

Міністерство охорони здоров'я України
Національний медичний університет імені О.О. Богомольця
Фармацевтичний факультет
Кафедра організації та економіки фармації

Випускна кваліфікаційна робота
на тему
**«Формування системи соціальної відповідальності
аптечних закладів»**

Виконала: здобувач вищої освіти 5 курсу Ф4А групи
Напряму підготовки (спеціальності)
22 Охорона здоров'я,
226 «Фармація, промислова фармація»
ОПП «Фармація»
Криворученко Марина Миколаївна
Керівник: д. фарм. н., проф. Гала Л.О.
Рецензент: к. фарм. н., доцент Негода Т.С.

Київ - 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ.....	6
1.1 Історичні аспекти становлення соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу.....	6
1.2 Аналіз моделей соціальної відповідальності фармацевтичних організацій.....	9
Резюме до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ НАПРЯМІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ	15
2.1 Узагальнення закордонного досвіду аптечних мереж у реалізації принципів соціальної відповідальності.....	15
2.2 Аналіз діяльності вітчизняних аптечних закладів щодо впровадження принципів соціальної відповідальності.....	20
Висновки до розділу 2.....	24
РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	25
3.1 Огляд соціальних проєктів за участю аптечних закладів України у період воєнного стану.....	25
3.2 Розробка системи соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану.....	31
Висновки до розділу 3.....	35
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37
ДОДАТКИ.....	40
АНОТАЦІЯ.....	43

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

HR – human resources

WBA – Walgreens Boots Alliance

АНЦ – аптека низьких цін

МОЗ – Міністерство охорони здоров'я

СВФБ – соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу

СФГ – суб'єкти фармацевтичного господарювання

США – Сполучені Штати Америки

ВСТУП

Актуальність теми. Дослідження соціальної відповідальності аптечних закладів є актуальною темою повсякчас. Проте сьогодні, враховуючи несприятливу ситуацію, пов'язану з воєнним станом в Україні, соціальна відповідальність набуває особливого значення. Варто зазначити, що результати впровадження принципів соціальної відповідальності фармацевтичних організацій сприяють формуванню пацієнтоорієнтованого підходу до забезпечення населення фармацевтичною допомогою, зміцнюють імідж та бренд компанії – як на національному, так і на міжнародному рівнях, сприяють формуванню стійких взаємовідносин з ключовими стейкхолдерами аптечного закладу. Саме тому доцільно відзначити необхідність дослідження системи соціальної відповідальності та її практичної реалізації в діяльності аптечних закладів.

Мета і завдання дослідження. Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження передумов формування системи соціальної відповідальності аптечних закладів.

Для досягнення мети роботи сформовано наступні завдання:

- провести аналіз поняття соціальної відповідальності бізнесу;
- охарактеризувати основні моделі соціальної відповідальності та їхні характеристики;
- виділити особливості впровадження принципів соціальної відповідальності у вітчизняному фармацевтичному бізнесі;
- визначити найпоширеніші вектори реалізації принципів соціальної відповідальності у фармацевтичній сфері;
- проаналізувати звіти щодо корпоративної соціальної відповідальності аптечних мереж за кордоном та узагальнити світовий досвід упровадження соціальних ініціатив у практичну діяльність аптечних мереж;
- проаналізувати діяльність вітчизняних аптечних закладів в умовах воєнного стану в Україні та охарактеризувати основні напрями соціальної відповідальності провідних аптечних мереж;

- запропонувати модель соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану, враховуючи соціальні проєкти та ініціативи, спрямовані на допомогу населенню та підтримку держави.

Методи дослідження. У ході дослідження використано контент-аналіз літературних джерел і веб-сторінок фармацевтичних компаній, методи узагальнення й систематизації даних, логічний і структурний аналіз.

Об'єкт дослідження – соціальна відповідальність аптечних закладів.

Предмет дослідження – дослідження передумов формування системи соціальної відповідальності аптечних закладів.

Новизна та значення отриманих результатів полягає в здійсненні аналізу соціальної відповідальності аптечних закладів, з'ясуванні її ролі та значення в умовах воєнного стану в Україні.

Апробація результатів дослідження. Основні результати випускної кваліфікаційної роботи обговорено на II науково-практичній інтернет-конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми якості, менеджменту та економіки у фармації та охороні здоров'я», що проводилася на базі Національного фармацевтичного університету (м. Харків, 19 січня, 2024).

Публікації. За матеріалами випускної кваліфікаційної роботи опубліковано 1 тези доповіді: Гала Л.О., Криворученко М.М. Дослідження сучасного стану соціальної відповідальності аптек в умовах воєнного стану в Україні. *Актуальні проблеми якості, менеджменту і економіки у фармації і охорони здоров'я: матеріали II наук.-практ. internet-конф. з міжн. участю, м. Харків, 19 січня 2024 р. С. 389-390.*

Структура роботи. Робота викладена на 44 сторінках друкованого тексту. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. Робота проілюстрована 2 малюнками і 1 таблицею. Список використаної літератури охоплює 24 джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ

1.1. Історичні аспекти становлення соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу

Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 від Міжнародної організації стандартизації чітко визначає, що соціальна відповідальність є центром уваги компанії та включає відповідальність за вплив її рішень і діяльності (процесів, продуктів) на суспільство та навколишнє середовище. Компанії повинні забезпечити: дотримання правових стандартів, правил ведення бізнесу та виконання встановлених законодавством зобов'язань; прозорість та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства; врахування очікувань зацікавлених сторін [1].

Згідно визначення, наведеного у Фармацевтичній енциклопедії, *соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу (СВФБ)* – це можливість суб'єктів фармацевтичного господарювання (СФГ) брати на себе зобов'язання фінансово-економічного, соціального й екологічного характеру за результати їхньої діяльності перед ключовими стейкхолдерами: суспільством, країною, працівниками, бізнес-партнерами та іншими, яка реалізується через етичне врахуванням інтересів та очікувань усіх зацікавлених сторін при дотриманні норм чинного законодавства та світових стандартів на принципах добровільної та взаємної вигоди [2].

Історичний розвиток соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу відбувався відповідно до змін в суспільстві, правового середовища та етичних стандартів. У різні часи організації приділяли увагу саме тим концепціям, які відповідали вимогам суспільства та ринкових відносин.

Теоретичні засади соціальної відповідальності були закладені ще у 18 столітті в часи промислової революції і становлення сучасного

підприємництва. Одним із перших засновників ідеї соціальної відповідальності серед підприємців був американський бізнесмен Е. Карнегі. Науковець визначив ключові принципи, які, на його думку, має враховувати кожна успішна компанія, а кожен бізнес повинен сприяти загальному добробуту суспільства, у якому він функціонує. Пізніше Г. Боуен продовжив цей підхід, опублікувавши монографію під назвою «Соціальна відповідальність бізнесмена». У своїй роботі він визначив основні принципи та завдання соціальної відповідальності як частини корпоративної стратегії.

Історія соціальної відповідальності у фармацевтичному бізнесі є еволюційним процесом, який охоплює різні аспекти, включаючи медичні дослідження, доступ до ліків, сталість цін, етичні питання та інші. Нижче наведено загальний огляд історичного становлення соціальної відповідальності:

1. Початок 20 століття: Фармацевтичні компанії спрямовують зусилля на виробництво та поширення найважливіших лікарських засобів. Однак питання соціальної відповідальності і доступності ліків для населення не завжди було пріоритетом.

2. Середина 20 століття: Підвищення ролі фармацевтичних компаній у суспільстві, початок доклінічних та клінічних досліджень нових лікарських засобів. Одночасно виникає дедалі більше етичних питань, пов'язаних із відпуском та рекламою ліків.

3. 1970-1980-ті роки: Зростання обізнаності суспільства щодо соціальних ініціатив та активність громадських організацій спонукає фармацевтичні компанії до участі в благодійних програмах, наданні медичної допомоги іншим країнам у рамках гуманітарної допомоги, особливо в умовах епідемій.

4. 1990-2000-ті роки: Збільшення уваги до екологічних аспектів виробництва, утилізації лікарських засобів, застосування екологічних підходів до безпечного поводження з пакуванням від ліків та медичних виробів.

5. 21 століття: Зростання ролі соціальної відповідальності у стратегіях фармацевтичних компаній. Запуск ініціатив, спрямованих на боротьбу зі світовими проблемами, такими як вірусні епідемії, нестача ліків, підтримка глобальних програм здоров'я.

6. Сучасність: Фармацевтичні організації проявляють інтерес до впровадження екологічних та соціальних стандартів у виробництво лікарських засобів, а також до розвитку нових ліків для боротьби зі соціально значущими захворюваннями.

Історія соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу свідчить про зростання усвідомленості компаній стосовно їхнього впливу на суспільство та природу, а також про зміщення акценту фармацевтичних компаній від мети отримати великий прибуток до ведення соціально-відповідальних практик.

Якщо розглядати соціальну відповідальність саме як концепцію соціально-етичного маркетингу за Ф. Котлером [3], то її формування відбулося внаслідок еволюційних змін традиційних маркетингових підходів, які адаптувалися під потреби суспільства у різний період його розвитку (табл. 1.1) [4].

Таблиця 1.1

Еволюція маркетингових концепцій

Період	Концепція	Характеристика
до 1920 р.	Концепція удосконалення виробництва (виробнича концепція)	Головна увага приділяється оптимізації виробничих процесів та зниженню витрат на виробництво. Виробництво великих обсягів продукції для задоволення масового попиту. Основний метод конкуренції – надання товарів за низькими цінами завдяки економії виробничих витрат.
1920-1930 рр.	Концепція удосконалення товару (товарна концепція)	Основний напрям полягав у розробці та виробництві високоякісного продукту, який може задовольнити потреби та очікування споживачів. Ця концепція зазвичай застосовується в ситуаціях, коли товар є стандартним, і відмінності між брендами визначаються головним чином його технічними характеристиками.
1930-1950 рр.	Концепція	Концепція базується на ідеї, що

	інтенсифікації комерційних зусиль	використання різноманітних комерційних засобів може значно покращити результативність маркетингових заходів. Активне використання рекламних кампаній для просування продуктів чи послуг, що включає не лише традиційні медіа, але й цифрові та інтернет-ресурси.
1960-1980-ті рр.	Концепція маркетингу	Центральним елементом концепції є розуміння та врахування потреб і бажань споживачів. Маркетингова стратегія повинна бути спрямована на задоволення цих потреб. Концепція визнає необхідність створення цінності для клієнтів через унікальність продуктів, якість обслуговування та інші переваги.
Кінець 1990 р. - початок 2000 років	Концепція соціально-відповідального маркетингу	Концепція ведення бізнесу, яка передбачає врахування соціальних та екологічних аспектів у плануванні та реалізації маркетингових стратегій

Історія соціально-етичного маркетингу свідчить про поступовий розвиток усвідомленості бізнесу та підприємців про важливість соціально відповідальних та етичних практик у сучасному світі. Унаслідок еволюції маркетингових концепцій сформувався сучасний цілісний маркетинговий підхід – холістичний маркетинг – який інтегрував у собі розуміння компаніями важливості соціальної відповідальності по відношенню до персоналу компанії, ключових стейкхолдерів та споживачів [5].

1.2. Аналіз моделей соціальної відповідальності фармацевтичних організацій

Щодо класифікації соціальної відповідальності у фармацевтичних організацій, можна розмежувати внутрішню та зовнішню соціальну відповідальність [6].

Внутрішня соціальна відповідальність включає:

- кадровий менеджмент та розвиток персоналу фармацевтичної компанії або аптеки через залучення до освітніх проєктів та програм підвищення

кваліфікації з метою безперервного професійного розвитку та формування кадрового потенціалу на підприємстві;

- охорона здоров'я працівників та безпека на робочому місці;
- забезпечення соціального пакету для працівника (медичне та соціальне страхування);
- стабільна та своєчасна виплата заробітної плати;
- підтримка та надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях, зокрема в період пандемії та воєнного стану.

Зовнішня соціальна відповідальність включає:

- співпраця з місцевими громадами та владою;
- формування взаємовідносин з ключовими стейкхолдерами (діловими партнерами, постачальниками та споживачами);
- відповідальність перед споживачем за якість наданих послуг та продукції;
- спонсорство та благодійні проєкти;
- охорона навколишнього середовища та організація екологічних заходів.

Соціальна відповідальність фармацевтичних організацій може бути визначена через різні моделі та підходи. Нижче наведено узагальнений аналіз декількох моделей соціальної відповідальності, які найчастіше використовуються в практичній діяльності сучасних компаній.

«Американська» модель соціальної відповідальності ґрунтується на принципах добровільності. Основними напрямками впровадження концепції соціальної відповідальності є етичне ведення бізнесу, збереження довкілля, розвиток персоналу та суспільства в цілому, волонтерська діяльність та співпраця з різними організаціями [7].

Характерні риси «американської» моделі СВ

1. Добровільна участь: участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем базується на добровільній ініціативі компаній.
2. Чітко визначені напрями соціальної діяльності: кожна компанія має конкретно визначені напрями своєї соціальної діяльності, які часто пов'язані

з її основними цілями та цінностями.

3. Контроль витрат та очікувані результати: компанії активно контролюють цільове використання витрачених коштів на соціальні ініціативи та очікують конкретних фінансових результатів від організованих заходів.

4. Заохочення державою соціально відповідальної діяльності: державні структури стимулюють підприємства до здійснення соціально відповідальних заходів, часто шляхом фіскальних (податкові пільги, знижки тощо) або інших заохочень.

5. Орієнтування на філантропію: велика увага приділяється філантропічним ініціативам, таким як виділення коштів на мистецтво, культуру, освіту тощо.

6. Пріоритет на локальний рівень: вирішення соціальних проблем акцентується на рівні місцевої громади та окремого регіону, спрямовуючи зусилля на покращення життя місцевого населення.

«Європейська» модель соціальної відповідальності, на відміну від «американської», ґрунтується на законодавчому рівні, відповідно до стандартів та відповідних норм і, в першу чергу, акцентується на етиці ведення бізнесу. У багатьох країнах Європейського Союзу законодавчо визначено, що компанії повинні забезпечувати медичне страхування для своїх працівників, сприяти захисту та покращенню їхнього здоров'я тощо [8]. Особливістю цієї моделі є те, що європейські компанії часто створюють у своїй структурі спеціальні відділи, що відповідають за розробку та впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у практичну діяльність компанії та безпосередньо здійснюють контроль за їхнім виконанням. Окрім цього, фармацевтичні компанії в Європі регулярно публікують нефінансові звіти (звіти з корпоративної соціальної відповідальності), що сприяє формуванню взаємовідносин між бізнесом та суспільством, що також вказує на прозорість та відкритість ведення бізнесу.

«Британська» модель соціальної відповідальності бізнесу інтегрує в собі підходи американської та європейської моделей. Принциповою відмінністю є залученість самої організації чи компанії у впровадження

проектів соціальної відповідальності, що повністю відповідає принципу добровільності. Загальною рисою цієї моделі є активна підтримка бізнесу з боку держави та розвинена система заходів соціального захисту та охорони здоров'я. У Великій Британії ініціатором напрямів соціальної відповідальності з боку бізнесу є здебільшого державні структури, на які покладається координація зусиль щодо практичної реалізації соціальної відповідальності. Участь держави у розвитку соціальної відповідальності бізнесу проявляється у налагоджених партнерських відносинах з власниками підприємств, які беруть участь у фінансуванні проектів, стимулюванні учасників, просуванні ініціатив щодо відповідності національних стандартів міжнародним. Велика увага до соціальної відповідальності у Великій Британії підкріплена тим, що було створено посаду міністра з питань корпоративної соціальної відповідальності в Уряді [9].

«Канадська» модель соціальної відповідальності передбачає, що більшість компаній Канади співпрацює з «Національним інститутом якості». Інститут вимагає від компаній здійснювати свою практичну діяльність відповідно до стандарту «Модель здорового робочого місця та підвищення якості». Нормативний стандарт регулює діяльність компаній у таких ключових сферах, як рекрутинг та залучення працівників до компанії; створення позитивного іміджу компанії та залучення додаткових інвестицій; формування цінностей компанії шляхом забезпечення відповідних умов праці, організації безпечного робочого місця, турботи про здоров'я працівників, їх професійний та ментальний розвиток [10].

«Японська» модель соціальної відповідальності заснована на дотриманні культурних практик і об'єднанні працівників як на рівні компанії, так і на державному рівні. Японці ставляться до працівників як до членів сім'ї, а це означає, що компанії прагнуть забезпечити соціальний захист як працівників, так і їхніх родин. Основна увага японської корпоративної соціальної відповідальності зосереджена на персоналі, а сфери її впливу – захист прав людини, професійний розвиток, охорона навколишнього

середовища (включаючи навчання для нових працівників), допомога в разі стихійних лих, відновлення після стихійних лих, економічний розвиток. Японія розглядає корпоративну соціальну відповідальність як незалежну діяльність, це означає, що компанії створюють окремі структурні елементи для реалізації цієї ініціативи та звітують про її результати [11].

Практика впровадження соціальної відповідальності в діяльність вітчизняного фармацевтичного бізнесу характеризується поєднанням базових елементів із вищезгаданих моделей, які адаптовано під сучасні реалії в Україні.

Найпоширенішими векторами реалізації принципів соціальної відповідальності у фармацевтичній сфері на сьогодні є:

1. Орієнтація на формування позитивного іміджу HR-бренду фармацевтичної компанії чи аптечного закладу шляхом підвищення рівня заробітної плати, виплати додаткових премій та впровадження гнучких систем фінансової мотивації персоналу, забезпечення для працівників гнучкого робочого графіка з урахуванням раціональної оптимізації часу на роботу та відпочинок персоналу, впровадження та реалізація програм безперервного професійного навчання фармацевтичних працівників та розробка індивідуального плану розвитку фахівця.

2. Екологічна відповідальність. Упровадження в компаніях принципів «зеленого офісу», принципів paper-less, перехід на цифровий формат спілкування, впровадження енергозберігаючих технологій, підтримка програм щодо сортування сміття, утилізації фармацевтичних відходів та непридатних лікарських засобів, організація та підтримка екологічно просвітницьких заходів на корпоративному рівні.

3. Побудова тісних та довірливих взаємовідносин зі споживачами. Особливого значення у фармації набуває саме цей напрямок, що включає безпечність та ефективність лікарського засобу чи медичного виробу, надання фахівцями достовірної інформації щодо застосування та побічних ефектів лікарських препаратів, проведення чесної рекламної кампанії,

підтримка «добросовісної» конкуренції, забезпечення системи фармаконагляду для пацієнтів.

4. Розвиток суспільства та громади. Фармацевтичні компанії виділяють фінансові ресурси на благоустрій громади, у межах якої вони здійснюють свою діяльність, такий напрям має впровадження як на місцевому, так і на національному рівні.

5. Підтримка держави в період військової агресії. Закордонні, вітчизняні фармацевтичні компанії та аптечні мережі систематично виділяють велику фінансову допомогу для підтримки Збройних сил України та сил оборони держави, підтримують населення в зоні бойових дій та на окупованих територіях із метою забезпечення безперервного доступу до фармацевтичної допомоги та до якісних ліків.

Резюме до розділу 1

1. У ході роботи було проаналізовано поняття соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу, охарактеризовано основні моделі соціальної відповідальності та їхні характеристики.

2. Упровадження принципів соціальної відповідальності в діяльність вітчизняного фармацевтичного бізнесу характеризуються поєднанням базових елементів із традиційних моделей соціальної відповідальності.

3. Найпоширенішими векторами реалізації принципів соціальної відповідальності у фармацевтичній сфері на сьогодні є орієнтація на формування позитивного іміджу HR-бренду фармацевтичної компанії чи аптечного закладу, екологічна відповідальність, побудова тісних та довірливих взаємовідносин зі споживачами, розвиток суспільства та громади, підтримка держави в період військової агресії.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ НАПРЯМІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ

2.1. Узагальнення закордонного досвіду аптечних мереж у реалізації принципів соціальної відповідальності

У ході дослідження нами проаналізовано звіти щодо корпоративної соціальної відповідальності провідних аптечних мереж світу та узагальнено світовий досвід щодо впровадження соціальних ініціатив у їхню практичну діяльність. Деякі приклади соціальної відповідальності світових аптечних мереж представлено далі.

Одна з найбільших американських аптечних мереж CVS Pharmacy вже тривалий час впроваджує принципи корпоративної соціальної відповідальності. У своїй діяльності топ-менеджмент керується принципами: здорове населення, здоровий бізнес, здорове суспільство і здорова планета. Основними досягненнями аптечної мережі у 2020 році є протидія світовій пандемії COVID-19. Фармацевтичні фахівці провели для близько 15 мільйонів відвідувачів тестування на COVID-19, зокрема у понад 4800 пунктах Drive-thru pharmacy, так званої «аптеки за кермом».

Значні досягнення аптечна мережа має й у побудові цифрової комунікації зі потенційними клієнтами, а саме впровадження нового мобільного додатку для відеоконсультацій із лікарями. E-Clinic як новий додаток для телемедицини допомагає налаштувати комунікацію з медичними фахівцями, які можуть діагностувати та лікувати поширені травми та хронічні захворювання і відповідно призначати правильне лікування. Пацієнти все частіше взаємодіють з аптекою у цифровому режимі, здійснивши понад 2 мільярди відвідувань цифрових платформ CVS Pharmacy у 2022 році. Додаток CVS Health Dashboard обслуговує 8 мільйонів користувачів із додатковими функціями, що дозволяють пацієнтам

переглядати свої рецепти, медичні записи та інформацію щодо лікарських засобів після візиту до аптеки.

Американська корпорація Walgreens Boots Alliance є світовим лідером у сфері роздрібної торгівлі лікарськими засобами з обсягом продажів у 139,5 мільярдів доларів США станом на 2020 рік. Walgreens Boots Alliance (WBA) було названо роботодавцем року за версією Disability:IN у 2023 році. Ця нагорода відзначає досягнення компаній у взірцевих політиках, стратегіях та ініціативах, які привели до вимірних результатів у напрямку інтеграції людей з інвалідністю на робочому місці. Аптечна мережа забезпечує інтеграцію працівників з обмеженими можливостями у сферу роздрібної торгівлі завдяки впровадженню проєкту REDI - три-шеститижневої програми, яка підтримує людей із обмеженими можливостями для виконання ролей помічника з обслуговування відвідувачів та забезпечення консультативної допомоги у аптеках Walgreens. У 2022 році керівництво аптечної мережі запустило програму Walgreens Diverse Advocate Program, спрямовану на посилення представництва різноманітних кадрів на рівні менеджменту через наставництво та спонсорство.

Філософія Walgreens полягає у тому, що повноцінне, продуктивне життя залежить не тільки від фізичного здоров'я, але й турбота про психічне здоров'я є важливою. Саме тому корпорація створює таке робоче місце, де кожного члена команди Walgreens підтримують і цінують за те, що він справжній, до нього ставляться з гідністю та повагою, і він має доступ до необхідних ресурсів і підтримки для свого благополуччя. Як Walgreens, так і Boots UK (який є частиною американської корпорації) наголошують на формуванні спеціалізованих знань у сфері психічного здоров'я шляхом розширення навчання фармацевтичних працівників із надання першої психологічної допомоги – була розроблена програма Walgreens у партнерстві з Національною радою з питань поведінкового здоров'я та Американською асоціацією фармацевтів (APhA) – це чотиригодинний акредитований курс

безперервної освіти, який на сьогоднішній день пройшли приблизно 900 фармацевтів.

Фармацевти Walgreens при відпуску наркотичних засобів безкоштовно надають пацієнтам спеціальні пакети «DisposeRx» для утилізації залишків діючої речовини. Набір DisposeRx містить порошок, який інактивує наркотичні лікарські засоби, перетворюючи їх на гель. Таким чином, інші особи не зможуть екстрагувати наркотичну речовину, а споживачі можуть безпечно викинути їх у звичайний сміттевий бак. Таким чином, Walgreens робить значний внесок у боротьбу із неконтрольованим застосуванням опіоїдних препаратів та забрудненням навколишнього середовища фармацевтичними відходами.

Велику увагу корпорація приділяє і внутрішньому розвитку персоналу, а саме професійному розвитку та безперервному навчанню фармацевтичних працівників. Саме тому в 2013 році було засновано корпоративний університет Walgreens, який забезпечує професійне навчання, програми розвитку лідерства та кар'єрного зростання для фахівців на усіх рівнях менеджменту.

Аптечні мережі беруть на себе відповідальність за інновації та зобов'язуються до екологічних практик. До 2025 року Boots UK і No7 Beauty Company прагнуть зробити 100 відсотків пластикової упаковки придатною для повторного використання або вторинної переробки та досягти 30 відсотків середнього переробленого вмісту пластикової упаковки відповідно до The UK Plastics Pact. Walgreens зобов'язався зробити теж саме до 2030 року. З 2019 року Boots, No7 Beauty Company та The Hygiene Bank разом пожертвували понад 220000 одиниць найнеобхідніших засобів гігієни та особистої гігієни кожному п'ятому жителю Великобританії, який живе в бідності. WBA також співпрацює з такими організаціями, як Susan G. Komen, Macmillan Cancer Support і The Leukemia & Lymphoma Society, щоб підтримати людей, які мають онкологічні захворювання. Крім того, компанія Boots UK запровадила спеціальні модулі електронного навчання для

фармацевтичних фахівців з метою поглиблення знань щодо менопаузи, співпрацювала з Liz Earle Advisors, щоб забезпечити професійне навчання щодо догляду за шкірою в рамках програми Skin School, а також провела заходи Місяця поінформованості про менопаузу, щоб підвищити обізнаність і популяризувати цю тему.

Компанія Boots UK упроваджує власну програму утилізації пластикової тари, яка передбачає етапи прийому використаних упаковок через технологію BootsScan2Recycle за допомогою спеціального веб-сайту. BootsScan2Recycle – це технологія, впроваджена компанією Boots UK в рамках їхньої ініціативи щодо утилізації пластикової упаковки. Ця технологія спрощує процес збору використаної упаковки для подальшої утилізації за допомогою спеціального веб-сайту. За допомогою BootsScan2Recycle відвідувачі аптеки зможуть легко приєднатися до програми утилізації, використовуючи технологію сканування, яку надає компанія. Ця система спрямована на поліпшення зусиль Boots UK щодо утилізації та переробки використаної упаковки. За допомогою BootsScan2Recycle компанія стимулює відповідальні екологічні практики та сприяє зменшенню негативного впливу пластикових відходів на навколишнє середовище.

Ця ініціатива не єдине досягнення компанії в галузі екології. У січні 2019 року Boots Opticians разом з Johnson & Johnson та Terracycle запусив першу схему переробки контактних лінз. Споживачі мають можливість зібрати контактні лінзи через мережу спеціальних контейнерів по всій Великобританії, включаючи Boots Opticians. Ця схема має на меті створити понад 1000 пунктів переробки відходів контактних лінз по всій Великобританії. У кінцевому результаті перероблені контактні лінзи, блістерна упаковка та фольга перетворяться на нові продукти, такі як вуличні меблі та пластикові пиломатеріали.

Крім того, компанія використовує екологічні пакети для упаковки ліків та інших товарів у своїй мережі. Ці пакети виготовлені з невибіленого паперу,

який легко утилізується вдома. Важливо також відзначити, що прибуток від продажу цих екопакетів компанія перераховує в благодійну організацію «BBC Children in Need» для підтримки малозабезпечених дітей.

До кінця 2023 року одна з найбільших роздрібних мереж у світі Walmart планує відкрити 80 спеціалізованих державних аптек (Special Pharmacies of the Community – SPOC), орієнтованих на потреби спільноти людей, які живуть з ВІЛ, у 11 штатах США. У Колорадо, Північній Кароліні, Техасі, Вірджинії та Флориді вже відкрито 70 спеціалізованих аптек, орієнтованих на потреби ВІЛ-спільноти. У цих закладах будуть залучені фармацевти, техніки-фармацевти та інші працівники охорони здоров'я, які пройшли спеціальне навчання. Їхня мета – допомогти ВІЛ-інфікованим розібратися в проблемах, пов'язаних зі здоров'ям, і усунути перешкоди для отримання медичної допомоги всіма можливими способами. Включно з наданням інформації про провідні клінічні дослідження, варіанти лікування, рекомендації щодо здорового способу життя, психологічну підтримку, надання інформації про корисні ресурси, варіанти медичного страхування тощо. Компанія також підтримує політику розширення можливостей фармацевтів для проведення доконтактної (PrEP) та постконтактної (PEP) профілактики ВІЛ-інфекції без рецепта лікаря. Адже фармацевти є невід'ємною частиною команди догляду за пацієнтами, до яких, як свідчить статистика, звертаються частіше, аніж до лікарів первинної ланки. Наразі політика 13 штатів дозволяє фармацевтам відпускати відповідні ліки без рецепта, включаючи Каліфорнію, Нью-Мексико, Орегон і Юту [10].

Варто зазначити, що аптечна мережа впроваджує й інші напрями соціально-відповідального фармацевтичного бізнесу – понад 4600 аптек Walmart у США пропонують безкоштовні перевірки здоров'я, введення вакцин, реалізацію їх зі знижкою та безкоштовні щеплення від COVID-19. Фармацевт безкоштовно проведе перевірку рівня глюкози, холестерину, артеріального тиску та індексу маси тіла. У деяких аптеках такі послуги як

перевірки зору, щеплення від кору, епідемічного паротиту, пневмонії, віспи, кашлюку та гепатиту А і В пропонуються за зниженими цінами.

Екологічні ініціативи також присутні у соціальній діяльності аптек Walmart. Щороку канадці використовують понад 300 мільйонів пластикових флаконів для своїх ліків, які відпускаються за рецептом, але всі ці флакони зрештою потрапляють у сміттєзвалища. У 2011 році Walmart Canada Pharmacy створила модель екологічної упаковки, представивши 100-відсоткову Ecolo-Vial™, яка підлягає переробці. Ecolo-Vial™ – це цільний пластиковий рецептурний контейнер, який підлягає вторинній переробці, стійкий до ультрафіолетового випромінювання та не б'ється.

2.2. Аналіз діяльності вітчизняних аптечних закладів щодо впровадження принципів соціальної відповідальності

Аналіз діяльності вітчизняних аптечних закладів щодо впровадження принципів соціальної відповідальності може включати оцінку різних аспектів, таких як:

1. Доступність ліків для населення – аптечні заклади враховують соціальну відповідальність в питаннях доступності лікарських засобів для різних соціальних груп.

У квітні 2017 року Уряд запустив програму реімбурсації «Доступні ліки». З початку дії програми (2017 рік) пацієнти з серцево-судинними захворюваннями, бронхіальною астмою чи цукровим діабетом II типу мають можливість отримати ліки безкоштовно або з доплатою. З 1 квітня 2019 року Національна служба здоров'я України адмініструє програму відшкодування вартості ліків «Доступні ліки». І безпосередньо відшкодовує аптекам вартість ліків, відпущених пацієнтам за рецептами. Програма «Доступні ліки» зменшує фінансове навантаження на пацієнтів та підвищує доступність ліків [11]. Основна мета реалізації зазначеної програми полягає у підвищенні доступності лікарських засобів, які використовуються при лікуванні

неінфекційних хронічних патологій соціального значення. Пріоритет цих захворювань пов'язаний із показниками епідеміології, тобто найбільше впливають на показники смертності населення та значно знижують якість життя. Крім того, ці патології характеризуються відносно високими показниками ефективності лікування на амбулаторному рівні. Результати дослідження, проведеного за сприяння Агенції США з міжнародного розвитку (USAID), показали, що з майже 80% пацієнтів, які скористалися програмою, відчули, що їх витрати на лікування зменшилися.

2. Професійна етика та забезпечення якості фармацевтичних послуг – аптечні заклади дотримуються етичних стандартів та забезпечують високу якість фармацевтичних послуг.

Згідно Етичного кодексу фармацевта, фармацевтичний працівник повинен:

- ✓ сприяти лікуванню та підтримувати збереження здоров'я населення, зосереджуючись на профілактиці захворювань;
- ✓ дотримуватися встановлених норм фармацевтичної етики та деонтології, постійно підвищувати рівень своїх професійних знань, умінь та навичок;
- ✓ здійснювати свої професійні обов'язки сумлінно, зберігаючи свою професійну незалежність;
- ✓ захищати гідність та честь як фахівця у галузі фармації, утримуватися від будь-яких дій, які можуть викликати негативне ставлення до професії, навіть якщо це не пов'язано з практичною діяльністю;
- ✓ знати повну інформацію про лікарські засоби, включаючи їхні побічні ефекти та протипоказання до використання [12].

3. Освітні та профілактичні програми – участь аптечних закладів у програмах підвищення медичної грамотності та протидії поширенню хвороб, таких як вакцинація та інші профілактичні заходи.

Наказом від 17 лютого 2023 р. № 319 Міністерство охорони здоров'я (МОЗ) України змінило Положення про організацію та проведення

профілактичних щеплень, затверджене наказом МОЗ України від 16 вересня 2011 року № 595, зареєстроване в Мін'юсті 10 жовтня 2011 року № 1160/1989 [13]. У пунктах щеплень для вакцинації можуть бути задіяні медичні та фармацевтичні працівники, у тому числі фармацевт, клінічний фармацевт, які пройшли спеціальне щорічне навчання з питань вакцинації та володіють правилами організації та технікою проведення щеплень, а також навичками надання медичної допомоги за невідкладних станів. Персонал, який не пройшов спеціальних щорічних навчань з вакцинації, не допускається до проведення щеплень. Після імунізації фармацевт повинен внести відповідні дані до Реєстру медичних записів в електронній системі охорони здоров'я (за однією з відповідних форм: № 097\о, № 12\о, №025-1\о, № 025\о, №003\о), засвідчивши їх своїм підписом.

4. Збереження довкілля – аптечні заклади впроваджують практики збереження довкілля, наприклад, управління фармацевтичними відходами або використання екологічно чистого пакування.

Гарним прикладом впровадження екологічних ініціатив є вітчизняна аптечна мережа «D.S.». Аби скоротити використання паперу та інших ресурсів, мережа реалізує концепцію «зеленого офісу». Уже звичною практикою стала повторна заправка картриджів для принтерів і налаштування комп'ютерів на перехід у сплячий режим, заміна офісної техніки на енергоефективну та її кількісне скорочення завдяки вибору мультифункціональних моделей. А відмова від друку звітів і накладних на користь електронного документообігу та телеконференцій дала суттєву економію в обсягах використання офісного паперу. Уже кілька років аптеки не друкують й рекламну продукцію для клієнтів – натомість поширюють електронні версії газети акційних товарів, каталогів продукції власної торгової марки, соціальних звітів.

5. Соціальні проекти у співпраці з фармацевтичними компаніями – участь аптечних закладів у соціальних проектах та благодійних ініціативах, спрямованих на поліпшення соціального благополуччя. Багато вітчизняних

аптек працюють з соціальними програмами від фармацевтичних компаній. Наведемо деякі приклади соціальних програм та їх характеристику:

- Програма «Заради життя». Це дисконтна програма, організаторами якої є компанія «Пфайзер Експорт Бі.Ві.», мета програми – зробити лікарські засоби групи компаній Пфайзер, що беруть участь у Програмі і призначені лікуючим лікарем, більш доступними для всіх пацієнтів. В рамках програми пацієнт може придбати препарати «Генотропін», «Еліквіс» та «Достінекс» за зниженою ціною. Знижка діє лише за наявності картки учасника програми.
- Соціальна програма «Я бачу». Проводиться за підтримки компанії «АДАМЕД» та спрямована на допомогу пацієнтові придбати очні краплі для лікування внутрішньоочного тиску.
- Соціальна програма «Розумний старт». Проводиться за підтримки компанії «Ново Нордіск», спрямована на підтримку пацієнтів з цукровим діабетом.
- Соціальна програма «Ваше здоров'я – наше натхнення». Проводиться компанією «КВІНТАМЕД», націлена на підтримку пацієнтів із хронічними захворюваннями в таких областях як: травматологія, неврологія, кардіологія, гастроентерологія, урологія.
- Соціальна програма «Ваш зір» за підтримки компанії ФАРМАК. Проводиться компанією «ФАРМАК» з метою сприяння пацієнтам із діагнозом «глаукома» у дотриманні ефективної та безперервної терапії протиглаукомними препаратами, підвищення доступності препаратів для пацієнтів з діагнозом «глаукома» шляхом надання знижки.
- Соціальна програма «Захистіть судини – збережіть серце». Проводиться компанією «КРКА», спрямована на збільшення доступності до терапії якісними препаратами і покликана зробити профілактику та лікування серцево-судинних захворювань більш ефективними.

6. Співпраця з місцевою громадою – аптечні заклади взаємодіють із місцевими спільнотами, враховуючи їхні потреби та проблеми.

Аптечна мережа «D.S» відкрила у Львові арт-аптеку, де кожен бажаючий може взяти урок малювання чи пройти майстер-клас з обраного напрямку арт-терапії. А незабаром також планують відкрити «аптечну майстерню», де навчать виготовляти аптечну косметику своїми руками. Арт-терапія – популярний метод психоемоційного оздоровлення та релаксації, найбільш щадний і ефективний метод психотерапії. Різноманітні техніки живопису, графіки, виготовлення виробів у техніці «handmade» дозволяють учасникам практики позбутися негативних емоцій, підвищити самооцінку, а у груповому контексті – набутти цінних навичок соціальної взаємодії та здорового спілкування. Це особливо важливо в час, коли люди морально та психологічно виснажені.

7. Стандарти управління персоналом – вивчення підходів аптечних закладів до соціальної відповідальності у сфері трудових відносин, зокрема стосовно умов праці та соціальних пакетів для працівників.

Аналіз напрямів соціальної відповідальності аптек України дозволяє зрозуміти, наскільки аптечні заклади враховують соціальні та екологічні аспекти у своїй діяльності, а також дають можливість визначити можливі шляхи для поліпшення їхньої соціальної діяльності.

Висновки до розділу 2

1. У ході дослідження було проаналізовано звіти щодо корпоративної соціальної відповідальності провідних аптечних мереж світу та узагальнено світовий досвід щодо впровадження соціальних ініціатив у їх практичну діяльність.

2. Напрямки соціальної відповідальності вітчизняних аптечних закладів полягають у підвищенні доступності лікарських засобів для населення, дотриманні професійної етики фармацевтичних фахівців, в організації благодійних та спонсорських заходів, проєктів щодо збереження навколишнього середовища, забезпечення комфортних умов праці тощо.

РОЗДІЛ 3

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1. Огляд соціальних проєктів за участю аптечних закладів України у період воєнного стану

Об'єктами дослідження реалізації принципів соціальної відповідальності аптек України в умовах воєнного стану стали провідні аптечні мережі України за товарообігом станом на кінець 2023 року (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Топ-10 аптечних мереж за товарообігом

У мережі аптек «АНЦ» роблять все можливе для наближення спільної перемоги та підтримки українських бійців. Від початку повномасштабного вторгнення аптечна мережа «АНЦ» пожертвувала на благодійність понад 45 мільйонів гривень, які стали частиною турботи про бійців та населення на деокупованих територіях. За допомогою донату в розмірі 800 000 гривень аптечній мережі вдалось закрити важливий збір для проєкту «Ліги аеророзвідників» від благодійного фонду «Повернись живим». Зокрема аптека передала бійцям спецпідрозділу «Кракен» аптечки та медичні засоби загального призначення.

Керівництво аптечної мережі АНЦ розуміє, що доступ до ліків на звільнених і прифронтових територіях може бути ускладнений, тому аптеки долучилися до великого збору благодійного фонду «Сергій Притула» та передали на медичні потреби 2 037 573,04 грн від прибутку. Ідеєю аптечної мережі є ініціатива «Ліки для ЗСУ від АНЦ». Мережа підготувала та передала бійцям медичне забезпечення на куп'янському та херсонському напрямках: необхідні медикаменти, медичне обладнання, комплектні тактичні аптечки. Прес-служба мережі «АНЦ» повідомила, що компанія підписала меморандум про співпрацю з проєктом «Серце Азовсталі», який підтримує захисників Маріуполя та їхні родини. У рамках партнерства аптечна мережа надала унікальну можливість захисникам Маріуполя та їхнім рідним скористатися спеціальним «Сертифікатом підтримки». Цей сертифікат дає право придбати вітамінні комплекси чи препарати, що містять вітаміни та мінерали, на загальну суму 2000 гривень або лікарські засоби на загальну суму 5000 гривень.

Аптечна мережа «АНЦ» продовжує свою волонтерську діяльність у тісній співпраці з командою Волонтерського об'єднання імені Андрія Охтирського – разом вони влаштували новорічне свято для вихованців дитсадків Золочівської громади Київської області. Попри всі біди та жахи війни, діти заслуговують на посмішки, новорічну казку та теплі слова. Також компанія підготувала розважальний захід для вихованців санаторної школи-

інтернату I-II ступенів №21 м. Києві, який свого часу постраждав від ворожих ракетних обстрілів окупантів. Спільними зусиллями аптечної мережі та волонтерів до Дня вишиванки для дітей було проведено святкову програму [14].

Мережа аптек «Подорожник» також підтримує українських захисників і захисниць та забезпечує необхідним транспортом на фронт. Компанія виконала заявку на необхідний для наших бійців квадроцикл. Квадроцикл вже виконав свої бойові та рятувальні завдання. Зазначають, що на передовій важливий будь-який вид спецавтомобіля, оскільки він забезпечує мобільність захисників. У компанії також нагадали, що кожен бажаючий може долучитися до допомоги ЗСУ та збору для чергового транспорту на фронт, купуючи продукцію низки популярних брендів. Товари, що беруть участь в акції, можна переглянути на касі аптеки. Кожні 3 гривні з покупки підуть на покупку наступної необхідної деталі для автомобілів.

Щоб і надалі комплексно піклуватися про здоров'я українців і надавати не тільки фармацевтичну допомогу, мережа аптек «Подорожник» розпочала співпрацю з громадською організацією «Моє коло» для підтримки психічного здоров'я українців. Із цією метою партнери підписали Меморандум про взаємодопомогу та спільний розвиток. У рамках ініціативи будуть організовані різноманітні заходи, у тому числі онлайн, покликані задовольнити потреби тих, хто потребує якісної психічної допомоги. Також поширена корисна інформація на важливі теми для збереження психічного здоров'я в різних життєвих обставинах. Мережа аптек «Подорожник» у партнерстві з Національною радою військовослужбовців та ветеранів, громадською організацією «Коло успіху» долучилися до нової благодійної ініціативи. Цього разу компанія передала інвалідні візки для поранених бійців, які перебувають у госпіталях міст Рівного та Вінниці. У рамках цього проєкту незабаром отримають допомогу й інші лікарні області. Компанія відправила партію безпілотників для посилення наших позицій на передовій. Як повідомили у мережі, до них надійшов запит від ЗСУ про потребу в

безпілотниках, його відразу виконали. Наразі передані «пташки» вже на передовій і допомагають бійцям успішно виконувати бойові завдання [15].

За даними МОЗ, в Україні понад 20 тисяч сіл не мають стаціонарних аптек. 4 серпня 2023 року уряд прийняв постанову, яка дозволяє створювати пересувні аптечні пункти у сільській місцевості. Першу таку аптеку в Україні відкрила мережа «Аптека 9-1-1». Пересувна аптека повністю відповідає ліцензійним умовам діяльності аптек: достатньо місця для належного зберігання лікарських засобів та медичних виробів, є холодильник та прилади контролю температури та вологості повітря. Встановлено касовий апарат, відвідувачів обслуговує фармацевт. У мобільній аптеці можна отримати ліки безкоштовно або купити з мінімальною оплатою за програмою «Доступні ліки» та за електронним рецептом. Для цього автомобіль оснащений генератором і старлінком [16].

Аптечна мережа 9-1-1 в одній зі своїх харківських аптек облаштувала аптеку-бункер – своєрідний гуманітарний хаб, працівники якого збирають запити на ліки від людей, що мешкають у містах та селах, де тимчасово не працюють аптечні заклади. Аптека за власні кошти закуповує замовлені за волонтерськими списками препарати для того, щоб потім роздати їх людям [17]. Аптечна мережа 9-1-1 опікується і тваринами – на сьогодні вже роздано понад 38 тон їжі для чотирилапих у Харкові та Харківській області. Також аптека 9-1-1 влаштувала тренінг з тактичної медицини і повністю взяла на себе усі витрати щодо його організації. Учасниками стали працівники «Аптеки 9-1-1», «Аптеки Доброго Дня» та «Бажаємо здоров'я», а також рятувальники служби надзвичайних ситуацій. Вже на третьому місяці повномасштабного вторгнення аптечна мережа 9-1-1 створила благодійний фонд «Фармрух». Його мета – підтримати працівників аптечної галузі України у цей складний час. Щоб дізнатися про потреби українських фармацевтів, існує спеціальна анкета, яка розміщується на сторінці фонду у Facebook. Спочатку працівник аптеки, якому потрібна допомога, її заповнює, а потім з ним зв'язується представник фонду, щоб деталізувати запит [18].

Мережа «Аптека Доброго Дня» закликала відвідувачів долучитися до збору протезів. У партнерстві з Fishka та Mastercard мережа аптек «Аптека Доброго Дня» запустила благодійний проект «FISHKOГрай». Головна мета ініціативи – зібрати 30 млн грн на протезування. Крім того, мережа «Аптека Доброго Дня» повідомила про успішний старт стипендіальної програми – спільної ініціативи з Національним фармацевтичним університетом. Аптечна мережа взялася реалізувати цей проект для студентів університету на 2023/2024 навчальний рік. Таким чином, десять найкращих студентів 4-5 курсів отримуватимуть кошти щомісяця, з вересня по червень. Кожен із обраних майбутніх фармацевтів є відмінником навчання, бере участь у громадському житті та планує розвиватися у сфері фармації. У майбутньому ці та інші студенти зможуть проходити практику в закладах «Аптеки Доброго Дня», стажування та працевлаштування на підприємстві. Головна мета такої співпраці – продемонструвати зацікавленість роботодавців у професійному розвитку майбутніх кадрів та можливість підтримати тих майбутніх спеціалістів, які залишаються в країні та планують працювати у цій галузі [19].

Ще один освітній проект від мережі аптек «Доброго дня» – Академія сталого здоров'я, створена щоб навчити всіх, хто хоче піклуватися про своє здоров'я, красу та молодість. Урочисте відкриття академії та запуск проекту відбулося в одній із аптек мережі у Києві. У мережі зазначили, що на базі новоствореної академії в майбутньому будуть проводитися щомісячні тематичні безкоштовні онлайн-вебінари з експертами з різних сфер охорони здоров'я. Експерти діляться порадами та практичними навичками з зареєстрованими членами Академії сталого здоров'я. Є можливість стежити за анонсами майбутніх вебінарів компанії на офіційних сторінках у соціальних мережах [20].

Мережа «Аптека Доброго Дня» у співпраці з громадською організацією «Землячки» запустили ініціативу для купівлі 10 тисяч комплектів літньої форми для українських захисниць на фронті. Сьогодні жіноча форма – велика

рідкість, тому важливо забезпечити жінок на передовій зручною, якісною літньою формою, яка враховує жіночу фізіологію. У компанії повідомляють, що кожен клієнт аптечної мережі може долучитися до ініціативи, придбавши низку товарів популярних косметичних брендів. Таким чином, 3 гривні з кожної купленої упаковки будуть перераховані на пошиття форми на українському заводі в Харківській області. Дізнатися про акційні товари можна на касі аптеки, або приєднатися до збору безпосередньо при купівлі ліків [21].

Як і провідні вітчизняні аптеки, аптечна мережа «Бажаємо здоров'я» теж виконує певні соціальні зобов'язання. Відкриваючи нові аптеки, компанія, з одного боку, забезпечує людей роботою, а з іншого – покриває питання потреби населення в якісних і доступних ліках. Національна мережа аптек «Бажаємо здоров'я» щомісяця перераховує кошти на декілька волонтерських проєктів, підтримує великі благодійні організації, такі як UNITED24, робить благодійні внески військовим частинам, а також безпосередньо Міністерству оборони України. Загалом із початку повномасштабного вторгнення мережа зробила благодійних внесків на суму понад 15,5 млн грн. Співробітники допомагають із закупівлею турнікетів, тепловізорів, дронів, запчастин до них, медикаментів та військової техніки, патронів для пожежних автомобілів. Велика увага приділяється роботі з волонтерами, які допомагають українцям на деокупованих територіях та працюють з переселенцями [22].

Аптечна мережа «D.S.» регулярно допомагає українській армії з 2014 року, а з початком повномасштабного вторгнення рф компанія продовжує підтримувати українських воїнів. У 2022 році фінансову та організаційну допомогу здебільшого було спрямовано на ті військові частини, де служать працівники компанії чи члени їхніх сімей, а також на тимчасових переселенців, постраждалих громадян, медичні та соціальні заклади, благодійні фонди та громадські організації, які опікуються дітьми-сиротами. Таким чином, лише з початку активної фази війни загальна сума

благодійного внеску компанії на користь ЗСУ склала 10 млн. грн. – багато в чому за рахунок власних можливостей, а також із залученням партнерів, співробітників і відвідувачів аптеки. 2022 рік був ювілейним для компанії – 30-річчя з дня заснування. Але замість корпоративного свята компанія здійснила фінансовий внесок на підтримку Збройних Сил у розмірі 1 млн 200 тис. грн, з яких 100 тис. – це особистий внесок співробітників і клієнтів, зокрема, шляхом пожертвування ними бонусних балів за програмою лояльності [23].

Аптечна мережа «D.S.» здійснює свій внесок у наближення перемоги не лише прямими фінансовими та організаційними зусиллями. П'ятнадцять працівників мережі перебувають у лавах ЗСУ, а фармацевти займаються багатьма волонтерськими заходами в тилу: сортують ліки, плетуть маскувальні сітки, виготовляють свічки та готують енергетичні батончики для захисників на фронті.

Інтерактивний музей «Таємна аптека Д.С.» у Львові, який, зокрема, в умовах повномасштабної війни продовжив свою роботу і протягом 2022 року прийняв понад 500 українців різного віку зі статусом внутрішньо переміщених осіб на безкоштовні екскурсії та провів майстер-класи – з метою надання їм можливості емоційного відпочинку та психологічної реабілітації. Ця соціальна ініціатива не припинилася і в 2023 році [24].

3.2. Розробка системи соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану

Провівши аналіз соціальних проєктів та напрямів діяльності вітчизняних аптечних закладів щодо реалізації інструментів соціально-відповідального маркетингу в умовах воєнного стану, нами було запропоновано модель соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану в країні. Вона наведена на рис. 3.2.

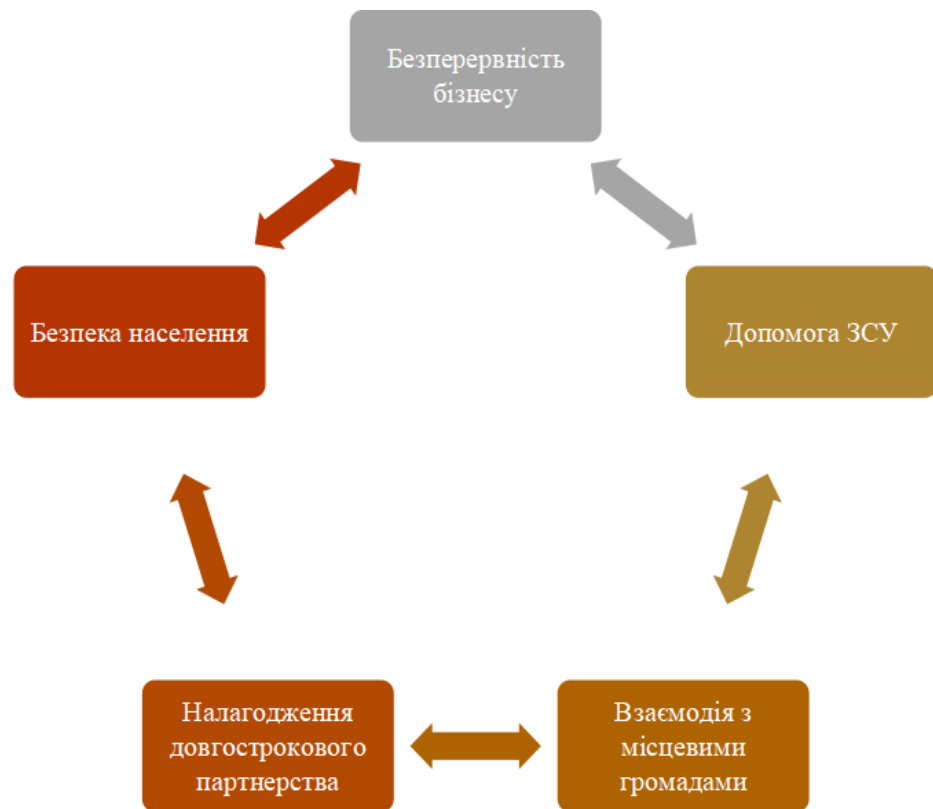


Рис. 3.2 Модель соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану

Модель соціальної відповідальності враховує досвід аптек України після повномасштабного вторгнення в умовах воєнного стану і може бути використана іншими аптеками в усьому світі під час військових конфліктів або надзвичайних ситуацій. Вона включає основні напрями, в які українські аптечні мережі інвестували або мали б інвестувати фінансові ресурси у воєнний час: безперервність бізнесу, безпека населення, Збройні сили України, розвиток партнерських відносин та підтримка місцевих громад.

Модель соціальної відповідальності під час війни складається з п'яти компонентів:

1. Безперервність фармацевтичного бізнесу: Підготовка аптечних закладів до кризових ситуацій включає аспекти, пов'язані з управлінням персоналом, бізнес-процесами та ресурсами. Воєнний стан суттєво впливає на всі аспекти життя українців, включаючи сферу праці. Основи забезпечення і організації законодавчого регулювання

трудових відносин, що виникають в умовах воєнного стану, узагальнено в Законі України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану». Людський ресурс набуває особливого значення, а ефективна комунікація між державою, бізнесом і громадянами стає важливою в умовах воєнного стану, коли існує загроза для кожного людського життя, а стабільність держави після війни неможлива без продуктивної праці та максимальної відданості громадян своїм професійним обов'язкам. Проте, навіть в умовах війни, економічна сутність трудових відносин залишається незмінною. Вони є цілісною категорією з невід'ємними ознаками і рисами, що визначають специфіку взаємодії між сторонами – державою, роботодавцем і працівником.

2. Безпека людей: Цей компонент включає в себе забезпечення компанією фізичної та психологічної безпеки своїх співробітників та їхніх родин, зокрема інвестування в релокацію, підготовку укриттів та бомбосховищ, а також надання психологічної підтримки. Умови воєнного конфлікту змушують людей стати більш пробудженими та уважними один до одного і до подій навколо. Водночас війна стає випробуванням для нашої психологічної стійкості, і всі психічні ресурси зосереджені на тому, щоб допомогти впоратися з раптовим болем.
3. Допомога армії: Аптеки можуть сприяти забезпеченню військових медичними засобами та ліками, необхідними для здоров'я та лікування військовослужбовців. Аптеки можуть постачати військових товари для особистої гігієни та інші засоби, необхідні під час служби в умовах воєнного конфлікту. В аптеках можуть організовуватися благодійні акції або збір коштів для підтримки програм реабілітації військових, які постраждали внаслідок воєнних подій. Аптеки можуть допомагати в поширенні корисної інформації щодо збору коштів на потреби армії, медичної допомоги та інших важливих питань. Персонал аптек може

отримувати спеціальну підготовку для ефективного обслуговування військових та надання їм необхідної фармацевтичної допомоги.

4. Партнерство: У воєнний стан аптеки можуть взяти на себе соціальну відповідальність шляхом укладання партнерств і здійснення дій, спрямованих на надання підтримки та забезпечення медичної допомоги. Організація мобільних аптек для надання медичних послуг та забезпечення ліками на передовій або в зоні конфлікту. Спільні заходи для надання психологічної підтримки військовослужбовцям та їх родинам через аптечні мережі. Підготовка та надання необхідних медичних засобів для евакуації та захисту населення у випадку надзвичайних ситуацій. Укладання партнерських угод з гуманітарними організаціями для забезпечення необхідною медичною допомогою для постраждалих від воєнного конфлікту.
5. Місцеві громади: Співпраця аптек з місцевими громадами може відігравати важливу роль у соціальній відповідальності під час воєнного стану. Аптеки можуть взаємодіяти з місцевими громадами для надання необхідних медичних товарів та ліків, особливо враховуючи специфічні потреби в умовах воєнного конфлікту. Організація безкоштовних консультацій з фармацевтами та вакцинацій для підтримки громадського здоров'я. Спільно з громадами розробка та реалізація благодійних програм для підтримки уразливих груп населення, таких як ветерани, внутрішньо переміщені особи та медичний персонал. Організація групових сесій та психологічних заходів для підтримки психічного здоров'я громад в умовах воєнного конфлікту. У проведенні інформаційних заходів та лекцій для громад про правильне вживання ліків, профілактичні заходи та загальні питання здоров'я. Співпраця з місцевими громадами допомагає аптекам ефективно відповідати на конкретні потреби населення та зміцнювати партнерства в умовах воєнного стану.

Надалі очікується, що модель буде представлена для важливого досвіду іншим компаніям, що працюють у конфліктних середовищах або після стихійних лих. Таким чином, досвід фармацевтичних компаній України зробить свій внесок у підвищення життєстійкості аптечних мереж у світі.

Висновки до розділу 3

1. Було проаналізовано діяльність вітчизняних аптечних закладів в умовах воєнного стану в Україні та охарактеризовано основні напрями соціальної відповідальності провідних аптечних мереж.

2. Провівши аналіз соціальних проєктів та напрямів діяльності вітчизняних аптечних закладів щодо реалізації інструментів соціально-відповідального маркетингу в умовах воєнного стану, нами було запропоновано модель соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану в країні.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Проведено аналіз дефініції «соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу» за даними літературних джерел. Охарактеризовано основні моделі соціальної відповідальності, визначено їхні основні характеристики.

2. Окреслено особливості впровадження принципів соціальної відповідальності у вітчизняному фармацевтичному бізнесі. Зазначено поєднання базових елементів соціальної відповідальності вітчизняних аптек з традиційними моделями соціальної відповідальності.

3. Визначено найпоширеніші вектори реалізації принципів соціальної відповідальності в фармацевтичній сфері. Серед них зазначено: орієнтацію на формування позитивного іміджу HR-бренду, екологічну відповідальність, взаємодію зі споживачами та громадськими організаціями, а також підтримку держави в умовах воєнної агресії. Узагальнено світовий досвід впровадження соціальних ініціатив у практичну діяльність аптечних мереж.

4. За результатами звітів проаналізовано діяльність вітчизняних аптечних закладів в умовах воєнного стану в Україні. Окреслено основні напрями соціальної відповідальності провідних аптечних мереж – безперервність фармацевтичного бізнесу, забезпечення безпеки населення, підтримка Збройних сил України, розвиток партнерських відносин та підтримка місцевих громад.

5. Запропоновано модель соціальної відповідальності аптечних закладів в умовах воєнного стану, враховуючи соціальні проекти та ініціативи, спрямовані на допомогу населенню та підтримку важкої ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Фармацевтична енциклопедія. *Фармацевтична енциклопедія*. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/>
2. Kotler F. Basics of marketing: education. manual Kyiv: Williams, 2007. 647 p.
3. Ткаченко Н. О., Червоненко Н. М. Історичні аспекти становлення соціального маркетингу у фармації. *Запорозж. мед. журн.* 2012. № 2. С. 107–110.
4. Aliekperova N. V., Gubar M. A., Sakhnatska N. M. Research on the using of the holistic marketing concept in the activity of Ukrainian pharmaceutical company. *Farmatsevtychnyi zhurnal.* 2020. no. 1. P. 20–32. URL: <https://doi.org/10.32352/0367-3057.1.20.03>
5. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі.; пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
6. Horrigan B. Corporate Social Responsibility in the 21st Century: Debates, Models and Practices Across Government, Law and Business. Elgar Publishing Limited, Edward, 2010. 456 p.
7. De Schutter O. Corporate Social Responsibility European Style. *European Law Journal.* 2008. Vol. 14, no. 2. P. 203–236. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0386.2007.00411.x>
8. Corporate Social Responsibility Across Europe / J. Jonker et al. Springer, 2010. 416 p.
9. Idemudia U., Kwakyewah C. Analysis of the Canadian national corporate social responsibility strategy: Insights and implications. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management.* 2018. Vol. 25, no. 5. P. 928–938. URL: <https://doi.org/10.1002/csr.1509>
10. Аптека online. Walmart відкриває спеціалізовані аптеки для пацієнтів з ВІЛ. Що це за аптеки? *Аптека online.* URL: <https://www.apteka.ua/article/669348>

11. Програма «Доступні ліки»: як дізнатися, які препарати повністю безоплатні – Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України. *Just a moment...* URL: <https://minre.gov.ua/2023/03/11/programa-dostupni-liky-yak-diznatysya-yaki-preparaty-povnistyuu-bezoplatni/>

12. Аптека online. Етичний кодекс фармацевтичних працівників України. *Аптека online*. URL: <https://www.apteka.ua/article/126803>

13. Аптека online. Наказ МОЗ України від 17.02.2023 р. № 319. *Аптека online*. URL: <https://www.apteka.ua/article/659116>

14. Аптека Низьких Цін. Інтернет аптека, що завжди поруч. Ліки у ANC. <https://anc.ua>. URL: <https://anc.ua/>

15. Новини компаній: Історії відваги та незламності – мережа аптек «Подорожник» про людей та діяльність за рік широкомасштабної війни. *Новини України та Світу. Головні і останні новини – NV*. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/robota-aptek-pid-chas-viyni-yak-podorozhnik-zabezpechuvav-likami-lyudey-v-okupaciji-vlasniy-dosvid-50305939.html>

16. Аптечна мережа 9-1-1 відкрила першу мобільну аптеку в Україні – ThePharmaMedia. *Перший незалежний фармацевтичний бізнес-портал – ThePharma.Media*. URL: <https://thepharma.media/uk/news/34012-aptecna-mereza-9-1-1-vidkrila-persu-mobilnu-apteku-v-ukrayini-18012024>

17. Аптека online. Аптечна мережа «9-1-1»: на цій війні у кожного свій фронт. *Аптека online*. URL: <https://www.apteka.ua/article/644859> (дата звернення: 28.01.2024).

18. Сахнацька Н., Алекперова Н. Соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу під час надзвичайних ситуацій та воєнного стану. *Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії*: матеріали VII Міжнар. науково-практ. інтернет-конф., м. Харків, 24 листоп. 2022 р. С. 462–464.

19. «Аптека Доброго Дня» вперше запровадила стипендіальну програму – ThePharmaMedia. *Перший незалежний фармацевтичний бізнес-*

портал – ThePharma.Media. URL: <https://thepharma.media/uk/news/33537-apteka-dobrogo-dnya-vperse-zaprovadila-stipendialnu-programu-15112023>

20. Академія Сталого Здоров'я – соціальна ініціатива від мережі аптек «Доброго Дня» PR на mmr.ua. URL: <https://mmr.ua/show/akademiya-stalogo-zdorov-ya>

21. Мережа «Аптека Доброго Дня» започаткувала «Добрий збір для захисниць» на літню форму – Аптечна Професійна Асоціація України. *Аптечна Професійна Асоціація України.* URL: <https://arau.org.ua/2023/06/16/мережа-аптека-доброго-дня-започатк/#:~:text=Мережа%20«Аптека%20Доброго%20Дня»%20у,метою%20у%2043%20млн%20грн>

22. Кай О. Про страхову медицину, ціни та знижки: як розвивається мережа аптек «Бажаємо Здоров'я» – Delo.ua. *Останні новини України та світу онлайн – Головний діловий портал Delo.ua.* URL: <https://delo.ua/business/pro-strahovu-medicinu-cini-ta-znizki-yak-rozvivajetsya-mereza-aptek-bazajemo-zdorovya-425363/>

23. Мережа аптек D.S. – онлайн аптека з доставкою ліків в Україні. URL: <https://apteka-ds.com.ua/news-item/oleh-nykulyshyn-sotsialna-vidpovidalnist-yak-etychna-norma-biznesu>.

24. Аптеки «D.S.» відзвітували стосовно своїх соціальних проєктів і допомоги армії – Аптечна Професійна Асоціація України. *Аптечна Професійна Асоціація України.* URL: <https://arau.org.ua/2023/08/18/аптеки-d-s-відзвітували-стосовно-свої/>



Національний фармацевтичний університет

Кафедра управління та забезпечення якості у фармації

II Науково-практична internet-конференція з міжнародною участю
“Актуальні проблеми якості, менеджменту і економіки
у фармації і охороні здоров’я”

СЕРТИФІКАТ УЧАСНИКА № 97

Криворученко Марина

брав(ла) участь у роботі круглого столу “Інтеграція якості, лідерства та ефективності у менеджменті охорони здоров’я та фармації” за програмою обсягом
6 годин / 0,2 кредита ЄКТС
19 січня 2024 року, м. Харків

Досягнуті результати навчання:

використання у професійній діяльності знань щодо сучасних підходів менеджменту якості та управління соціально-економічними процесами в закладах охорони здоров'я та фармацевтичних організаціях, а також формування розвитку лідерських навичок у керівників

В.о. Ректора Національного
фармацевтичного університету



Алла КОТВИЦЬКА

Гала Л.О., Криворученко М.М.

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця, м. Київ

Дослідження сучасного стану соціальної відповідальності аптек в умовах воєнного стану в Україні

hala.liliia@gmail.com

Вступ. У сучасних умовах гіперконкуренції на фармацевтичному ринку, соціальна відповідальність стала важливим елементом успішного управління аптечним закладом. У 2020 році пандемія коронавірусу стала гострою проблемою не тільки для України, а й для всього світу. Незважаючи на фінансові втрати, аптечні заклади активно долучилися до забезпечення населення доступною та безпечною фармацевтичною допомогою і надавали підтримку в різних аспектах суспільного життя. На сьогодні умови функціонування фармацевтичного бізнесу стали ще складнішими, оскільки військова агресія РФ проти України щоденно призводить до серйозних наслідків для життя та здоров'я населення. У цей період аптеки відіграють важливу роль у суспільстві, оскільки окрім основної функції щодо забезпечення населення лікарськими засобами, підтримують українців різноманітними соціальними і волонтерськими проектами.

Мета дослідження – аналіз сучасного рівня соціальної відповідальності аптек в умовах воєнного стану в Україні.

Матеріали та методи. У ході дослідження використано контент-аналіз літературних джерел і веб-сторінок аптечних мереж, методи узагальнення й систематизації даних.

Отримані результати. Незважаючи на складну ситуацію, вітчизняні аптечні заклади приділяють багато зусиль для підтримки країни. Аптеки надають допомогу всім, хто її потребує, незважаючи на постійні обстріли. Це підкреслює важливість розгляду питань соціальної відповідальності аптек на конкретних прикладах.

З початку повномасштабного вторгнення і станом на кінець 2023 року аптечна мережа "АНЦ" передала понад 45 мільйонів гривень на благодійність, що стало важливою частиною підтримки ЗСУ та жителів на деокупованих територіях. Також було перепрофільовано власне виробництво аптечних робіт на виготовлення буржуйок із метою забезпечення бійців теплом у холодну пору року.

В одній з аптек "Національної аптечної мережі 9-1-1" у Харкові було створено аптеку-бункер, яка виконує роль гуманітарного хабу. Працівники цього закладу приймають запити на ліки від мешканців міст і сіл, де тимчасово не працюють аптечні заклади. За власні кошти аптека закуповує необхідні препарати, замовлені за волонтерськими списками, щоб потім роздавати їх людям. Крім того, аптечна мережа 9-1-1 взяла на себе опіку над тваринами, забезпечивши вже понад 38 тон їжі для чотирилапих у Харкові та Харківській області.

Мережа "Аптека Доброго Дня" повідомила про успішний старт стипендіальної програми, яка є спільною ініціативою з Національним фармацевтичним університетом. Зобов'язання щодо реалізації цього проєкту для студентів університету в 2023/2024 навчальному році взяла на себе аптечна мережа. За цією ініціативою десять найкращих студентів 4-5 курсів отримуватимуть фінансову підтримку щомісяця. Головна мета такої співпраці полягає в демонстрації зацікавленості роботодавців у професійному розвитку майбутніх кадрів та наданні підтримки тим молодим спеціалістам, які обирають залишитися в країні і планують розвивати свою кар'єру в даній галузі.

Висновки. Дослідження підтверджує, що вітчизняні аптеки віддають пріоритет соціальній відповідальності, надаючи допомогу незважаючи на складні умови воєнного стану. Крім того, аптеки переорганізують своє виробництво, створюють гуманітарні хаби та ініціюють соціальні програми. Аптеки в Україні активно виконують свою соціальну роль в умовах воєнного стану, надаючи необхідну допомогу та виявляючи високий рівень соціальної відповідальності.

SUMMARY

Kryvoruchenko Maryna

FORMATION OF THE SYSTEM OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF PHARMACY ESTABLISHMENTS

Department of Organization and Economics of Pharmacy

Scientific supervisor: Hala Liliia

Keywords: pharmacies, pharmacist, social responsibility

Introduction. The study of social responsibility of pharmacy establishments is a topical topic at all times. However, today, taking into account the unfavorable situation related to the state of war in Ukraine, social responsibility acquires special importance. It is worth noting that the results of the implementation of the principles of social responsibility of pharmaceutical organizations contribute to the formation of a patient-oriented approach to providing the population with pharmaceutical care, strengthen the company's image and brand – both at the national and international level, and contribute to the formation of sustainable relationships with key stakeholders of the pharmacy. That is why it is expedient to note the need to study the system of social responsibility and its practical implementation in the activity of pharmacy establishments.

Materials and methods. Both general scientific and special research methods were used in the work, in particular, content analysis, the method of systematization, interpretation of results and their generalization.

Results. The concept of social responsibility of the pharmaceutical business was analyzed. The main models of social responsibility are characterized, and their characteristics are indicated. The peculiarities of the implementation of the principles of social responsibility in the domestic pharmaceutical business are highlighted. The combination of the basic elements of the JI of domestic pharmacies from traditional models of social responsibility is specified. The most common vectors of implementing the principles of social responsibility in the pharmaceutical sphere are determined. Among them, the focus on the formation of

a positive image of the HR brand, environmental responsibility, interaction with consumers and public organizations, as well as state support in conditions of military aggression is indicated. Reports on corporate social responsibility of the world's pharmacy chains were analyzed. The global experience of implementing social initiatives in the practical activity of pharmacy chains is summarized. The activity of domestic pharmacies in the conditions of martial law in Ukraine is analyzed. The main directions of social responsibility of the leading pharmacy chains in these conditions are characterized. A model of social responsibility of pharmacy establishments in the conditions of martial law is proposed, taking into account social projects and initiatives aimed at helping the population and supporting a difficult situation.

Conclusions. The work highlighted a wide range of aspects of social responsibility of the pharmaceutical business and pharmacy establishments, providing grounds for further research and development of socially responsible practices.