципово відрізняється від моделі американської. Бізнес у Європі розглядає державу як інститут, що виконує прийняті правила поведінки, а в США подібне втручання держави розцінюється як порушення свободи бізнесу. Якщо американська модель розглядає як цілі корпоративної СВ прибутковість і відповідальність перед акціонерами, то європейська – відносить до неї додатково питання відповідальності перед працівниками і місцевими співтовариствами.

Японська модель передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. СВ корпорацій в Японії підтримується культурними традиціями країни. Для японської моделі характерна активна роль держави, яка впродовж довгого часу брала участь в корпоративному стратегічному плануванні. Управління бізнесом орієнтовано не лише на отримання прибутку; воно засноване на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому. Працівник вважається членом «своєї» сім'ї, тому його відповідальність і права виходять далеко за рамки звичних трудових обов'язків. Корпорація, у свою чергу, підтримує людину впродовж всього життя – допомагає в придбанні житла, виділяє фінансову допомогу при народженні дітей, а потім їх навчання, виплачує щедру вихідну допомогу і корпоративні пенсії [9].

В останні роки у зв'язку з розвитком великого бізнесу найбільш популярною в Європі стала змішана модель, або корпоративна СВ. Ця модель орієнтує бізнес на три сфери прояву соціальної ініціативи: економіку, зайнятість населення і охорону довкілля. Відповідальність бізнесу поширюється на умови праці, заробітну плату, виплату дивідендів акціонерам, випуск якісної продукції і надання послуг, охорону довкілля, зайнятість в конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення. Відповідальність, пов'язана з реалізацією регіональних соціальних проблем, здійснюється через конкурсні гранти спільно з місцевим самоврядуванням. Корпоративна діяльність, як правило, регулюється нормами, стандартами і законами відповідних держав. У багатьох європейських країнах законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування, пенсійне регулювання, природоохоронна діяльність підприємств.

Крім того, у літературі можна зустріти і інші види моделей соціальної відповідальності [9, 10]. Аналіз цих додаткових моделей СВ дав можливість узагальнити усі їх характеристики (табл. 2).

## Додаткові моделі соціальної відповідальності підприємств

№ з/п	Назва моделі	Рівні прояву	Характеристика
1	Модель «Соціальної справедливості»	Відображає повний контроль з боку спільноти по відношенню до бізнесу	Бізнес повинен бути прозорим, тобто контролюватися суспільством у двох основних сферах – у сфері охорони навколишнього середовища і дотриманні прав робітників
2	Асоціальна модель	Жорстко-прагматична модель, яка орієнтована виключно на інтереси бізнесу і протипоставляє бізнес суспільству	Суттю соціальної відповідальності бізнесу є забезпечення прибутковості підприємства і відповідальність перед акціонерами. Все інше є додатковим навантаженням на бізнес, що знижує його ефективність
3	Меценатська модель або понаднормативна модель	Заснована на особистій ініціативі представників бізнесу і, де-факто, виключає компоненту, що пов'язана з державним регулюванням взаємодії бізнесу і суспільства	Соціальна відповідальність бізнесу повинна включати в себе, перш за все, особисту ініціативу людей бізнесу у соціальній сфері, благодійництво, допомогу менш захищеним групам людей і конкретним людям

Щодо функціонування тієї чи іншої моделі СВ в Україні, то її формування перебуває у зародковому стані. У вітчизняних публікаціях належну увагу цій проблемі стали приділяти лише останні 3–4 роки. Фармацевтичний бізнес до цього часу ще неадекватно сприймається населенням, а держава, у свою чергу, не може ефективно і повною мірою фінансувати соціальні потреби.

Роль держави у формуванні і розвитку соціальної місії бізнесу в Україні є достатньо високою, на відміну від американської і європейської моделей і, певною мірою, через наявність елементів командної системи.

Головною відмінною національною рисою є те, що на регіональному та державному рівнях соціальний внесок, в основному, зводиться до примусової участі бізнесу в реалізації різноманітних соціальних та культурних програм, які можуть бути джерелами корупції. Хоча існує багато соціальних ініціатив самих підприємців, та досить часто вони мають політичний зміст і активізується в період виборчих компаній.

Окрім того, відмінною рисою української моделі СВ бізнесу, є поєднання нових соціальних напрямів в діяльності фармацевтичного бізнесу зі збереженням радянських або навіть і дореволюційних традицій. Для нашої держави характерним залишається невілювання ролі особистості у підприємстві. На більшості фірм існує майже кріпосна залежність працівників від волі керівника або власника.

В Україні через початкову стадію формування соціальної місії бізнесу має місце нерозуміння цілісності концепції, апробованих практик та їх користі. Як і раніше, СВ продовжує бути орієнтованою на найближче коло стейкхолдерів – державу, власників і персонал. Ширше коло зацікавлених сторін (місцеві співтовариства, територіальні громади, регіони, постачальники, споживачі, громадські організації) практично усунуті з цього процесу.

Сьогодні відсутні розвинені інституціональні форми взаємодії влади та бізнесу у вигляді довгострокових угод. Слабкість ресурсної бази та влади на місцях часто виступає причиною низького рівня довіри між сторонами суспільних відносин. Низький рівень довіри формує особливі вимоги бізнесу до влади в разі, якщо влада



розраховує на реалізацію соціальних програм з боку підприємців. Вимоги ці зводяться до двох важливих позицій – рівність вкладів і прозорість соціальних витрат, що проводяться владою за рахунок коштів бізнесу.

Процес впровадження СВ бізнесу у фармацевтичному секторі поки що відбувається за рахунок незначної кількості великих компаній-виробників фармацевтичної продукції та окремих представників роздрібного сегменту фармацевтичної галузі.

Перспективним напрямом щодо впровадження СВ фармацевтичного бізнесу є співпраця підприємств з неурядовими організаціями (організації пацієнтів, лікарські товариства тощо) як основними замовниками цих процесів.

### **В и с н о в к и**

1. Вивчено світові моделі соціальної відповідальності за різних форм управління. Виділяють базові (основні) та додаткові моделі соціальної відповідальності. Кожна модель управління надає різні можливості з точки зору реалізації принципів соціальної відповідальності. Найпоширенішими із них в цей час є форми моделей США (англосаксонська), континентальної Європи (європейська або континентальна) та японська (азійська).

2. За джерелами регулювання, практикою формування і розвитку український варіант соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу є поєднанням елементів англосаксонської моделі (добровільна ініціатива бізнесом) і європейської схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі поведінкові рамки).

### **Л І Т Е Р А Т У Р А**

1. *Пільгуй С. С.* Вплив корпорацій на розвиток суспільства шляхом впровадження корпоративної соціальної відповідальності // *Наук. вісн. Ужгородського ун-ту. Серія «Економіка».* – Ужгород, 2012. – Вип. 2 (36). – С. 194 – 200.

2. *Зінченко А. Г., Саприкіна М. А.* Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку. – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.

3. *Юзик Л. О.* Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vdnuet/econ/2010\\_3/Yuzik.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf).

4. *Прятельчук О. А.* Формування та розвиток системи кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій): Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.02.03. Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2006. – 21 с.

5. *Шевчук А. В.* Социальная ответственность в моделях корпоративного управления // *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры.* – 2005. – № 2. – С. 17 – 26.

6. *Мурашко М. І.* Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні // *Демографія та соціальна економіка.* – 2009. – № 2 (12). – С. 114–122.

7. *Рошк В.* От сохранения народа – к его развитию [ Электронный ресурс ] // *Социальное партнерство.* – 2008. – №4. – Режим доступа: <http://www.oilru.com/sp/19/803/>.

8. Методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу (виробничий рівень) [Електронний ресурс] / *С. В. Мельник, Н. М. Ушакова, О. М. Петроє та ін.* – Режим доступу : [http://lir.lg.ua/docs/metod\\_rek/MR\\_soc\\_v\\_biz\\_virob\\_riv.doc](http://lir.lg.ua/docs/metod_rek/MR_soc_v_biz_virob_riv.doc).

9. *Аникеева О. П., Симонова Л. М.* Модели социальной ответственности бизнеса: мировой опыт и Российская практика // *Вестн. Тюменского гос. ун-та.* – 2010. – № 4. – С. 72–77.

10. *Харитоновна Е. В., Андреева Л. А., Тищенко С. М.* Образ России как социального государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inafran.ru/node/56>.

Надійшла до редакції 25.10.2012.

*Н. А. Ткаченко*

*Запорожский государственный медицинский университет*

## АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

**Ключевые слова:** модели управления, модели социальной ответственности, фармацевция

### А Н Н О Т А Ц И Я

Изучены мировые модели социальной ответственности при различных формах управления. Каждая модель управления предоставляет разные возможности с точки зрения реализации принципов социальной ответственности. В настоящее время наиболее распространенными являются формы моделей США (англосакская), континентальной Европы (европейская или континентальная) и Японии (азиатская). По источникам регулирования, практике формирования и развития украинский вариант социальной ответственности фармацевтического бизнеса является сочетанием элементов англосакской модели (добровольная инициация бизнесом) и европейской схемы (желание предприятий получить от государства четкие поведенческие рамки).

*N. A. Tkachenko*

## THE ANALYSIS OF SOCIAL RESPONSIBILITY MODELS IN PHARMACEUTICAL BUSINESS

**Key words:** case frames, models of social responsibility, pharmacy

### А B S T R A C T

Studied world model of social responsibility in various forms of governance. Each management model provides different possibilities in terms of the principles of social responsibility. Currently, the most common are forms USA models (Anglo-Saxon), continental Europe (European or continental) and Japan (Asia). By source of regulation, practice formation and development of the Ukrainian version of the social responsibility of the pharmaceutical business is a combination of elements of the Anglo-Saxon model (voluntary initiation of the business) and European scheme (the desire of enterprises to obtain from the state a clear behavioral framework).

*Електронна адреса для листування з авторами:  
tkachenko@zsmu.zp.ua*