

УДК: 331.442-446

DOI: 10.31732/2663-2209-2022-69-9-136-151

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ДОСВІДУ СВІТОВИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ

Злата Карпюк¹, Олександр Крупський², Юлія Стасюк³

¹Здобувач першого рівня вищої освіти, спеціальність 073 «Менеджмент», Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: karpiukzlata@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5783-7704>

²К.психол.н., доцент, кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту, факультет економіки, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: krupskyu71@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1086-9274>

³Старший викладач, кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту, факультет економіки, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна, e-mail: stasiuk@ef.dnu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4378-3351>

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY BASED ON THE EXPERIENCE OF GLOBAL PHARMACEUTICAL COMPANIES

Zlata Karpiuk¹, Oleksandr Krupskyi², Yuliia Stasiuk³

¹First-level higher education applicant, specialty 073 "Management", Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: karpiukzlata@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5783-7704>

²PhD in Psychology, Associate Professor, Department of Marketing and International Management, Faculty of Economics, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: krupskyu71@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1086-9274>

³Senior Lecturer, Department of Marketing and International Management, Faculty of Economics, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine, e-mail: stasiuk@ef.dnu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4378-3351>

Анотація. Політика соціальної відповідальності стає невід'ємною частиною діяльності компанії, оскільки охоплює діяльність, спрямовану на задоволення вимог усіх зацікавлених сторін, підтримання сталого екологічного стану та заходи, що забезпечують соціальну сферу (підтримка освітніх проєктів, допомога вразливим верствам населення та ін.) Автори обговорюють підходи до соціальної відповідальності, які залежать від ступеня врахування інтересів стейкхолдерів. У статті досліджено соціальну відповідальність світових фармацевтичних компаній з багатою історією та досвідом. Їх діяльність у сфері соціальної відповідальності базується на трьох ключових сферах, а саме: навколишнє середовище, суспільство та управління організацією. У роботі також аналізуються особливості розвитку соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу, досліджується діяльність провідних українських компаній у цій сфері, на які суттєво впливають сучасні події в нашій країні. Основою внутрішньої соціальної відповідальності вітчизняних фармацевтичних компаній є підвищення якості трудової діяльності працівників. Зовнішня форма соціальної відповідальності включає бізнес-практики, пов'язані з впровадженням систем управління якістю, систем управління навколишнім середовищем, соціально орієнтованих систем управління та соціальної відповідальності, спрямованих на побудову партнерських відносин з ключовими зацікавленими сторонами. На основі проведеного дослідження авторами описано основні перспективи розвитку соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах, зокрема фармацевтичного сектору, та шляхи її вдосконалення. Лише незначна частина з них повноцінно займається соціальною діяльністю, розвиток якої також стримується недостатнім фінансуванням, відсутністю пільг кредитування соціально спрямованих проєктів та недостатніми законодавчо закріпленими пільгами соціально відповідального бізнесу.

Ключові слова: фармацевтична галузь, соціальна відповідальність, бізнес, навколишнє середовище, організація, охорона здоров'я, сталий розвиток, підприємство.

Формули: 0; рис.: 5; табл.: 3, бібл.: 29

Abstract. *Social responsibility policy is becoming an integral part of companies' activities, as it covers activities aimed at meeting the requirements of all stakeholders, maintaining a sustainable environmental condition, and measures that ensure the social sphere (support for educational projects, assistance to vulnerable groups of the population, etc.) The authors discuss approaches to social responsibility that depend on the degree of consideration of stakeholder interests. The article examines the social responsibility activities of global pharmaceutical companies with a rich history and experience. Their social responsibility activities are based on three key areas, namely: environment, society and organization management. This paper also analyzes the peculiarities of the development of social responsibility of domestic business, examines the activities of leading Ukrainian companies in this area, which are significantly affected by current events in our country. The basis of the internal social responsibility of domestic pharmaceutical companies is the improvement of the quality of labor activity of employees. The external form of social responsibility includes business practices related to the implementation of quality management systems, environmental management systems, socially oriented management systems and social responsibility aimed at building partnerships with key stakeholders. Based on the study, the author describes the main prospects for the development of social responsibility at domestic enterprises, in particular in the pharmaceutical sector, and the ways to improve it. Only a small proportion of them are fully engaged in social responsibility activities, the development of which is also hampered by insufficient funding, lack of lending privileges for socially oriented projects, and insufficient legally enshrined privileges for socially responsible business.*

Keywords: *pharmaceutical industry, social responsibility, business, environment, organization, health care, sustainable development, enterprise*

Formulas: 0; fig.: 5; tabl.: 3; bibl.: 29

Постановка проблеми. Сьогодні в епоху активного розвитку бізнесу та зростаючої усвідомленості населення про його права важко уявити успішну діяльність компанії, яка відокремлює себе від суспільства. Не лише імідж підприємства, а й його подальша доля значною мірою залежить від відносин зі споживачами та всіма причетними до цього сторонами. Тож, окрім підтримання необхідної якості товарів або послуг та маркетингової діяльності, спрямованої на забезпечення конкурентоспроможності компанії, важливу роль у її існуванні відіграють соціально-відповідальні функції.

У наш час, який характеризується суспільно-етичними трансформаціями, змінами у ставленні до проблем екології, ефективним методом підтримки репутації підприємства на високому рівні є забезпечення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) [1]. Це супроводжується такими заходами, як запуск Глобального договору ООН, створення різноманітних стандартів, що забезпечують впровадження КСВ тощо [2]. Розуміння необхідності приймати бізнес-рішення з урахуванням КСВ є необхідною складовою економічної культури сучасного фахівця [3].

Пандемія COVID-19 здійснила вагомий вплив на кожну галузь. Сюди увійшли глобальна торгівля [4], транспортування і

логістика [5], туристична сфера [6] тощо. Фармацевтичний сектор не став винятком [7]. Пандемія вплинула на способи надання медичної допомоги пацієнтам [8]. Важко посперечатися з тим, що до компаній зі світовим ім'ям, які забезпечували поставки вакцин проти даного захворювання, значною мірою зросла суспільна увага. Їхня діяльність зосередилася на боротьбі з COVID-19, забезпеченні якомога більшої кількості населення можливістю протистояти захворюванню. Це, зокрема, зазначають у свої звітах із соціальної діяльності Pfizer [9] та Johnson & Johnson [10]. Виходячи з їхнього досвіду можемо зробити висновок, що значну роль у функціонуванні даних компаній як гарантів суспільного здоров'я сьогодні відіграє соціальна відповідальність. Вона охоплює діяльність, спрямовану на задоволення вимог усіх зацікавлених сторін, підтримку сталого екологічного стану, заходи, що забезпечують соціальну сферу (підтримка освітніх проєктів, допомога малозахищеним верствам населення тощо).

Враховуючи всеосяжний вплив соціальної відповідальності на існування підприємства, необхідність її підтримки на належному рівні спонукає нас до подальших досліджень даного питання, розгляду перспектив розвитку КСВ на основі діяльності провідних фармацевтичних компаній. Про актуальність питання соціальної

відповідальності свідчить і кількість статей на дану тему, індексованих наукометричною базою Scopus з 1972 р. по

2022 р. (станом на 01.11.2022 р.) (рис. 1) [11].

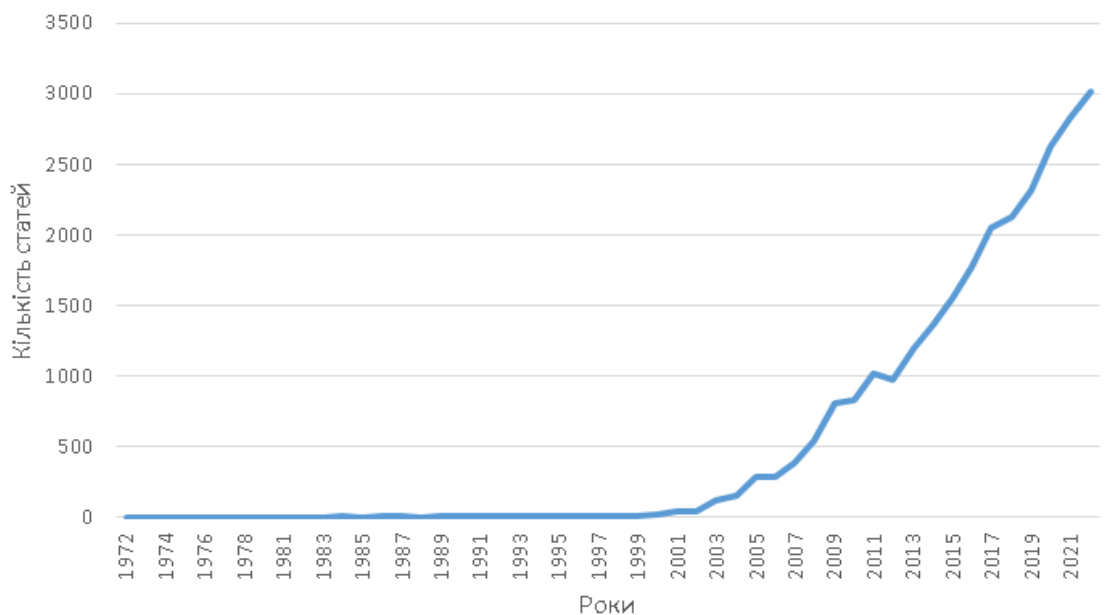


Рис. 1. Кількість статей на тему КСВ, індексованих наукометричною базою Scopus, у 1972-2022 рр. (станом на 01.11.2022 р.)

Джерело: побудовано за даними [11]

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальна відповідальність бізнесу базується на етичній поведінці та створенні спільної цінності, що також надає численні переваги бізнесу [12]. G. Adda, Dr. J. B. Azigwe, A. R. Awuni [13] до таких переваг відносять побудову лояльності клієнтів, утримання талановитих працівників, підтримання позитивного робочого середовища, а також уникнення юридичних проблем, яке є наслідком дотримання законодавства та етичних норм. Отже, дотримання принципів КСВ забезпечує гарний імідж компанії, що позитивно позначається на її подальшій діяльності.

S. Bertezene, D. Vallat, J. Martin [14] зазначають підходи до соціальної відповідальності, які залежать від ступеня врахування інтересів зацікавлених сторін (табл. 1). Автори пропонують розрізняти КСФ за філософією, яка покладається у філософію бізнес-відношень. Технічна

КСВ базується на технічній складовій виробництва, не виходить далі дотримання норм, правил та законодавства. Повна КСВ забезпечує інтеграцію всіх зацікавлених сторін у стратегічному вимірі. Даний принцип полягає в урахуванні фінансових, екологічних та соціальних результатів діяльності підприємства. Гібридна КСВ поєднує ознаки двох попередніх підходів, зосереджуючи увагу на виробництві та, при цьому, схиляючись до одного з аспектів соціальної відповідальності. Пов'язана та інтегрована КСВ, полягає в поділі й обміні «поважними відмінностями» між зацікавленими сторонами, які покладаються на етику «спільного життя». Даний тип направлений на виконання конкретних відповідальних дій, які виходять за межі звичайних норм та вимог, враховує всі зацікавлені сторони та залучає їх у свою діяльність. Тобто, найбільш комплексним підходом є саме пов'язана та інтегрована КСВ.

Таблиця 1. Спрощена панорама підходів та стратегій КСВ

	Технічна КСВ	Повна КСВ	Гібридна КСВ	Пов'язана та інтегрована КСВ
Кількість зацікавлених сторін, що розглядаються	Декілька	Усі	Декілька	Усі
Кількість врахованих аспектів КСВ	1 чи 2	3	1 чи 2	3
Тип стратегії	Оборонна	Поступлива та істотна		Проактивна та істотна
Можливі пастки для стратегії	Ризик переходу до символічної стратегії			Немає

Джерело: систематизовано авторами на основі [14]

Передбачається, що на основі описаних вище підходів компанії можуть обирати відповідні стратегії своєї діяльності: реактивну, оборонну, поступливу та проактивну. Реактивна стратегія заперечує впровадження заходів з КСВ та зосереджується на економічному аспекті функціонування підприємства. Оборонна передбачає виконання мінімальних вимог КСВ з орієнтацією на деякі аспекти. Поступлива стратегія полягає в орієнтації на очікування зацікавлених сторін та спроби їхньої реалізації. Проактивна передбачає втілення вимог та очікувань усіх стейкхолдерів, а також визначає цілі, які виходять за межі їхніх вимог. Також вартий уваги поділ стратегій на істотні та символічні. У першому випадку компанія забезпечує модифікацію середньо- та довгострокових цілей підприємства задля того, щоб задовольнити вимоги зацікавлених сторін. У другому випадку цілі та практика нав'язуються стейкхолдерам, організація вже не прагне адаптуватися до їхніх цінностей [14].

M. Sung, Y. Huang, Y. Duan, F. Liu, Y. Jin та Z. Zheng [15] вважають, що для того, щоб оцінити корпоративну соціальну відповідальність фармацевтичних компаній (які займаються розробкою вакцин проти COVID-19) станом на сьогодні, варто враховувати критерії з трьох основних категорій. Перша категорія – дослідження та розробки. Сюди увійшли такі критерії, як ефективність, фінансування та прибутки.

Наступна категорія – прозорість і підзвітність – включає прозорість клінічних випробувань та контрактів на вакцини. Останньою категорією, яка визначає КСВ даних компаній, є доставка вакцин: стан забезпечення вакцинами COVAX¹ і країн із низьким рівнем доходу, управління інтелектуальною власністю, виробничі угоди та справедливе ціноутворення. Внаслідок дослідження шести виробників вакцин, які пройшли Emergency Use Listing Procedure (EUL) Всесвітньої організації охорони здоров'я до серпня 2021 р. (Pfizer/BioNTech, AstraZeneca-Oxford, Janssen, Moderna, Sinopharm, а також Sinovac) було виявлено, що категорія доставки вакцин потребує найбільшого вдосконалення. Це пояснюється тим, що участь фармацевтичних компаній через COVAX була значно низькою, спостерігалася велика кількість двосторонніх угод, що підвищувало ціни на вакцини з низьким рівнем доходу. Також автори даної праці наголошують на невідповідності кількості доставлених вакцин до кількості населення країн із високим та низьким рівнями доходу. Тож, це дає певні напрями для вдосконалення КСВ фармацевтичних компаній задля зменшення поточної нерівності у розподілі вакцин проти COVID-19. Важливість КСВ є незамінною для фармацевтичної промисловості в усьому світі. І криза, спричинена пандемією, лише підтверджує дану думку.

¹ COVAX — глобальна ініціатива, спрямована на рівний доступ до вакцин проти COVID-19, яку очолюють ЮНІСЕФ, Альянс

вакцин GAVI, Всесвітня організація охорони здоров'я, Коаліція з питань інновацій для готовності до епідемій та інші.

Мета статті полягає у вивченні досвіду впровадження заходів із корпоративної соціальної відповідальності провідними фармацевтичними компаніями. Внаслідок подій останніх років можна побачити, наскільки вплив медичної сфери є вагомим у житті суспільства. Дане дослідження допоможе визначити головні напрямки розвитку для вітчизняних підприємств фармацевтичної галузі у сфері соціальної відповідальності, а також шляхи

його забезпечення. Для аналізу досвіду було обрано три найприбутковіші фармацевтичні компанії станом на 2021 р.: Novartis, Johnson & Johnson та Pfizer.

Виклад основного матеріалу. Для оцінки ролі вищезазначених компаній розглянемо динаміку їх діяльності за останні роки. На рис. 2 наведено показники, що характеризують доходність компаній за даними 2001-2022 рр.

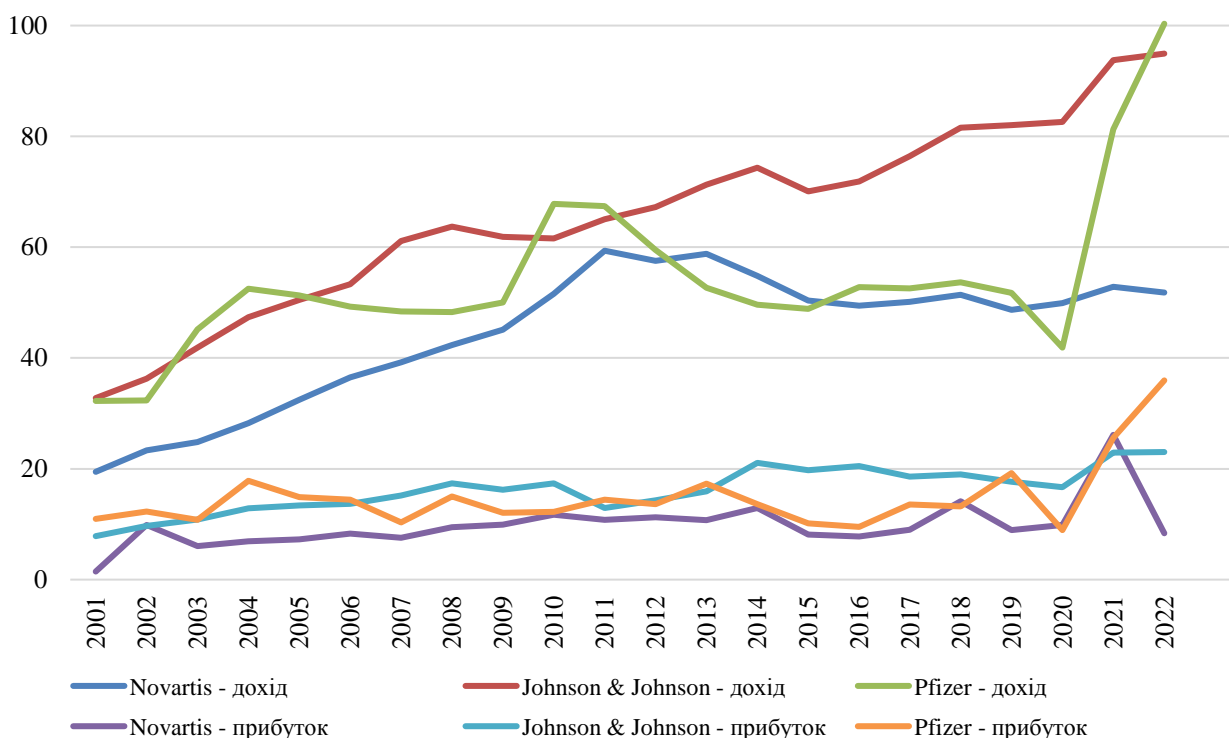


Рис. 2. Динаміка доходності компаній Novartis, Johnson & Johnson та Pfizer у 2001-2022 рр., млрд дол.

Джерело: складено за фінансовою звітністю компанії

Для фармацевтичних компаній 2020 рік був складним через поширення Covid-19 та зростання витрат на дослідження, але в цілому компанії показують зростання як доходу, так і прибутку у 2001-2022 рр. За показниками доходу та прибутку Pfizer за підсумками 2022 р. випередив інші досліджувані компанії.

Згідно з останніми фінансовими звітами Pfizer, поточний дохід компанії становить 100,33 млрд дол. У 2021 р. дохід компанії склав 81,28 млрд дол. США, збільшившись порівняно з доходом 2020 р., який становив 41,90 млрд дол. США. Прибуток компанії у 2022 р. становить

35,96 млрд дол., що більше, ніж її прибутки за 2021 рік, які становили 25,60 млрд дол. США [22].

За підсумками 2022 р. поточний дохід Johnson & Johnson становить 94,94 млрд дол. У 2021 р. дохід компанії склав 93,77 млрд дол. США, збільшившись у порівнянні з доходом 2020 р., який становив 82,58 млрд дол. США. Прибутки компанії у 2022 р. становлять 23,03 млрд дол., що перевищує її прибутки за 2021 рік, які становили 22,95 млрд дол. США [19].

Поточний дохід компанії Novartis у 2022 р. становить 51,82 млрд дол. У 2021 р. дохід компанії склав 52,87 млрд дол. США,

збільшившись у порівнянні з доходом 2020 р., який становив 49,89 млрд дол. США. Прибутки компанії за підсумками 2022 р. становлять 8,37 млрд дол. У 2021 р. компанія отримала прибуток у розмірі 26,13 млрд дол. США, збільшившись у порівнянні з прибутком у 2020 р., який становив 9,87 млрд дол. США [16].

На рис. 3 наведено показники компаній за 2012-2021 рр., що характеризують ринкову капіталізацію (загальну ринкову вартість акцій компанії), співвідношення P/E², співвідношення P/S³.

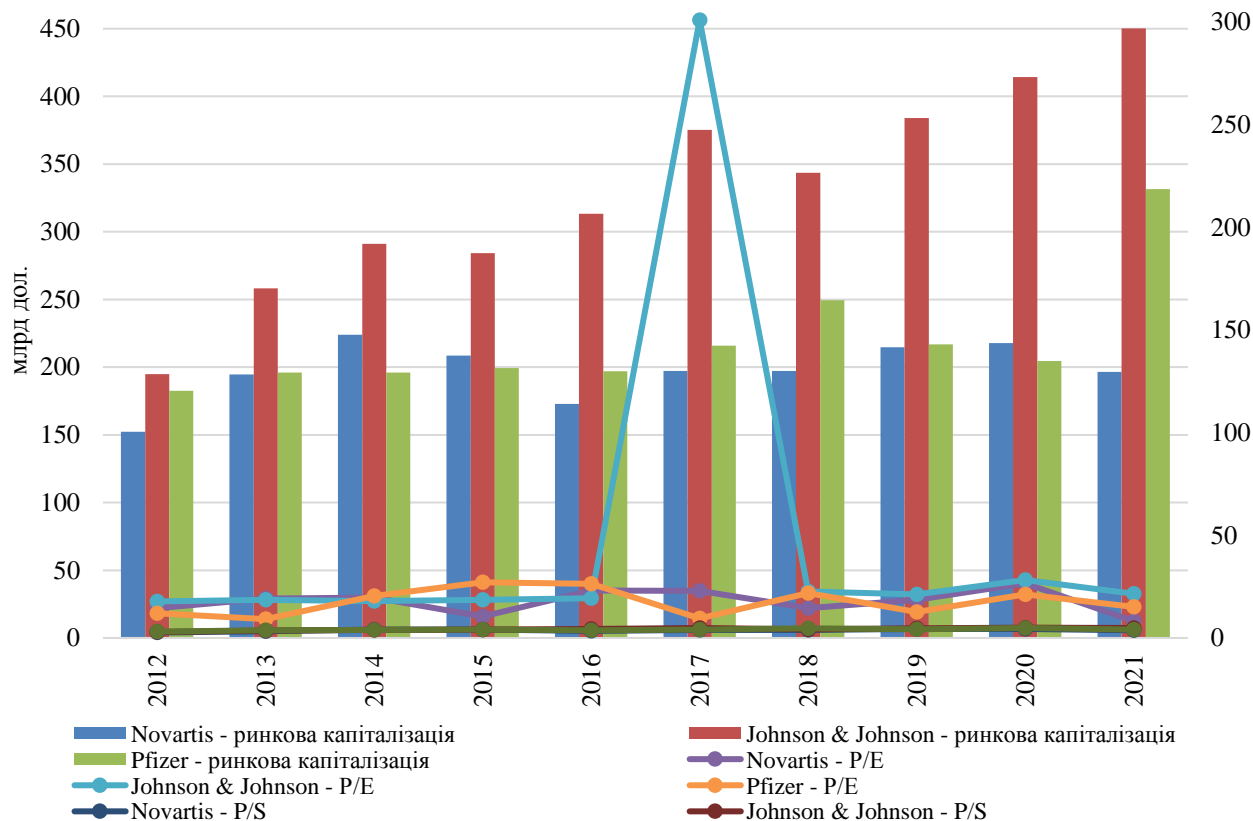


Рис. 3. Ринкова вартість компаній Novartis, Johnson & Johnson та Pfizer у 2012-2022 рр.

Джерело: складено за фінансовою звітністю компанії

У 2021 р. ринкова капіталізація компанії Pfizer склала 331,43 млрд дол., що на 61,99% більше за показник 2020 р. (204,60 млрд дол.). Коефіцієнт P/E на кінець 2021 р. становив 15,1 проти 21,3 на кінець 2020 р. (скорочення становило 29,02%). Коефіцієнт P/S наприкінці 2021 р. становив 4,08, що менше на 16,49% за показник 2020 р. (4,88) [22].

У 2021 р. ринкова капіталізація компанії Johnson & Johnson склала 461,54 млрд дол., за підсумками 2022 р.

збільшившись до 461,54 млрд дол. (або на 2,55%). На кінець 2021 р. співвідношення ціни та прибутку (коефіцієнт P/E) становив 21,6, зменшившись на 23,55% порівняно з 2020 р. (значення P/E становило 28,2). Коефіцієнт P/S наприкінці 2021 р. становив 4,80 проти 5,02 за підсумками 2020 р. (скоротився на 4,27%) [19].

У 2021 р. ринкова капіталізація компанії Novartis склала 196,46 млрд дол., що на 9,78% менше за показник 2020 р. (217,77 млрд дол.). Коефіцієнт P/E на кінець

² PE ratio (P/E, earnings multiple) — фінансовий показник, рівний відношенню ринкової капіталізації компанії до її річного прибутку. Коефіцієнт ціна/прибуток є одним з основних показників, що застосовуються для порівняльної оцінки інвестиційної привабливості акціонерних компаній.

³ Співвідношення ціни до продажу (P/S) показує, скільки інвестори готові заплатити за долар продажів за акцію. Коефіцієнт P/S розраховується шляхом ділення ціни акцій на обсяги продажів основної компанії на акцію.

2021 р. становив 8,16 проти 26,6 на кінець 2020 р. (скорочення становило 69,33%). Коефіцієнт P/S наприкінці 2021 р. становив 3,72, що менше на 14,86% за показник 2020 р. (4,36) [16].

Отже, загальна характеристика фінансових результатів досліджуваних компаній показує, що компанія Johnson & Johnson має більш стійкі позиції на світовому ринку фармацевтики. Але кожна із компаній має цікавий досвід щодо впровадження елементів КСВ, про що більш детально і поговоримо далі.

Novartis – це глобальна медична компанія зі штаб-квартирою в Швейцарії, яка надає рішення для задоволення мінливих потреб пацієнтів у всьому світі. Вона була створена в 1996 р. шляхом злиття Ciba-Geigy і Sandoz. На своєму офіційному сайті компанія заявляє, що їхнім найбільшим активом є «співробітники з їхніми різноманітністю, енергією, креативністю та самовідданістю, що дозволяє інноваціям ширше та швидше охоплювати пацієнтів». Компанія зосередила свою діяльність на таких напрямках, як серцевосудинні хвороби,

імунологія, нейронаука, солідні пухлини та гематологія. До сфер технологічної платформи належать хімія, біотерапія, xRNA, радіоліганд, генна та клітинна терапія [16].

Стратегія КСВ Novartis безпосередньо спрямована на розширення доступу населення до ліків та медичної допомоги іншого роду, незалежно від місця проживання. До засобів досягнення даних цілей відносяться соціальні бізнес-моделі та ініціативи з нульовим прибутком, програми допомоги пацієнтам та філантропія. Велику роль у належному функціонуванні моделі КСВ компанії відіграє прозорість та підзвітність. Для цього Novartis щорічно інформує споживачів та інших стейкхолдерів про свою діяльність, а також коротко- та довгострокові цілі шляхом розміщення детальних звітів. Підтриманням КСВ на належному рівні опікується глобальний керівник відділу корпоративної відповідальності (КВ) [17]. Структура керівної команди з КВ зображена на рис. 4.

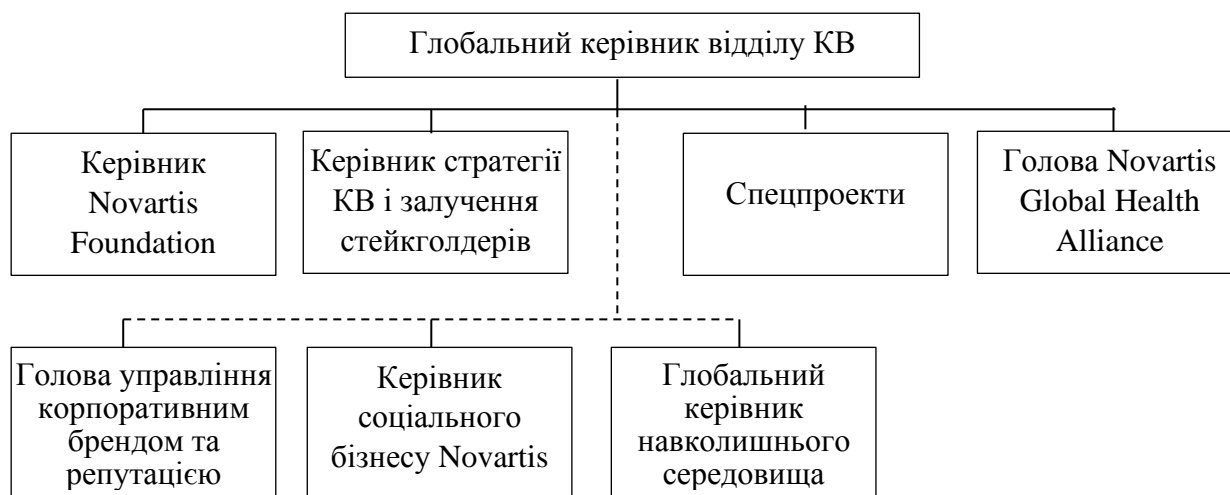


Рис. 4. Структура керівної команди з корпоративної відповідальності Novartis

Джерело: систематизовано авторами на основі [17]

Маючи на меті розширення доступу до лікування, компанія скеровує свою діяльність на підтриманні програм з охорони здоров'я. Сюди, зокрема, входить дослідна діяльність та розробка ліків проти таких захворювань, як малярія,

серповидно-клітинна анемія, хвороба Шагаса, проказа, сліпота, якої можна уникнути, а також антимікробна резистентність. Діяльність компанії зосереджується, зокрема, і на постачанні даних ліків у різні куточки світу. 30 вересня

2021 р. в Базелі відбувся щорічний захід ESG (Environmental, Social and Governance) для інвесторів, на якому компанія поділилася своїми успіхами в досягненні цілей із захисту навколишнього середовища, соціальної сфери та управління [16].

У 2021 р. охоплення пацієнтів за допомогою стратегічних інноваційних методів лікування склало 0,9 млн осіб. Компанія планує збільшити даний показник до 1,6 млн до 2025 р. [18]. Novartis приділяє велику увагу співпраці з різноманітними організаціями та закладами, спрямовану на усунення диспропорцій у сфері охорони здоров'я США. Сюди увійшли Coursera, Національна медична асоціація, Фонд коледжу Тергуда Маршалла, медична школа Морхауса, а також 26 коледжів, університетів та медичних шкіл.

Окремий напрямок діяльності компанії у сфері КСВ представляє сфера охорони навколишнього середовища. компанія стабільно просувається до цілі щодо досягнення вуглецевої нейтральності у своїй діяльності до 2025 р. (обсяг 1 і 2). На сьогоднішній день вона заявляє про скорочення викидів парникових газів на 34%, зниження споживання води на 40% порівняно з базовим рівнем 2016 р. [16].

Novartis скеровує свою діяльність і в напрямку підтримки благополуччя працівників. Для цього застосовуються різноманітні програми електронного навчання, заходи, спрямовані на підвищення рівності та інклюзивності. Таким чином, 20 000 керівників та 2 189 інших працівників взяли участь у програмі електронного навчання для підвищення свого добробуту, 16 000 співробітників використали цифровий центр обізнаності для вдосконалення своїх знань та вмінь у галузях науки про дані, штучного інтелекту та суміжних сферах (станом на 2021 р.). Компанією було запущено інструмент глобального надзвичайного зв'язку Everbridge, розрахований на використання

співробітниками, для завчасного попередження про будь-які ризики, пов'язані з безпекою, здоров'ям або навколишнім середовищем, які можуть вплинути на працівників [18].

Johnson & Johnson – американська компанія, яка займається виробництвом косметичних, санітарно-гігієнічних товарів та обладнання. Заснована в 1886 р. братами Робертом Вудом Джонсоном, Джеймсом Вудом та Едвардом Мідом. Штаб-квартира компанії розташована в місті Нью-Брансвік, штат Нью-Джерсі (США).

Діяльність Johnson & Johnson описує Кредо, створене Вудом Джонсоном у 1943 р. Згідно з документом, компанія в першу чергу відповідальна перед пацієнтами, лікарями та медсестрами, а також батьками й матерями, які користуються її послугами. Тому обов'язком компанії є підтримка належної якості продукції та доступних цін. В Кредо мова йде про те, що партнери компанії повинні мати можливість отримувати справедливий прибуток, а працівники – працювати в інклюзивному робочому середовищі, яке розглядатиме їх як окремі особистості, забезпечувати їхнє здоров'я та безпеку. Johnson & Johnson несе відповідальність перед суспільством та громадами, забезпечуючи доступ до ліків, а також захищаючи навколишнє середовище. Останніми в Кредо компанія зазначає акціонерів, перед якими вона несе зобов'язання продовжувати досліду діяльність, розробку інновацій, а також інвестувати в майбутнє [19].

Підтримання соціальної відповідальності Johnson & Johnson базується на програмі ESG. Мету стратегії можна розділити на три напрямки: сприяння глобальній справедливості в охороні здоров'я, розширення можливостей співробітників компанії, покращення стану навколишнього середовища [20]. Дані напрямки передбачають досягнення певних цілей, наведених у табл. 2.

Таблиця 2. Цілі «Здоров'я для людства 2025»

Зона фокусування	Напрями діяльності
Сприяння глобальній справедливості в охороні здоров'я	Плани глобального доступу, доступ до лікування ВІЛ, доступ до лікування туберкульозу, розвиток лікування туберкульозу, доступ до лікування шизофренії, підтримка медичних працівників на передовій лінії, зменшення тягаря акушерської фістули, можливості профілактичної вірусної вакцини, платформа моніторингу вакцинації, охорона здоров'я для жінок
Розширення можливостей співробітників	Жінки в менеджменті, етнічне/расове розмаїття в управлінні, чорношкірі/афроамериканці в менеджменті, оцінка найздоровішої робочої сили, жінки в STEM2D
Покращення стану навколишнього середовища	Відновлювана електроенергія, вуглецева нейтральність у діяльності компанії, скорочення викидів в обсязі 3
Керування зі звітністю та інноваціями	Сталість постачальника, глобальна різноманітність та інклюзивність постачальників, партнерство на благо

Джерело: систематизовано авторами на основі [21]

Для підвищення доступу до ліків та підсилення глобальної справедливості у сфері охорони здоров'я Johnson & Johnson поставила в країни Африканського союзу та Південну Африку 180 млн доз вакцини власного виробництва проти COVID-19. Також компанія пожертвувала більш ніж 2 млн доз VERMOX, починаючи з 2006 р. Було підтримано більш ніж 3 200 операцій з усунення фістули, завдяки благодійним заходам у 17 країнах. Компанія створила унікальну тренувальну програму з психічного здоров'я, яка була розрахована на підтримку медичних працівників у Руанді. Дана ініціатива охопила близько 50 000 осіб.

Завдяки заходам, спрямованим на покращення умов праці співробітників та підсилення справедливості в трудовій сфері, Johnson & Johnson досягла частки жінок на управлінських позиціях на рівні 48%. Частка жінок серед робітників, які працюють повний робочий день, складає 48,1%. Компанією було досягнуто 34% етнічного/расового розмаїття на керівних посадах. Окрім того, Johnson & Johnson направила 150 млн доларів на навчання та розвиток працівників. Сюди, зокрема, увійшли заходи, спрямовані на підвищення обізнаності жінок про STEM, що може підвищити їхні шанси вибору науково-обґрунтованої кар'єри.

У сфері навколишнього середовища Johnson & Johnson досягає прогресу завдяки розміщенню більшої кількості сонячних батарей на своїх підприємствах по всьому

світу, заходам, спрямованим на зменшення дорожніх відстаней перевезення вантажу територією Європи тощо. Завдяки активним діям в екологічному напрямку, 52% енергії, що використовується компанією, забезпечується відновлюваними джерелами, 86% експлуатаційних відходів було відведено від утилізації; 67% будівель має сертифікат LEED; 89% виробничих та науково-дослідних майданчиків було сертифіковано за ISO 14001. До 2030 р. Johnson & Johnson планує досягти вуглецевої нейтральності [10].

Pfizer Inc. – американська компанія, яка забезпечує препаратами широке коло споживачів. Вона була заснована в 1849 р. Чарльзом Файзером і Чарльзом Ерхартом у Брукліні, штат Нью-Йорк. У 2000 р. Pfizer і Warner-Lambert об'єдналися, утворивши найбільшу фармацевтичну компанію, яка розвивається швидкими темпами. На своєму офіційному веб-сайті Pfizer зазначає, що її мета полягає в невпинному прагненні до проривів, які змінюють життя пацієнтів. Щодня компанія впроваджує інновації, щоб зробити світ здоровішим [22].

Соціальна відповідальність компанії базується на дотриманні принципів ESG, які передбачають визнання впливу екологічних проблем на суспільство та громадське здоров'я, і прагнення використовувати передову науку для створення здоровішого та більш справедливого світу. Таким чином, основні

напрямки роботи Pfizer у сфері ESG охоплюють кліматичну дію, стійкі ліки, ресурсозбереження, продуктову інновацію, рівний доступ, різноманітність, справедливість та інклюзію, а також постійну пріоритетність цілісності та прозорості в бізнесі.

Робота Pfizer в екологічному напрямку полягає у скороченні викидів парникових газів, збільшенні використання відновлюваної енергії, а також зменшення викидів, пов'язаних з транспортуванням та розподілом продукції. Для цього компанія планує замінити обладнання на екологічно вигідніші альтернативи після закінчення терміну його експлуатації. Також важливу роль у досягненні поставлених цілей відіграють інвестиції в без/низьковуглецеві технології. У 2021 р. Pfizer була визнана лідером із залучення постачальників CDP (Carbon Disclosure Project) 4-й рік поспіль за роботу з вимірювання та зменшення екологічних ризиків у ланцюзі постачання компанії. Pfizer обмежує викиди, беручи участь у Робочій групі управління фармацевтичними продуктами (Pharmaceutical Product Stewardship Work Group) у США, а також у MEDSdisposal у Європі для забезпечення належної утилізації невикористаних ліків. Компанія використовує метрику, що заохочує ієрархію поводження з відходами: зменшення, повторне використання, переробка, утилізація.

Завдяки активним діям в екологічній сфері Pfizer має наступні результати: обсяг утворення небезпечних і безпечних відходів у 2021 р. зменшився на 18% порівняно з 2020 р., забір води у 2021 р. і знизився на 15% щодо показників 2020 р., а витрати води за цей же період зменшилися на 18%. Також було виявлено зменшення на 7% викидів парникових газів (сфера дії 1 і 2) порівняно з базовим рівнем 2019 р. [9].

Робота Pfizer у соціальній сфері, як і у випадку попередніх досліджуваних компаній, значною мірою полягає у збільшенні доступу населення до лікування. Особливо це стосується незахищених громад. Заснована компанією Ініціатива щодо впливу на інфекційні

захворювання (Infectious Disease Impact Initiative) передбачає довгострокове зобов'язання Pfizer у сфері охорони здоров'я по-новому визначити спосіб боротьби з інфекційними захворюваннями та захистити людей, які отримують недостатнє обслуговування в США та в усьому світі від смертельних загроз. У 2021 р. компанія зосередилася на збільшенні виробництва та транспортування вакцин проти COVID-19. У результаті станом на лютий 2022 р. було доставлено близько 3 млрд доз по всьому світу. Компанія продовжує інвестувати в інноваційні методи лікування раку, а також займається розробкою елранатамабу, досліджуваної біспецифічної молекули для лікування множинної мієломи.

Подальша робота Pfizer у соціальній сфері пов'язана зі створенням різноманітних програм та фондів. Зокрема, сюди можна віднести фонд «Прискорення справедливості в охороні здоров'я» (Accelerating Health Equity), спрямований на підвищення рівності для темношкірих громад у сфері охорони здоров'я, програму в партнерстві з Direct Relief «Innovation Awards in Community Health», спрямовану на підтримку інноваційних підходів до покращення освіти з питань інфекційних захворювань, скриніну, тестування, лікування та догляду, програму Global Health Innovation Grants (GHIG), яка полягає у фінансуванні, а також технічному забезпеченні підприємців у сфері охорони здоров'я та соціальних підприємств в Африці, Латинській Америці та Азії.

Значну увагу Pfizer віддає підтримці різноманітності, рівності та інклюзивності на своїх робочих місцях. Для цього компанія співпрацює з такими організаціями, як Tent's Coalition for Afghan Refugees та McKinsey's Black Leadership Academy Management Accelerator. У 2021 р. компанією було досягнуто 41,5% представництва жінок на рівні віцепрезидента і вище, а також 25% представництва меншин США на цьому рівні. Три з дванадцяти представників ради директорів Pfizer ідентифікують себе як етнічно різноманітні; четверо з цих

представників є жінками. Для захисту фізичного та психологічного здоров'я співробітників Pfizer підтримує програму вакцинації працівників та їхніх родин, співпрацює з компанією Thrive Global, а також проводить вебінари на тему психічного здоров'я та опитування Pfizer Pulse, спрямоване на відстеження досвіду співробітників.

Підтримка цілісності та прозорості роботи Pfizer пов'язана з функціонуванням Комітетів з якості та відповідності (Quality & Compliance Committees). Їхня робота полягає в управлінні ризиками та підзвітністю компанії. Таким чином, Pfizer погоджує свою роботу з етичними нормами та цінностями, забезпечуючи доступ усіх зацікавлених сторін до інформації про свою діяльність [9].

Український фармацевтичний бізнес при своїй діяльності також враховує принципи соціальної відповідальності, які

скеровані у двох напрямках: внутрішньому та зовнішньому. Основу внутрішньої соціальної відповідальності вітчизняних фармацевтичних компаній (ФК) складає підвищення якості трудової діяльності співробітників. Для цього такі компанії, як ПАТ «Фармак», ФФ «Дарниця», «Артеріум», ФК «Юрія-фарм» та ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ», підтримують необхідні умови та безпеку праці на виробництві, забезпечують виплату справедливої заробітної плати (табл. 3), соціальне та медичне страхування. Також до обов'язків українських фармацевтичних підприємств входить надання допомоги в критичних ситуаціях, транспортування до місця роботи, сприяння працевлаштуванню студентів, розвиток працівників тощо. Також до внутрішньої КСВ відноситься стабільна виплата дивідендів та доходів від участі в капіталі ФК [23].

Таблиця 3. Динаміка заробітної плати в Україні, станом на кінець року

	Мінімальна заробітна плата в Україні, грн/міс.	Середня заробітна плата в Україні, грн/міс.	Середня заробітна плата у виробництві основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів, грн/міс.
2016	1600	6475	9607
2017	3200	8777	12344
2018	3723	10573	15435
2019	4173	12264	17663
2020	5000	14179	20617

Джерело: складено на основі [23, 29]

Зовнішня форма соціальної відповідальності українських фармкомпаній включає ділові практики щодо впровадження систем менеджменту якості, систем екологічного менеджменту, систем соціально орієнтованого менеджменту та соціальної відповідальності, які спрямовані на побудову партнерських відносин з головними зацікавленими сторонами [23].

Прикладом відповідального ставлення до стейкхолдерів можна назвати вітчизняну компанію «Фармак», яка з 2010 р. стала лідером фармацевтичного ринку України та одним із найбільших експортерів лікарських засобів. Принципи сталого розвитку є основою соціальної

діяльності компанії. На своїй офіційній веб-сторінці «Фармак» зазначає, що її головне завдання – «створити та реалізувати такий проект, який принесе користь людям у довгостроковій перспективі, змінить свідомість, систему цінностей, стане основою для розвитку сильної держави, незалежної України» [24].

Ключові напрямки сталого розвитку «Фармак» включають екологію, здоров'я, освіту й науку, а також благодійну допомогу. Зокрема, для підтримки екології компанія продовжує інвестувати в суспільно важливі проекти. Таким чином, у період війни було інвестовано в сучасну систему очищення стічних вод на її підприємстві у Києві. Компанія долучилася

до всеукраїнської ініціативи «Seeds for Ukraine», спрямованої на забезпечення насінням городини понад 100 тис. родин по всій країні. Також компанія в 2020 р. скоротила викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря на 33,05% порівняно з 2019 р. В галузі здоров'я «Фармак» забезпечує соціальну відповідальність шляхом організації «клініки на колесах» під назвою «Мобільні лікарі», яка здійснює виїзди на деокуповані території. У жовтні 2022 р. було проведено захід для сімейних лікарів «Farmak.Family Doctor Camp», організований для обміну професійним досвідом. В напрямку освіти й науки компанія досягає прогресу шляхом долучення до ініціативи «Безпечна освіта», що облаштовує укриття в навчальних закладах України, проведення IX науково-практичної конференції Школи молодих науковців «Наука та сучасне фармацевтичне виробництво» тощо. Основну увагу в сфері благодійної діяльності «Фармак» на даний час займає допомога армії шляхом забезпечення її необхідною зброєю, засобами пересування тощо [24].

У звітності зі сталого розвитку «Фармак» також надає велику увагу дотриманню прав людини та підтриманню належних трудових відносин. Таким чином, компанія має Кодекс корпоративної культури, анонімну лінію Trust Line, на яку може звернутися кожен у випадку порушень у компанії. «Фармак» забезпечує додатковий захист працівників завдяки Колективному договору й роботі профспілки. В компанії функціонує, а також постійно вдосконалюється Система управління безпекою та гігієною праці, що відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 45001 «Системи управління охороною здоров'я та безпекою праці», проводиться регулярне навчання працівників з охорони праці. «Фармак» створила Антикорупційну програму, яка встановлює комплекс правил, стандартів і процедур щодо виявлення, протидії та запобігання корупції. Положення цієї програми поширюються на всіх

працівників, а вимоги є обов'язковими до виконання [25].

«Дарниця» є однією з найвідоміших вітчизняних фармацевтичних компаній, яка випускає близько 180 препаратів із фокусом на кардіологію, неврологію та управління болем. Її місія полягає у допомозі медичним працівникам та пацієнтам у покращенні якості життя завдяки науці, інноваціям та доступності кожному.

Соціальна відповідальність «Дарниця» розділена на три провідні напрямки. Зокрема, для підтримки здоров'я та благополуччя компанія передала 2,2 млн упаковок ліків на майже 200 млн грн лікарням, благодійним фондам, військовим частинам, а також 25 млн грн допомоги грошима закладам охорони здоров'я та благодійним фондам. «Дарниця» співпрацює з благодійними фондами аптечної мережі АНЦ «Місто добрих справ», «Адресна допомога дітям» та «ДП Гарна Україна», а також із ГО «Землячки», яка опікується жінками на війні. Задля підтримки культури та прогресивної освіти «Дарниця» вже протягом семи років допомагає Українському католицькому університету, передаючи кошти для викладацьких та студентських стипендій. Велику увагу компанія приділяє сфері відповідального споживання і виробництва. Так, у 2022 р. частка відходів, які передано на переробку, склала 70,3%. Функціонування компанії відбувається на засадах Зеленого офісу: встановлено системи очищення води, автоматичного контролю освітлення і теплопостачання, введений роздільний збір відходів. За 2022 р. «Дарниця» зібрала та передала на знищення 15 кг ліків, 50 кг відпрацьованих джерел струму. Через початок енергетичного терору для зниження піків енергоспоживання перевела виробничі цехи на плаваючий графік, що дозволило знизити середнє денне споживання енергії на 27% [26].

Рівень поінформованості про питання КСВ серед українських фармацевтичних підприємств зростає, хоча і низькими темпами. Лише невелика їх частка

повноцінно займається заходами із соціальної відповідальності. До причин низького рівня дотримання КСВ в Україні можна віднести наступні: безсистемність та нерегулярність здійснення заходів із соціальної відповідальності, відсутність належного нормативного та методичного забезпечення, недостатня кількість спеціалістів із цього напрямку тощо [27]. Також розвиток КСВ на вітчизняних

підприємствах гальмується через недостатність фінансування, відсутність пільг щодо кредитування проектів соціального спрямування, недостатність законно закріплених привілеїв для соціально відповідальних фармкомпаній тощо. Тобто важливу роль у впровадженні принципів КСВ в український бізнес відіграє держава [26].

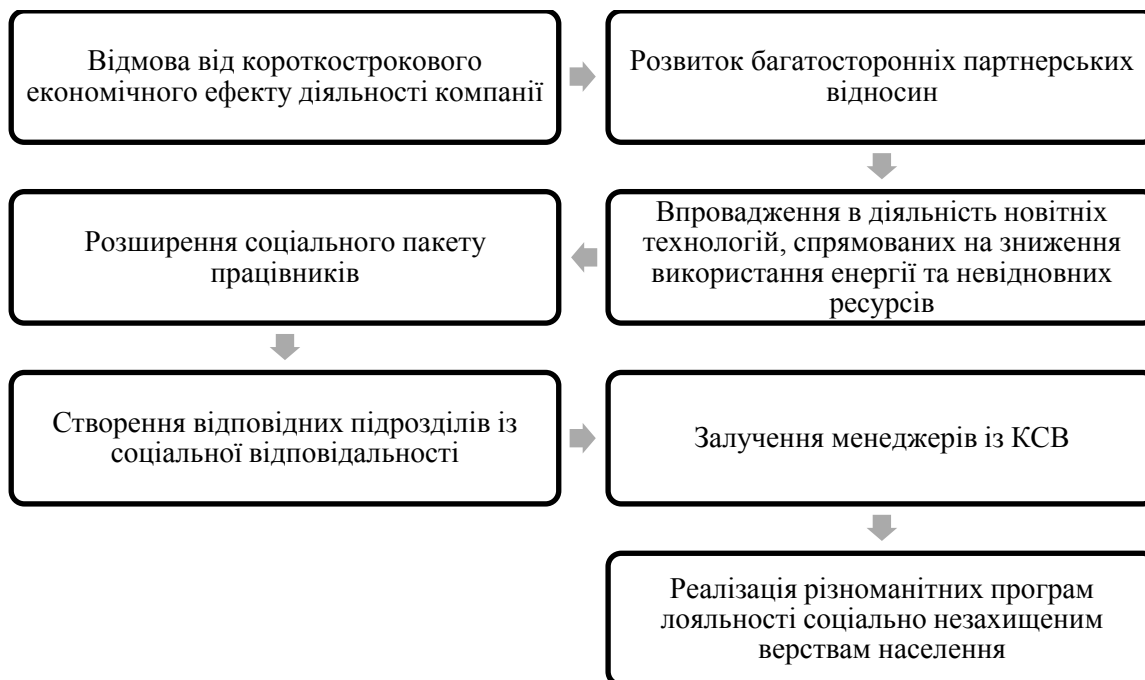


Рис. 5. Головні напрямки вдосконалення КСВ на українських фармацевтичних підприємствах

Джерело: систематизовано авторами на основі [23]

Для розвитку КСВ в українському фармацевтичному бізнесі варто задіювати одразу декількох стейкхолдерів. Зокрема, держава має бути взірцем прозорості, впроваджувати критерії соціальної відповідальності, а також відповідні гранти та субсидії. Вона має взяти на себе розвиток національної політики з КСВ для державних компаній, розробку та проведення тестування на КСВ, а також дослідження іноземного досвіду у сфері соціальної відповідальності. Бізнес має займатися впровадженням КСВ як усередині підприємства, так і за його межами, орієнтуючись на міжнародні стандарти. Значну увагу слід надавати підтриманню підзвітності та прозорості, організовуючи спеціальні комітети з КСВ, а

також залучаючи фахівців із соціальної відповідальності. Головні напрямки вдосконалення КСВ на фармацевтичних підприємствах наведені на рис. 5. Бізнес-асоціації можуть розробляти рекомендації щодо впровадження соціальної відповідальності, контролювати дотримання КСВ компаніями-учасниками. Важливу роль відіграватиме організація різноманітних тренінгів та майданчиків для взаємодії великих компаній і малого та середнього бізнесу. Роль громадських організацій у поширенні КСВ може полягати в контролі дотримання її положень компаніями, формуванні суспільної думки, а також партнерстві з бізнесом з метою поширення знань про КСВ. Роль донорів може включати

підтримку освіти з КСВ для керівників компаній, проведення різноманітних тренінгів з соціальної відповідальності, а також поширення в Україні іноземного досвіду впровадження КСВ, підтримку програм стажування з КСВ за кордоном, надання субсидій та грантів малому та середньому бізнесу тощо [28].

Висновки. Станом на сьогодні успішний розвиток компаній помітно ускладнюється при ігноруванні принципів соціальної відповідальності. І така важлива для суспільства сфера, як фармацевтика, не перебуває осторонь даної проблеми. Сучасні дослідження показують, що дотримання соціально відповідальної діяльності приносить користь не лише суспільству, а й самим компаніям, пропонуючи вищу лояльність клієнтів, утримання талантів, уникнення проблем із законом тощо.

Існують різні підходи до дотримання корпоративної соціальної відповідальності, які залежать від того, яку кількість зацікавлених сторін та аспектів КСВ компанія планує враховувати, провадячи свою діяльність. Найбільш комплексний підхід дозволяє компаніям охоплювати всі аспекти їхнього впливу на населення, забезпечуючи, таким чином наведені вище переваги.

Розглянуті фармацевтичні компанії, а саме Novartis, Johnson & Johnson і Pfizer, є одними із провідних у даній галузі. Тому їхній досвід впровадження КСВ може бути корисним та показовим для наслідування на вітчизняних підприємствах. Дослідження даних компаній показало, що всі вони задля підтримання КСВ використовують стратегію ESG (дотримання відповідальності перед навколишнім середовищем, суспільством, а також здійснення належного управління діяльністю підприємства). При цьому кожна з компаній вказує свою головну мету – підвищення доступу до ліків та медичної допомоги. Вона досягається шляхом створення відповідних програм, співпраці з іншими компаніями та фондами. Питання захисту навколишнього середовища вирішуються за допомогою програм зі

зниження шкідливих викидів від роботи підприємств, скорочення споживання води. Велика роль відводиться переходу на відновлювані джерела енергії. Соціальна сфера діяльності досліджуваних компаній зосереджена на досягненні різноманітності, справедливості та інклюзивності на робочих місцях. Здійснюється безперервне навчання працівників, проводяться різноманітні тренінги та конференції. Задля підтримання належного управління питаннями КСВ зазначені компанії призначають відповідні комітети, діяльність яких спрямована на контроль за дотриманням прозорості та підзвітності, а також запобігання корупції.

У вітчизняному фармацевтичному бізнесі також спостерігаються зрушення у впровадженні КСВ. Проте все ще невелика частина українських підприємств приділяє їй належну увагу. Такі компанії, як «Фармак» та «Дарниця» показують гідний приклад дотримання соціальної відповідальності, оскільки скеровують свої зусилля в усіх основних напрямках, зокрема, таких як права людини, збільшення доступу до ліків, підтримка екології, благодійність тощо.

Порівняно низький розвиток КСВ в українських фармацевтичних компаніях можна пояснити недостатньою увагою держави до даного аспекту, що полягає в низькому фінансуванні, відсутності грантів та пільг тощо. Тому розвиток соціальної відповідальності в Україні має починатися з державного рівня і потім підтримуватися в діяльності бізнесу шляхом розвитку багатосторонніх партнерських відносин, залучення експертів з КСВ, використання новітніх технологій та підвищення уваги до благодійної діяльності. Також важливою в даному питанні є залученість громадських організацій, донорів та бізнес-асоціацій задля об'єднання дій з КСВ, створення платформ для обміну досвідом та дослідження шляху іноземних компаній у впровадженні соціальної відповідальності.

References:

1. Latapi Agudelo M.A., Jóhannsdóttir L., Davídsdóttir B. A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2019. 4, 1. P. 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>
2. ISO - International Organization for Standardization: веб-сайт. URL: <https://www.iso.org/home.html> (дата звернення: 13.12.2022).
3. Стасюк Ю. М. Формування економічної культури молодого фахівця // Особистість у просторі культури: Матеріали Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму. 2009. Т. 24. С. 100-102.
4. Vo T. D., Tran M. D. The Impact of Covid-19 Pandemic on the Global Trade. *International Journal of Social Science and Economics Invention*. 2021. Vol. 7, No. 1. P. 1-7. <https://doi.org/10.23958/ijsssei/vol07-i01/261>
5. Xu Y., Li J. P., Chu C. C., Dinca G. Impact of COVID-19 on transportation and logistics: a case of China. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*. 2022. Vol. 35, No. 1. P. 2386-2404. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1947339>
6. Bakar N. A., Rosbi S. Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science (IJAERS)*. 2020. Vol. 7, No. 4. P. 189-193. <https://dx.doi.org/10.22161/ijaers.74.23>
7. Ayati N., Saiyarsari P., Nikfar S. Short and long term impacts of COVID-19 on the pharmaceutical sector. *DARU Journal of Pharmaceutical Sciences*. 2020. Vol. 28. P. 799-805. <https://doi.org/10.1007/s40199-020-00358-5>
8. Almurisi S. H., Khalidi D. A., AL-Japairai K. A., Mahmood S., Chilakamarry C. R., Kadiyala C. B. N., Mohananaidu K. Impact of COVID 19 Pandemic Crisis on the Health System and Pharmaceutical Industry. *Letters in Applied NanoBioScience*. 2021. Vol. 10, Issue 2. P. 2298 – 2308. <https://doi.org/10.33263/LIANBS102.22982308>
9. Pfizer 2021 Environmental, Social & Governance Report. Pfizer: веб-сайт. URL: https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/financial_reports/annual_reports/2021/files/Pfizer_ESG_Report.pdf (дата звернення: 18.11.2022).
10. Johnson & Johnson 2021 ESG Summary. Johnson & Johnson: веб-сайт. URL: <https://healthforhumanityreport.jnj.com/reporting-hub/esg-summary-pdf> (дата звернення: 18.11.2022).
11. Scopus.com: веб-сайт. Пошук документів за словосполученням «corporate social responsibility» 2022. URL: <https://www.scopus.com/results/results.uri?sort=plf-f&src=s&st1=%22corporate+social+responsibility%22&sid=71e861b2cb3eba2d88e7d1d8f5e92973& sot=b&sd=b&sl=48&s=TITLE-ABS-KEY%28%22corporate+social+responsibility%22%29&origin=searchbasic&editSaveSearch=&yearFrom=Before+1960&yearTo=Present> (дата звернення: 01.12.2022).
12. Baumgartner R. J., Rauter R. (2017). Strategic perspectives of corporate sustainability management to develop a sustainable organization. *Journal of Cleaner Production*, 140, 81-92. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.146>.
13. Adda G., Azigwe J. B., Awuni A. R. Business ethics and corporate social responsibility for business success and growth. *European Journal of Business and Innovation Research*. 2016. Vol. 4, No 6. P. 26-42. URL: <https://www.eajournals.org/journals/european-journal-of-business-and-innovation-research-ejbir/vol-4-issue-6-december-2016/business-ethics-corporate-social-responsibility-business-success-growth/> (дата звернення: 18.11.2022).
14. Bertezene S., Vallat D., Martin J. An Overview of the Main Strategies and Approaches to CSR. *Excellence in Services: International Conference on Quality and Service Sciences Proceedings, Liverpool (England), August 28-29, 2014. P. 17-26. URL: https://sites.les.univr.it/eisic/wp-content/uploads/2018/07/Bertezene-Vallat-Martin.pdf* (дата звернення: 18.11.2022).
15. Sung M., Huang Y., Duan Y., Liu F., Jin Y., Zheng Z. Pharmaceutical Industry's Engagement in the Global Equitable Distribution of COVID-19 Vaccines: Corporate Social Responsibility of EUL Vaccine Developers. *Vaccines*. 2021. Vol. 9(10), 1183. <https://doi.org/10.3390/vaccines9101183>
16. Novartis: веб-сайт. URL: <https://www.novartis.com/> (дата звернення: 18.01.2023).
17. Corporate Responsibility Guideline Novartis Global Guideline. Novartis: веб-сайт. URL: <https://www.novartis.com/sites/novartiscom/files/cr-guideline-2017.pdf> (дата звернення: 18.11.2022).
18. Novartis in Society Integrated Report 2021. Novartis: веб-сайт. URL: <https://www.novartis.com/sites/novartis.com/files/novartis-integrated-report-2021.pdf> (дата звернення: 18.11.2022).
19. Johnson & Johnson: веб-сайт. URL: <https://www.jnj.com/> (дата звернення: 11.01.2023).
20. Johnson & Johnson ESG Strategy. Johnson & Johnson: веб-сайт. URL: <https://www.jnj.com/about-jnj/policies-and-positions/esg-strategy> (дата звернення: 18.11.2022).
21. Health for Humanity 2025 Goals. Johnson & Johnson: веб-сайт. URL: <https://www.jnj.com/health-for-humanity-goals-2025> (дата звернення: 18.11.2022).
22. Pfizer: веб-сайт. URL: <https://www.pfizer.com/> (дата звернення: 18.12.2022).
23. Братішко Ю., Посилкінка О. Сучасний погляд на соціальну відповідальність фармацевтичного бізнесу України. National Health as Determinant of Sustainable Development of Society: монографія. Bratislava: School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, 2021. 788 с. URL: <https://cutt.ly/680c1xS> (дата звернення: 18.11.2022).
24. Фармак: веб-сайт. URL: <https://farmak.ua/> (дата звернення: 13.02.2023).

25. Звіт зі сталого розвитку. Фармак: веб-сайт. URL: https://farmak.ua/wp-content/uploads/2022/12/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2021-1.pdf (дата звернення: 13.02.2022).

26. Дарниця: веб-сайт. URL: <https://www.darnitsa.ua/csr> (дата звернення: 14.02.2023).

27. Братішко Ю. О., Світлична К. С., Кубасова Г. В. Аналіз потреби фармацевтичної галузі України у фахівців з управління соціальною відповідальністю. *Інтернаука. Серія: «Економічні науки»*. 2019. № 5. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-5-4925>

28. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Modern Economics*. 2017. №. 1. С. 24-30.

29. Середня заробітна плата в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/> (дата звернення: 1.02.2023).