

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Формування систем корпоративного управління ПАТ
«Київмедпрепарат» на засадах соціальної відповідальності»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0739-2БА-з _____
спеціальності 073 Менеджмент _____
освітньої програми Бізнес-адміністрування _____
Рокитянська Ю.П. _____

Керівник : доцент кафедри бізнес-адміністрування і _____
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, _____
кандидат філософських наук, доцент _____
Олійник О.М. _____

Рецензент: зав. кафедри бізнес-адміністрування і _____
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, _____
доктор наук з державного управління, професор _____
Бікулов Д.Т. _____

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту _____

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності _____

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр _____

Спеціальність 073 Менеджмент _____

Освітня програма Бізнес-адміністрування _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов _____

« ____ » _____ 2020 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

Рокитянська Юлія Петрівна _____

1. Тема роботи «Формування систем корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат» на засадах соціальної відповідальності» _____

керівник роботи: Олійник О.М., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат філософських наук, доцент _____

затверджені наказом ЗНУ від 02.06.2020 року № 664-с _____

2. Строк подання студентом роботи 23.12.2020 р. _____

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1 СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ _____

2 СТАН КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПАТ «КИЇВМЕДПРЕПАРАТ» _____

3 НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПАТ «КИЇВМЕДПРЕПАРАТ» НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ _____

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) __
15 таблиць
12 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Олійник О.М.		
2	Олійник О.М.		
3	Олійник О.М.		

7. Дата видачі завдання 20.04.2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	20.04.2020	
2.	Затвердження змісту роботи.	30.04.2020	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	30.04.20-16.05.20	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	17.05.20-23.05.20	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.05.20-27.05.20	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	28.05.20-25.06.20	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	26.06.20-29.08.20	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.20-06.09.20	
9.	Розробка чернетки III розділу кваліфікаційної роботи.	07.09.20-14.09.20	
10.	Написання III розділу кваліфікаційної роботи.	15.09.20-29.10.20	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.10.20-02.11.20	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.11.2020	
13.	Проходження нормоконтролю.	09.11.20-22.11.20	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	23.11.2020	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	грудень 2020	

Студент _____
(підпис)

Ю.П. Рокитянська
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____
(підпис)

О. М. Олійник
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____
(підпис)

С.В. Маркова
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 76 с., 12 рис., 15 табл., 54 джерела.

Об'єкт дослідження – процеси корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат» в умовах впровадження концепції соціальної відповідальності.

Предметом дослідження – сукупність теоретичних, методичних та практичних положень розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку.

Мета роботи – визначення перспективних шляхів формування систем корпоративного управління вітчизняної корпорації на засадах соціальної відповідальності бізнесу.

Методи дослідження: спостереження, порівняння, синтез, аналіз, узагальнення, індукції.

Специфіка роботи полягає у вирішенні таких задач: досліджено сутність та еволюцію поняття корпоративної соціальної відповідальності; визначено методики оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності компанії; досліджено стан корпоративної соціальної відповідальності в Україні та світі; надано характеристику ПАТ «Київмедпрепарат» та системи його корпоративного управління; здійснено діагностику сучасного стану корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат»; визначено напрямки інтеграції соціальної відповідальності в систему корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат»; запропоновано шляхи розвитку аналітичного інструментарію корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат».

Інформаційною базою роботи є посібники, підручники аналітика періодичних тематичних видань, статистичні збірники та публікації довідкового характеру, а також річні звіти провідних світових та українських компаній.

Новизна одержаних результатів полягає у дослідженні та подальшому розвитку теоретичних та методологічних засад розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ,
ФАРМАКОЛОГІЯ, КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ,
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ, СТРАТЕГІЯ.

ABSTRACT

Qualifying work of the master: 76 pages, 12 figures, 15 tables, 54 sources.

The object of research - the processes of corporate governance of PJSC "Kyivmedpreparat" in terms of implementing the concept of social responsibility.

The subject of research - a set of theoretical, methodological and practical provisions for the development of corporate social responsibility of enterprises in the context of their strategic development.

The purpose of the work is to determine promising ways of forming corporate governance systems of a domestic corporation on the basis of corporate social responsibility.

Research methods: observation, comparison, synthesis, analysis, generalization, induction.

The specifics of the work is to solve the following problems: the essence and evolution of the concept of corporate social responsibility are studied; methods of assessing the effectiveness of corporate social responsibility of the company are identified; the state of corporate social responsibility in Ukraine and the world is studied; the characteristic of PJSC "Kyivmedpreparat" and its corporate governance system is given; diagnostics of the current state of corporate social responsibility of PJSC "Kyivmedpreparat" was carried out; the directions of integration of social responsibility into the system of corporate governance of PJSC "Kyivmedpreparat" are determined; the ways of development of analytical tools of corporate social responsibility of PJSC "Kyivmedpreparat".

The information base of the work is manuals, textbooks for analysts of periodicals, statistical collections and reference publications, as well as annual reports of leading global and Ukrainian companies.

The novelty of the obtained results lies in the study and further development of theoretical and methodological foundations of corporate social responsibility in Ukraine.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PHARMACOLOGY,
CORPORATE SOCIAL ACTIVITY, STRATEGIC MANAGEMENT, STRATEGY.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ГД ООН - Глобальний договір ООН;

ЗМІ - засоби масової інформації;

КСВ- корпоративна соціальна відповідальність;

КСВБ - корпоративна соціальна відповідальність бізнесу;

КСД- корпоративна соціальна діяльність;

НДДКР – науково-дослідницькі та дослідно-конструкторські роботи

ООН - Організація Об'єднаних Націй;

СБ - Світовий банк;

СВ - соціальна відповідальність;

СВБ - соціальна відповідальність бізнесу;

ЦСР - Цілі сталого розвитку;

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА	2
РЕФЕРАТ	4
ABSTRACT.....	5
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ.....	6
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	11
1.1 Сутність поняття корпоративної соціальної відповідальності	11
1.2 Методики оцінки ефективності корпоративної соціальної політики компанії	16
РОЗДІЛ 2 СТАН КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПАТ «КИЇВМЕДПРЕПАРАТ».....	22
2.1 Корпоративна соціальна відповідальність в Україні та світі.....	22
2.2 Характеристика ПАТ «Київмедпрепарат» та системи його корпоративного управління	31
2.3 Діагностика сучасного стану корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат»	44
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПАТ «КИЇВМЕДПРЕПАРАТ» НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	56
3.1 Напрямки інтеграції соціальної відповідальності в систему корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат».....	56
3.2 Шляхи розвитку аналітичного інструментарію корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат»	62
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	71

ВСТУП

Сьогодні соціально відповідальна поведінка є обов'язковим елементом успішного стратегічного розвитку корпорацій, а провідні міжнародні та вітчизняні компанії перетворюють концепцію соціальної відповідальності в найефективніший інструмент забезпечення своєї конкурентної переваги. Завдяки інтеграції принципів соціальної відповідальності у стратегічні плани розвитку підприємства підвищується його адаптивність до зовнішніх умов господарювання, зростає якість системи управління ним. Окрім того, забезпечується легітимізація діяльності суб'єкта господарювання в очах громадськості, що в найближчій перспективі сприятиме зміцненню його ділової репутації та інвестиційної привабливості.

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів.

Науковою думкою сформовано потужну теоретико-методологічну основу для розуміння та подальшого дослідження КСВ. Акерман Р., Бауер Р., Боуен Г., Вотав Д., Друкер П., Керролл А., Сеті С., Фредерік В. по праву вважаються ідеологами нового напрямку, який увібрав у себе кращі практики менеджменту, економіки, психології, конфліктології тощо. Міждисциплінарний підхід дає можливість залучити до дослідження представників різних галузей науки та практичної діяльності. Підвищений інтерес до теми свідчить про її багатогранність та стрімкий розвиток.

Агуїніс Г., Главас А. обґрунтували багаторівневу та багатопрофільну теоретичну базу дослідження КСВ на основі інституційного, організаційного та індивідуального рівнів аналізу. Дослідники оцінили вплив зацікавлених сторін

на внутрішні та зовнішні результати підприємства. Автори акцентують увагу на розривах знань, що пов'язані з прийняттям різних теоретичних баз досліджень та надають конкретні пропозиції щодо проектування, вимірювання та аналізу даних, які сприятимуть проведенню подальших наукових розвідок.

Брік А., Реттаб Б. та Мелакі К. досліджують наслідки корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для ринкової орієнтації та продуктивності підприємств, що функціонують у країнах з емерджентними економіками. Група науковців стверджує, що КСВ здійснює синергічний вплив на ринкову орієнтацію та ефективність бізнесу.

Метою магістерської роботи є визначення перспективних шляхів формування систем корпоративного управління вітчизняної корпорації на засадах соціальної відповідальності бізнесу.

Досягнення поставленої мети передбачало вирішення таких задач:

- дослідити сутність та еволюцію поняття корпоративної соціальної відповідальності;
- визначити методики оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності компанії;
- дослідити стан корпоративної соціальної відповідальності в Україні та світі;
- надати характеристику ПАТ «Київмедпрепарат» та системи його корпоративного управління;
- здійснити діагностику сучасного стану корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат»;
- визначити напрямки інтеграції соціальної відповідальності в систему корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат»;
- запропонувати шляхи розвитку аналітичного інструментарію корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат».

Об'єктом магістерської роботи є процеси корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат» в умовах впровадження концепції соціальної відповідальності.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних положень розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку.

Методологія дослідження включає такі методи: спостереження, порівняння, синтез, аналіз, узагальнення, індукції. Метод узагальнення став базою для підведення підсумків роботи. Інформаційною базою роботи є посібники, підручники аналітика періодичних тематичних видань, статистичні збірники та публікації довідкового характеру, а також річні звіти провідних світових та українських компаній.

Новизна одержаних результатів полягає у дослідженні та подальшому розвитку теоретичних та методологічних засад розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Положення магістерської роботи, що визначають її наукову новизну і виносяться на захист, полягають у тому, що обґрунтовано: методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності; адаптація іноземного досвіду з корпоративної соціальної відповідальності для українських компаній; впровадження на підприємстві методики КСВ.

Практичне значення одержаних результатів. В даній магістерській роботі сформульовані та обґрунтовані основні наукові положення та методики, які допоможуть вітчизняним корпораціям успішно впровадити стратегії корпоративної соціальної відповідальності у свої компанії.

РОЗДІЛ 1

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

1.1 Сутність поняття корпоративної соціальної відповідальності

Відповідальність, як і багато інших категорій, можна визначити у різний спосіб, акцентуючи увагу на ті чи інші чинники її прояву та ролі в діяльності людини. Сутність відповідальності полягає в тому, що вона є розумінням, усвідомленням і врахуванням наслідків діяльності за критеріями її необхідності та ефективності, можливості осуду або заохочення. При цьому існує міра осуду за невиконання або погане виконання роботи і заохочення за гарне її виконання. Цей захід може бути і результатом внутрішньої чи зовнішньої оцінки характеру, і результатом роботи людини; виявлятися або у власній незадоволеності роботою, або в негативному ставленні до неї з боку інших людей. Тому відповідальність можна розглядати як один з мотиваційних факторів діяльності і як один з можливих її обмежувачів. Відчуття відповідальності впливає на вибір методів та врахування різних чинників виконання роботи, її виду та прагнення до певного результату [1].

Відповідальність - це організаційна характеристика, що забезпечує дисциплінованість і максимально ефективне ставлення людини до її обов'язків. Саме тому відповідальність є засобом управління, одним з важелів впливу на діяльність людини і колективу в цілому.

Встановлюючи певні заходи і види відповідальності, її контролювання, менеджер впливає на діяльність людини і колективу, що зумовлена спільними інтересами, цінностями та необхідністю врахування наявних умов (рис. 1.1) [2].



Рис. 1.1 Передумови відповідальності [2]

Уявивши теоретичні трактування змісту СВБ у вигляді континууму, можна у вигляді подібного ж континууму уявити і типи компаній, чия реальна практика містить різні прояви соціальної відповідальності, що в цілому укладаються в «піраміду» А.Керолла. У зв'язку з цим заслуговує на увагу модель, запропонована Х.Джонсоном [3]. У цій моделі виокремлено п'ять цілком чітко певних рівнів континууму СВБ: рівень протиправності/безвідповідальності; рівень законслухняності; рівень фрагментарності; стратегічний рівень і рівень всемірної підтримки суспільства.

За логікою Х.Джонсона можна не тільки класифікувати компанії за критерієм СВБ, але і спробувати, аналізуючи сучасний як американський, так і вітчизняний досвід, співвіднести дані рівні соціальної відповідальності з результатами діяльності компаній. Екстраполюючи типологію Х.Джонсона, що описує компанії США, на абстрактний «глобальний» бізнес, можна отримати модель діяльності фірми і її оцінки внутрішніми і зовнішніми заінтересованими сторонами (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Рівні континууму СВБ [4]

Рівень СВБ	Змістовні характеристики	Приклади типових практик
Рівень протиправності / безвідповідальності	Компанії не дотримуються, принаймні певною мірою, звичайних або правових конвенцій, у цілому підтримуваних суспільством	Використання праці нелегальних іммігрантів з порушенням норм безпеки, оплати, робочого часу тощо. Спотворення звітності. Недобросовісна реклама.
Рівень законслухняності	Компанії дотримуються «букви» закону в мінімально необхідному для їхнього виживання ступені.	Відповідність стандартам безпеки продукту Виплата заробітної плати не нижче мінімальної. Утилізація відходів виробництва.
Рівень фрагментарності	Компанії залучені в обмежене коло видів діяльності, що асоціюються з широким трактуванням соціальної відповідальності. Мотиви подібної діяльності мають половинчастий, змішаний характер.	Участь у програмах добродійності. Спонсорство. Підтримка місцевих співтовариств. Створення і (або) підтримка об'єктів соціальної сфери для працівників компанії. Підвищення якості, сертифікація на стандарт ISO 9000.
Стратегічний рівень	Компанії сповідають систематичний цільовий підхід до різних аспектів діяльності, що призводить до зростання фінансових результатів. Мотиви діяльності носять стратегічний характер.	Управління людськими ресурсами має на меті відбір, збереження і розвиток компетентного персоналу. Обслуговування споживачів шляхом визначення їхніх потреб і забезпечення зворотного зв'язку. Розвиток загального менеджменту якості, сертифікація на стандарти ISO 9000 і ISO 14000
Рівень всемірної підтримки суспільства	Компанії розбудовують стратегію свого розвитку на вірі в те, що бізнес має бути «хорошим» незалежно від можливого фінансового результату — позитивного або негативного.	Практики, властиві Рівню 4, а також: наймання інвалідів і представників меншин; використання натуральних, екологічно чистих матеріалів; активна підтримка заборони ядерних випробувань, захисту лісів; пряма підтримка організацій соціальних активістів, таких як Greenpeace

Необхідно підкреслити, що, розбудова своїх відносин із системою заінтересованих сторін вимагає від компанії, по суті, вирішення завдання стратегічного управління, хоча і не обов'язково відноситься до «стратегічного» рівня СВБ, описаного в моделі Х.Джонсона [8].

Розбудова стратегії управління організацією у сфері СВБ має відбуватися з огляду на її два вектори розвитку, які орієнтовані у внутрішнє і зовнішнє середовище організації залежно від сфери відповідальності. Складовими потенціалу соціальної відповідальності організації є: дотримання законів і норм; сприяння добробуту суспільства як за допомогою випуску соціально значимої продукції (макросоціальна відповідальність), так і на основі техніко-технологічних можливостей організації, розбудови підсистеми управління якістю робіт, створення внутрішньофірмової інфраструктури (мікросоціальна відповідальність) (рис. 1.2) [9]. Внутрішня соціальна відповідальність корпорації - це нова практика відносно власного персоналу, усього, що стосується розвитку людських ресурсів на підприємстві, людського капіталу.



Рис. 1.2 Складові потенціалу соціальної відповідальності бізнесу

Не менший інтерес представляє спроба розглянути концепцію заінтересованих сторін, що нерозривно пов'язана з теорією СВБ як самостійну концепцію стратегічного управління. Особливо слід виділити роботу Дж. Поста, Л. Престона і С. Сакса «Переосмислення корпорації: менеджмент

заінтересованих сторін і організаційне багатство». Автори роботи, відомі теоретики в царині СВБ, висувають припущення, що концепція заінтересованих сторін доповнює і інтегрує державну галузеву концепцію [11].

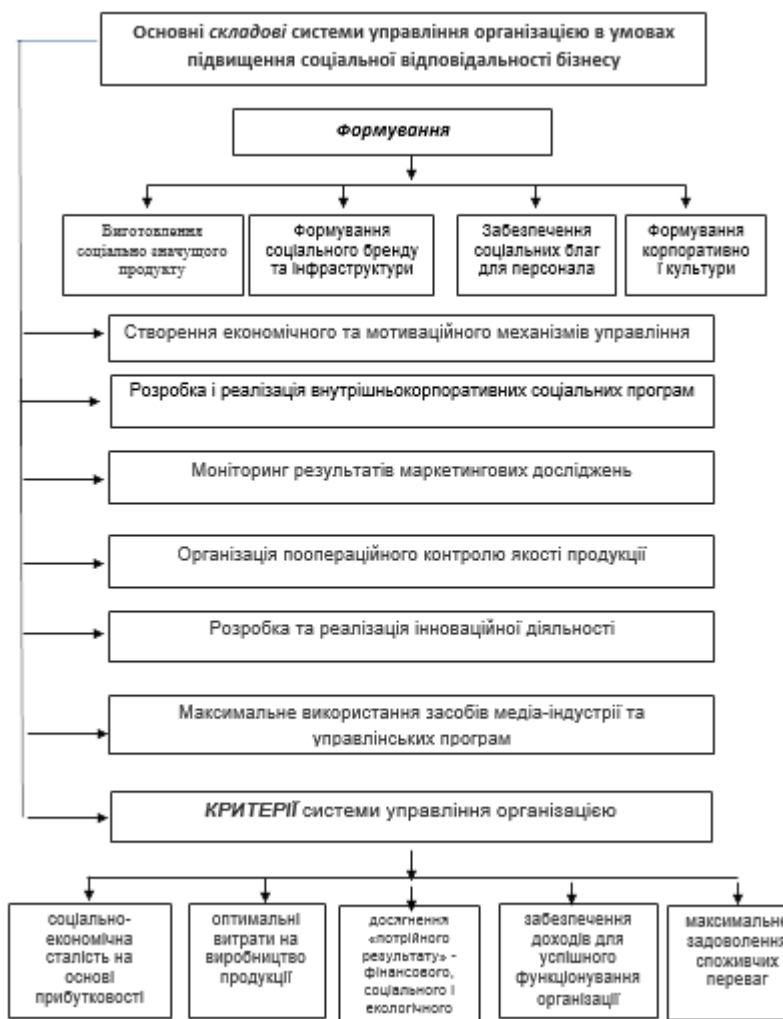


Рис. 1.3 Складові потенціалу соціальної відповідальності бізнесу

Оскільки всі ресурси фірми так чи інакше представлені мережею заінтересованих сторін, саме взаємодії із споживачами, працівниками, постачальниками, інвесторами тощо формують організаційну здатність генерувати багатство через розвиток так званих «активів відносин». Представлена так само концепція заінтересованих сторін формально відрізняється від ресурсної і галузевої концепцій, що приймають як одиниці

аналізу, відповідно, фірму і галузь, а також що розглядають релевантні джерела отримання організаційного багатства і засоби його збереження [12].

Проте для успішного функціонування фірма повинна створювати, підтримувати і розвивати ресурси (фінансові і трудові, знання і технології), значущі для досягнення конкурентних переваг. Ці чинники відносяться до ресурсної бази і відповідно - до ресурсної концепції. Існуючи на реальному ринку, фірма вбудовується у свою галузеву структуру, що включає конкурентів, постачальників і регулюючі агентства.

Зазначеним елементам середовища ведення бізнесу особливого значення надає галузева концепція. Проте реальна фірма діє водночас у соціальному і політичному середовищі, до якого також входять індивідууми, групи і організації, що роблять свій внесок у створення організаційного багатства, несуть відповідні ризики. У результаті складається модель, не тільки відповідна двом класичним концепціям стратегічного управління, але і така, що доповнює одна одну [13].

Відтак, виявляється, що соціальна відповідальність компанії (як раціональний відгук компанії на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін), спрямована на сталий розвиток компанії і може трактуватися і як елемент конкурентної стратегії (що розглядається в рамках галузевої концепції), і як самостійна концепція стратегічного управління.

1.2 Методики оцінки ефективності корпоративної соціальної політики компанії

Процес оцінювання рівня та ефективності застосування КСВ на підприємстві доцільно починати з діагностики раціональності корпоративного управління даним суб'єктом господарювання.

Процес управління підприємством передбачає не тільки управління його технічними засобами, інформаційними і матеріальними потоками, а також працівниками (групами індивідуумів), й зацікавленими особами

(стейкхолдерами), що має аспект корпоративної взаємодії. Така взаємодія потребує цілеспрямованого впливу на корпоративні суб'єкти відносин, що утворює особливий спосіб - корпоративне управління підприємством. У рамках такого корпоративного управління КСВ є складовою мотиваційної функції загальної системи управління підприємством [14].

Існує значна кількість методів оцінки стану корпоративного управління підприємством, серед яких виокремлюють кількісні і якісні методи [3]. Найбільше поширення і ґрунтовне обґрунтування мають кількісні методи, що будуються на методах та процедурах аналізу показників господарської діяльності підприємства. Поряд із загальними методами оцінювання ефективності корпоративного управління, що використовуються для оцінки стану та динаміки відносин КСВ, існує значна сукупність спеціальних методів оцінки. Дані методи мають різне спрямування і цілі оцінювання (табл. 1.2) [15].

Одним із найважливіших міжнародних показників оцінки КСВ є світовий фондовий індекс сталого розвитку Доу-Джонса, який розраховується за великою кількістю параметрів шляхом заповнення підприємствами спеціальних щорічних анкет. Отримані дані перевіряються спеціально уповноваженим аудитором - сьогодні це авторитетне консалтингове підприємство Pricewaterhouse Coopers [16].

Серед групи нефондових методів оцінки виділяють два рейтинги – Accountability Rating та Corporate Responsibility Index, які розробляються, відповідно, двома міжнародними організаціями «Accountability Rating» та «Businessinthe Community» Так, методологія визначення Accountability Rating [15] розроблена з врахуванням вимог стандартів підготовки соціальних звітів AA 1000 та GRI.

Методика визначення Corporate Responsibility Index [15] дещо схожа на розглянуту вище методику визначення Accountability Rating. В першу чергу, це стосується основних напрямів діяльності підприємства, які оцінюються під час його розрахунку та охоплюють розробку й інтеграцію стратегії КСВ у діяльність підприємства, систему управління, підготовці звітів та оцінки впливу

КСВ програм.

Таблиця 1.2

Загальні методи оцінки КСВ та їх характеристики [17]

Методи оцінки КСВ	Критерії оцінки	Недоліки
Індекс Domini Social Investment (DSI 400)	- соціальні, екологічні і управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств, що не відносяться до «заборонених галузей»; - оцінка на основі рейтингу KLD за 9 факторами	- не розглядають характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі підприємства.
Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	-економічна основа для розвитку підприємства; -соціальна активність; екологічна діяльність.	-не береться в розрахунок характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; -неможливо оцінити всі підприємства.
Індекс FTSE4Good	-фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства, що не відносяться до «заборонених галузей».	-не враховується характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; -неможливо оцінити всі підприємства.
Соціальний індекс (Social Index - SI) Датського міністерства соціальної політики	-внутрішні і зовнішні соціальні програми.	-не розглядаються економічні і екологічні результати діяльності підприємства, взаємини з органами влади.
Індекс корпоративної добрودійності (Corporate Philanthropy Index)	-добродійність; -взаємини з основними партнерами.	-не враховуються економічні і екологічні результати діяльності підприємства, взаємовідносини з державою.
Стандарт SA 8000	-соціальні аспекти системи управління компанії.	-не враховуються економічні і екологічні результати діяльності, а також зовнішня соціальна активність підприємства.
Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line)	-економічні показники; екологічні показники; соціальні результати діяльності.	-не враховується характер і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами, а також ефективність цієї взаємодії.
Метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard)	-фінансові показники; відносини з клієнтами; внутрішні бізнес-процеси; інновації і навчання.	-не розглядаються характер взаємин і форми взаємодії з державою і місцевим співтовариством, а також екологічні результати діяльності підприємства.
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)	-соціальна залученість підприємства.	-не враховуються фінансові й екологічні показники, взаємини і взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами.

Таким чином, аналіз усіх можливих підходів та методів оцінки рівня та значення КСВ у діяльності підприємства показав їх різноманіття та визначив значну кількість недоліків.

Ця методика спрямована на визначення ефективності соціальних інвестицій підприємства шляхом розрахунку кількісних та якісних показників (табл. 1.3) [19].

Таблиця 1.3

Методика кількісної і якісної оцінки КСВ підприємства

Кількісні показники	Якісні показники
<p>Індекс питомих соціальних інвестицій (ІІ) – представляє собою величину соціальних інвестицій обстежених компаній, що припадає на одного працівника (в грошових одиницях):</p> $II = \frac{\sum_{i=1}^n Ci}{\sum_{i=1}^n Li} \times 100\%$ <p>де C_i - обсяг соціального інвестування i-ої компанії (включаючи і добровільні, і обов'язкові витрати на соціальні програми); L_i - середньоспискова чисельність працівників i-ої компанії; n - число компаній, що беруть участь в обстеженні.</p>	<p>Якісний індекс соціальних інвестицій для іго підприємства (IK_i) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:</p> $IK_i = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100\%$ <p>де X_{ij} - булева змінна, що приймає значення 1, коли j - а ознака має місце у i - ої компанії; та дорівнює 0, якщо ознака відсутня; m - кількість ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компанії, що бере участь у дослідженні.</p>
<p>Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх продажів (IS), що вимірюється в відсотках:</p> $IS = \frac{\sum_{i=1}^n Ci}{\sum_{i=1}^n Si} \times 100\%$ <p>де S_i - обсяг продажу i-ої компанії.</p>	<p>Якісний індекс соціальних інвестицій для j - ої ознаки (IK_j) показує ступінь присутності цієї якісної ознаки в статистичній вибірці підприємства, %:</p> $IK_j = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) \times 100\%$ <p>де n - кількість компаній, що беруть участь у дослідженні.</p>
<p>Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх прибутків до оподаткування (IP), що вимірюється в відсотках:</p> $IP = \frac{\sum_{i=1}^n Ci}{\sum_{i=1}^n Pi} \times 100\%$ <p>де P_i - обсяг прибутків до оподаткування i-ої компанії.</p>	<p>Загальний якісний індекс соціальних інвестицій (IK) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:</p> $IK = \left(\frac{1}{n \times m} \right) \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \times 100\%$

Така методика оцінки може бути застосована для оцінки соціальної відповідальності будь-яких підприємств певної галузі, чи певного виду діяльності. Вона потребує порівняння підприємств, для яких характерний однаковий набір ознак, який важливий для кожного підприємства. На наш погляд, дана методика в більшій ступені може бути застосована для побудови рейтингу серед підприємств, що займаються соціально відповідальною діяльністю.

В роботі Н.М. Шмиголь представлено модель оцінки ефективності соціальних інвестицій та корпоративної соціальної відповідальності, що розроблена вченими «Інституту економіки міста» і представляє собою розрахунок комплексного показника (індексу).

Цей підхід засновано на тому, що відомості про витрати на корпоративні соціальні програми, не дають змогу коректно порівнювати компанії між собою. У зв'язку із цим дослідники поставили мету створити розрахункові індекси, які вимірюються у відносних одиницях (балах або відсотках), за допомогою яких організація може побачити своє місце серед інших компаній галузі при цьому комплексний індекс (КІ) повинен враховувати дві складові КСВ [21]:

- 1) сплату податків, інвестиції;
- 2) добродійність і соціальне інвестування.

Комплексний індекс розраховується:

$$KI_i = \frac{T_i + CE_i + SE_i}{TOC_i} \quad (1.3)$$

де KI_i - комплексний індекс i -тої компанії ($i = 1, 2, \dots, n$); T_i - виплачені податки; CE_i - інвестиції в основний капітал; SE_i - соціальні видатки; TOC_i - поточні витрати виробничого призначення.

Даний індекс враховує, що високий обсяг сплачених податків не завжди свідчить про високий рівень соціальної відповідальності. Іноді економія на

податках може бути позитивним фактором соціально- економічного розвитку, якщо такі інвестиції допомагають здійснити модернізацію, позитивно впливають на умови праці персоналу, екологію, майбутні платежі. Таким чином, комплексний індекс КСВ, розроблений вченими «Інституту економіки міста», є моделлю, що узагальнює параметри, пов'язані з податковою, інвестиційною й соціальною політикою фірми [22].

Поряд із комплексним індексом доцільно розрахувати також індикатор перспективного розвитку - відношення суми соціального інвестування та інвестицій в основний капітал до величини чистого прибутку:

$$IP_i = \frac{CE_i + SE_i}{NE_i} \quad (1.4)$$

де IP_i - індикатор перспективного розвитку; NE_i - чистий прибуток підприємства.

Ще одним показником вказаної моделі є індикатор соціальних видатків - відношення обсягу соціальних видатків, зроблених підприємством протягом звітного періоду, до обсягу чистого прибутку, отриманого в цьому ж періоді:

$$ICB_i = \frac{SE_i}{NE_i} \quad (1.4)$$

де ICB_i - індикатор соціальних видатків підприємства [23].

У міжнародній практиці нормальним явищем вважається, коли компанії виділяють на соціальні програми близько 1% прибутку. Акціонери стежать за тим, щоб добродійність не стала надмірною, тому що це може негативно позначитися на показниках інвестицій в основний капітал і на конкурентоспроможності бізнесу.

Отже, соціальна відповідальність є комплексною категорією, що передбачає наявність різноманітних форм та видів.

РОЗДІЛ 2

СТАН КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПАТ «КИЇВМЕДПРЕПАРАТ»

2.1 Корпоративна соціальна відповідальність в Україні та світі

У 2000 р. ООН започаткувала корпоративну ініціативу сталого розвитку у світі, якою став Глобальний договір, що базується на принципах у галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. За даними на кінець 2020 р. підписантами Глобального договору є більше 9 500 компаній та 3000 некомерційних організацій, що представляють більше ніж 160 країн та діяльність яких підтримується 76 місцевими мережами [50]. З них тільки 105 страхових компаній, 39 - це компанії із страхування життя та 66 - компанії з ризикових видів страхування. У регіональному розрізі структура учасників глобального договору виглядає таким чином: Франція - 12 учасників, Мексика - 10, Аргентина - 9, Швеція та Японія по 6, Іспанія та США - по 5. Інші країни представлені незначною кількістю учасників [51].

Активізація даного тренду пов'язана із зростанням очікування трансформації цінностей бізнесу з боку суспільства. Все більше людей усвідомлює важливість соціальної та екологічної компоненти повсякденного життя. Змінюються стандарти для бізнесу: зростає пріоритетність впровадження принципів КСВ в діяльність компаній. Все більше керівників компаній у своїй діяльності оперують такими поняттями як корпоративне громадянство, корпоративний сталий розвиток, відповідальне інвестування, соціальні інновації.

KPMG, глобальна мережа професійних фірм, що надають аудиторські, податкові та консультаційні послуги, надає регулярні послуги з дослідження звітності з КСВ. Вона охоплює 100 найбільших компаній у 41 країні. Опитування ґрунтується на детальному дослідженні звітності компаній з КСВ

продуктивності, що проводяться фахівцями фірм- членів KPMG. З 1993 року відсоток компаній з КСВ звітів зростає.

Мережа KPMG почала опитування серед компаній, які складають звіти з КСВ, коли було лише 12% і після 20 років зросло до 71%. Зростання відсотка компаній з доповідями з КСВ є дуже позитивним чинником. Можна припустити, що зі зростаючим значенням КСВ, відсоток звітності з КСВ також збільшиться [26].

Вона базується на загальнодоступній інформації в річних фінансових звітах, звітах з КСВ та на веб-сайтах компаній. Дослідження включає звітність за умовами стійкості (43%), корпоративної соціальної відповідальності (25%), корпоративної відповідальності (14%), сталому розвитку (6%), корпоративному громадянству (2%), екологічного та соціального звіту (2%), люди-планета-прибуток (1%), корпоративною відповідальністю і стабільністю (1%) та іншими термінами (6%). 100 найбільших компанії з кожної країни включають публічно зареєстровані компанії та компанії з різною формою власності, такі структури, як приватні та державні підприємства. Країни, включені в опитування KPMG щодо КСВ звітності 2019:

- Америка: Бразилія, Канада, Чилі, Колумбія, Мексика, США;
- Європа: Бельгія, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Італія, Нідерланди, Норвегія, Польща, Португалія, Румунія, Росія, Словаччина, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Великобританія;
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон: Австралія, Китай і Гонконг, Індія, Індонезія, Японія, Казахстан, Малайзія, Нова Зеландія, Сінгапур, Південна Корея, Тайвань;
- Близький Схід і Африка: Ангола, Ізраїль, Нігерія, Південна Африка, Об'єднані Арабські Емірати.

Дослідження показують, що звітність з КСВ тепер безперечно є основною практикою бізнесу у всьому світі, здійснюється 71% з 4 100 опитаних компаній у 2019 році [29].

Доповіді з КСВ за регіонами досягли таких результатів: у Америці (76%), у Європі - 73%, в Тихоокеанській Азії - 71% і найнижчий відсоток (54%) досягнуто країнами Близького Сходу та Африки.

В розрізі країн, звітність з КСВ була зведена до найвищих рівнів у Франції, Данії та Південній Африці. Найбільші темпи зростання порівняно з 2018 роком спостерігалися в Індії, Чилі, Сінгапурі, Австралії, Тайвані, Румунії, Китаї (включаючи Гонконг) і Нігерії. Ставки звітності з КСВ помітно знизилися в Мексиці, Бразилії, Іспанії, Словаччині, Фінляндії та Великобританії [30].

Компанії, включені до цього дослідження, працюють у 15 різних секторах. Звітність з КСВ тепер є нормою для всіх, в середньому 72% компаній у кожному секторі складають звіти (рис.2.1).

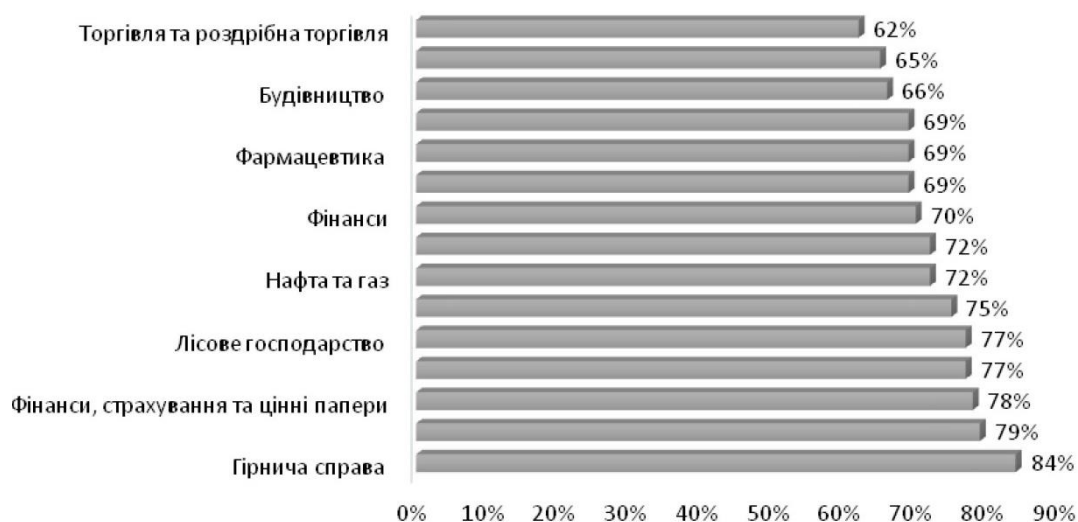


Рис. 2.1 Галузі, в яких складається найбільше нефінансових звітів [51]

Іншим ключовим показником є якість звітів з КСВ. У опитуваннях KPMG середній показник якості - 59 з можливих 100. Лише 25% компаній отримали понад 80 балів за критеріями якості. Показник вище 90 був досягнутий 10-ма компаніями. Ці компанії підсумовані в таблиці 2.1.

A.P. Moller Maersk опублікувала інформацію про свою діяльність у сфері КСВ у звіті про сталий розвиток. Він містить [36]:

- вступ (включаючи інформацію про компанію),

- опис поточної стратегії сталого розвитку,
- ефективність КСВ компанії протягом 2019 року,
- опис запланованої стратегії сталого розвитку,
- дані та принципи забезпечення.

Таблиця 2.1

Компанії з найкращими звітами по КСВ в опитуваннях KPMG за 2019 рік

Компанія	Країна	Сектор
A.P. Moller Maersk	Данія	Транспорт
BMW	Німеччина	Автомобілебудування
Cisco Systems	США	Телекомунікації та медіа
Ford Motor Company	США	Автомобілебудування
Hewlett-Packard	США	Електроніка та комп'ютери
ING	Нідерланди	Фінанси, страхування та цінні папери
Nestle	Швейцарія	Їжа та напої
Repsol	Іспанія	Нафта та газ
Siemens	Німеччина	Електроніка та комп'ютери
Total	Франція	Нафта та газ

Зміст звіту про стійку вартість BMW 2017 є таким [37]:

- вступ (включаючи інформацію про компанію та ключові показники ефективності - KPI),
- управління сталого розвитку (включаючи управління зацікавленими сторонами та управління ризиками),
- відповідальність за продукт (включаючи ефективність, безпеку, утилізацію, задоволеність клієнтів і майбутній розвиток),
- охорона навколишнього середовища,
- керування постачальниками, працівниками (включаючи здоров'я, безпеку, освіту та баланс праці та особистого життя працівників),
- корпоративне громадянство.

Компанії стикаються з підвищеними вимогами щодо інформації про продуктивність своєї КСВ. Звітність з КСВ - це процес, за допомогою якого компанії повідомляють про свою діяльність з КСВ усім групам зацікавлених сторін. Число соціально відповідальних компаній, які публікують свої звіти з

КСВ, зростають. Таким чином, дані про ефективність КСВ стають особливістю річних звітів компаній.

Опитування компаній, які складають звіти про КСВ розпочалося в 1993 р. з 12% і зросло до 71%. Головний висновок полягає в тому, що в Америці, Європі та в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні відсоток компаній з КСВ-звітів майже рівний. У 2019 році найвищий відсоток компаній з доповідями з КСВ за регіонами досягли такої відмітки: найвища - Америка (76%), а найнижчі - Близький Схід і Африка (54%). Європа з 73% і Азіатсько-Тихоокеанським регіоном з 71% перебувають у середньому відсотку. Якість звітів про КСВ інший ключовий показник. У опитуваннях KPMG середній показник якості - 59 з можливих 100. Тільки 25% з компанії, які набрали більше 80 балів за критеріями якості. Оцінку вище 90 досягли 10 компаній. У результаті ці вісім розділів повинні бути в кожному звіті КСВ: впровадження, управління, стратегія, продуктивність, ланцюжок постачання, працівники, суспільство та навколишнє середовище [52].

Незважаючи на те, що кількість компаній, які повідомляють про свою ефективність КСВ, все ще зростає, звіти з КСВ включили до щорічних звітів лише 51% з 4 100 компаній, що контролюються KPMG. Соціально відповідальні компанії регулярно повідомляють про свою ефективність КСВ. Компанії повинні зосередитися на спрощенні доповіді з КСВ, а також повинні перейти до створення окремих звітів з КСВ.

Індекс стійкості Dow Jones названий «золотою зіркою корпоративної стійкості». Корпорації по всьому світу розробляють політику та управління своїм бізнесом таким чином, щоб підтримувати і підвищувати стійкість глобального навколишнього середовища і провідних світових компаній. Сімейство DJSI надає інвесторам інструмент для розподілу активів, яке може сприяти подальшій стійкості.

DJSI World представляє золотий стандарт корпоративної стійкості і є першим глобальним індексом, який відстежує провідні компанії, орієнтовані на сталий розвиток, на основі аналізу RobecoSAM матеріальних чинників

навколишнього середовища, соціальної сфери і управління (ESG). Щороку RobecoSAM оцінює найбільші компанії світу за допомогою своєї Оцінки корпоративної стійкості (CSA), яка використовує послідовну методологію, засновану на правилах, для перетворення в середньому 600 точок даних на компанію в один загальний бал. Ця оцінка визначає включення в DJSI (табл.2.2)

Таблиця 2.2

Лідери галузевої групи за індексом Доу Джонса [50]

Компанія	Галузь	Країна	Оцінка
Peugeot SA	Автомобілі та компоненти	Франція	15,89
Bancolombia SA	Банки	Колумбія	15,19
SGS SA	Комерційні та професійні послуги	Швейцарія	13,75
LG Electronics Inc	Товари тривалого користування	Республіка Корея	17,22
InterContinental Hotels Group PLC	Побутові послуги	Об'єднане Королівство	12,20
UBS Group AG	Диверсифіковані фінансові результати	Швейцарія	13,13
Thai Oil PCL	Енергія	Таїланд	14,76
METRO AG	Роздрібна торгівля продуктами харчування	Германія	12,04
Coca-Cola HBC AG	Продукти харчування, напої, табак	Швейцарія	14,25
Abbott Laboratories	Медичне обладнання та послуги	США	14,90
Essity AB	Товари для дому та побуту	Швеція	15,16
Allianz SE	Страховання	Германія	17,42
Telenet Group Holding NV	Засоби масової інформації	Бельгія	12,41
Roche Holding AG	Фармацевтика, біотехнології	Швейцарія	12,40
Stockland	Нерухомість	Австралія	17,51
Industria de Diseno Textil SA	Роздрібна	Іспанія	16,82
SAP SE	Програмне забезпечення та послуги	Германія	16,25
Konica Minolta Inc	Технологічне обладнання та техніка	Японія	14,49
Koninklijke KPN NV	Зв'язок	Нідерланди	19,34
Royal Mail PLC	Транспорт	Об'єднане Королівство	15,59

У таблиці 2.2 представлені найбільші компанії - лідери в своїй галузі, які були включені до DJSI за результатами оцінки корпоративної стійкості на основі аналізу RobecoSAM. Рейтинг розроблений RobecoSAM у співпраці з S & P Dow Jones Indices, the Dow Jones Sustainability World Index і включає тільки глобальних лідерів по стійкості.

Мета цих показників - відстеження і ранжування провідних компаній по стійкості в усьому світі. Аналіз ґрунтується на фінансово-матеріальних

факторах діяльності компаній у сфері навколишнього середовища та управління соціальною відповідальністю (ESG). Рейтинг визнаний у всьому світі як унікальний в області сталого розвитку.

Індекс DJSI враховують такі фактори, як корпоративне управління, управління ризиками, престиж торгової марки, зміна психологічного клімату, відносини в ланцюзі постачання та трудові відносини. Компанії оцінюються за загальними та галузевими критеріями з урахуванням останніх тенденцій в економічній, екологічній та соціальній областях.

Компанії, які беруть активну участь у вирішенні соціально значимих проблем, можуть внести вагомий вклад у формування суспільного договору, вибудувувати свою стратегію розвитку, передбачаючи можливості та загрози, що несуть із собою нові суспільно-політичні та економічні процеси в державі. Це означає, що систему взаємовідносин підприємства і суспільства, можна представити (рис.2.2) у трьох взаємопов'язаних між собою рівнях, зокрема суспільно-політичні домовленості в межах соціальної відповідальності суспільства й організацій, організацій та їх керівників, та самого керівника і суспільства.



Рис. 2.2 Взаємозв'язок корпоративної стратегії бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності [52]

Досвід зарубіжних компаній доводить, що їх ефективна економіка будується на широкому використанні стандартів КСВ, як основний чинник

реалізації корпоративної стратегії. Перелік зарубіжних компаній, які використовують корпоративну соціальну відповідальність, наведено у табл.2.3.

Стосовно наведених корпорацій, можна зробити висновок, що більшість з них відносяться до промислових галузей, перед якими необхідною умовою ефективною корпоративної стратегії є виконання стандартів КСВ, які визначають економічні, соціальні та екологічні аспекти їх діяльності.

Таблиця 2.3

Корпорації зарубіжних країн, які використовують принципи КСВ [50]

Країна	Компанія	Стандарти КСВ
Франція	Citroen	Індекс стійкості Доу-Джонса, Індекси FTSE4Good, Система EMAS, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Бразилія	Petroleo Brasileiro S.A.	Індекси FTSE4Good, Стандарти ISO9000/ISO14000, Стандарт AA1000
Австралія	Orica	Кодекс ділової поведінки країн АТЕС, Індекси FTSE4Good, Стандарти ISO9000/ISO14000, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Великобританія	British Petroleum	Індекс стійкості Доу-Джонса, Індекси FTSE4Good, Система EMAS, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Данія	FL Smidth	Індекс стійкості Доу-Джонса, Індекси FTSE4Good, Стандарти ISO9000/ISO14000, Стандарт AA1000, Ініціатива з етичної торгівлі, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Індія	Reliance Industries Limited	Індекси FTSE4Good, Стандарти ISO9000/ISO14000, Стандарт AA1000
Іспанія	Maquinaria GEKA S. A.	Індекси FTSE4Good, Система EMAS, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Італія	Impregilo S.p.A.	Індекси FTSE4Good, Система EMAS, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Німеччина	Henschel	Індекс стійкості Доу-Джонса, Індекси FTSE4Good, Система EMAS, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу
Японія	Yamaha Motor Company Limited	Кодекс ділової поведінки країн АТЕС, Індекс стійкості Доу-Джонса, Індекси FTSE4Good, Система EMAS, Стандарт AA1000
Чилі	Codelco	Кодекс ділової поведінки країн АТЕС, Індекси FTSE4Good, Стандарти ISO9000/ISO14000, Стандарт AA1000
Польща	Apator	Індекси FTSE4Good, Стандарти ISO9000/ISO14000, Стандарт AA1000, "Еко-лейбл" Європейського союзу

Основними перевагами та стимулами, які керують українськими компаніями у сфері КСВ, є:

- збільшення прибутку, підвищення темпів зростання фірми;
- поява доступу до соціально-відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до уваги показники, що характеризують діяльність компанії в соціальній і етичній сферах, в області захисту довкілля (FTSE4Good, Dow Jones Sustainable Index);
- можливе скорочення операційних витрат, наприклад, за рахунок скорочення відходів виробництва або їх переробки, збільшення ефективності використання електроенергії або продажу перероблених матеріалів;
- покращення репутації, що розвиває і відкриває нові ринки і напрями бізнесу;
- зростання продажів, підвищення лояльності клієнтів. Споживачі бажають знати, що продукти вироблені з розумінням відповідальності по відношенню до довкілля;
- підвищення продуктивності праці. З'являється більше можливостей залучати і утримувати співробітників: люди вважають за краще працювати в компаніях, цінності яких збігаються з їх власниками;
- скорочення претензій з боку регулюючих органів;
- зростання конкурентоспроможності компанії в цілому [51].

Але не всі компанії можуть впроваджувати корпоративну соціальну відповідальність свого бізнесу. Основними перешкодами, згідно опитування компаній, є: брак коштів; податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази; відсутність стимулів з боку держави (пільгових); недостатність власного досвіду, невідпрацьований механізм впровадження КСВ; неможливість контролю за використанням наданих коштів; недостатність інформації щодо позитивних прикладів впровадження корпоративної соціальної відповідальності, організацій, які б змогли надати таку допомогу [51].

Найпоширенішим стандартом у світі, згідно з вимогами якого готують нефінансову звітність, є стандарт GRI (Global Reporting Initiative) рис. 2.3.

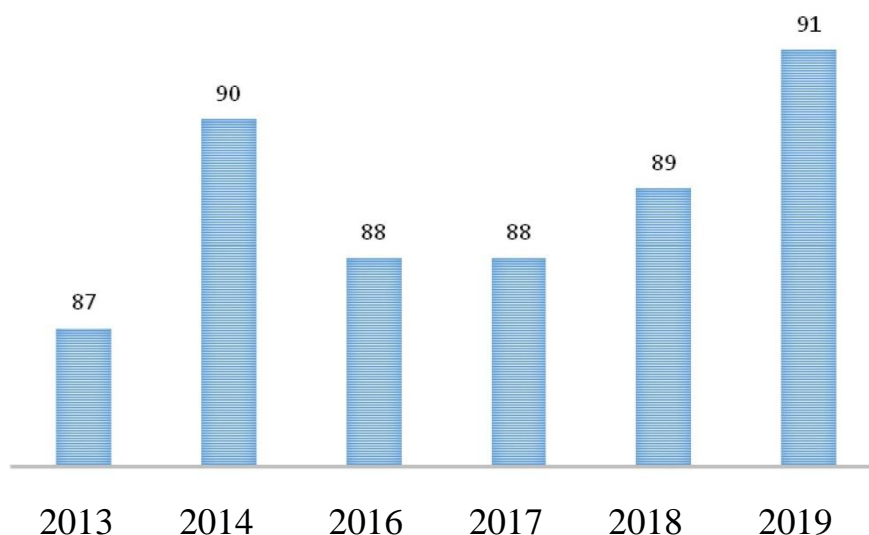


Рис. 2.3 Загальна кількість звітів GRI - світовий показник [49]

Як ми бачимо, у 2014 році кількість звітів зросла, але вже наступного року значно зменшилася. Але з 2017 року почався зріст кількості звітів з корпоративної соціальної діяльності, у зв'язку з все більшим впровадженням КСВ на підприємствах і попитом на ці звіти, оскільки все більше людей зацікавлено у співпраці з відповідальними компаніями, з компаніями, які піклуються про навколишнє середовище, співробітників та намагаються покращити рівень життя.

2.2 Характеристика ПАТ «Київмедпрепарат» та системи його корпоративного управління

ПАТ «Київмедпрепарат» входить до корпорації «Артеріум», яка була створена в 2005 році двома провідними фармацевтичними підприємствами – ПАТ «Київмедпрепарат», найбільшим українським виробником антибіотиків, і ПАТ «Галичфарм», лідером з виробництва препаратів на рослинній основі.

Метою діяльності ПАТ «Київмедпрепарат» є здійснення самостійної виробничої, комерційної та іншої господарської діяльності, що визначена статутом та не суперечить діючому законодавству.

Вже понад 60 років ПАТ «Київмедпрепарат» залишається безперечним національним лідером у сфері виробництва антибактеріальних препаратів. Серед них як традиційні препарати, так і готові лікарські засоби нових поколінь. В загальному переліку можна виділити препарати, що давали найбільший обсяг в продажу та доходах підприємства в 2019 році:

- Цефтріаксон, порошок д/ін'єкцій 1.0 г №10,
- Уролесан, капсули №40,
- Гліцисед, таблетки 100 мг №50;
- Фурацилін, таблетки 20 мг №20,
- Амоксил, таблетки 500 мг №20,
- Мукалтин форте з вітаміном С жувальний, таблетки 100 мг №20,
- Нейроксон, таблетки п/о 500 мг №20,
- Мепенам, порошок для ін'єкцій 1.0 г №1,
- Капреоміцин, порошок для ін'єкцій 1.0 г №40,
- Гепацеф комбі, порошок для ін'єкцій 1.0 г/1.0 г №1 [53].

Іншим учасником корпорації «Артеріум» є ПАТ «Галичфарм» - лідер у сфері виробництва готових лікарських засобів, фіто-хімічних субстанцій на основі екстракції рослинної лікарської сировини. Історія підприємства сягає понад 100 років. Підприємство випускає близько 94 рецептурних і безрецептурних лікарських препаратів. З 2007 року розпочато випуск ветеринарних препаратів, які застосовуються ветеринарними лікарями це такі препарати як Тіопротектин, Енвайр, Браво, які зарекомендували себе на ринку. З 2014 року вийшов на ринок новий препарат Резістол - природний захист від інфекційних захворювань верхніх дихальних шляхів.

Виробництво лікарських засобів ПАТ «Київмедпрепарат» забезпечене необхідними санітарними умовами, обладнанням, персоналом для виробництва стерильних і не стерильних препаратів відповідно до вимог, існуючих у

фармацевтичній галузі та вимог забезпечення умов пожежної безпеки, охорони праці, охорони навколишнього середовища. Складське господарство ПАТ «Київмедпрепарат» забезпечене приміщеннями і зонами для зберігання основної сировини, допоміжної сировини, матеріалів, друкованої продукції, готової продукції, карантину, відбору проб, браку, зберігання спирту, тощо. В складських приміщеннях окремо зберігаються відповідно до умов зберігання стерильні субстанції, не стерильні субстанції, антибіотики, метанол, етанол, хімреактиви і прекуртори, легкозаймисті речовини (у підземному сховищі). Для субстанцій та готової продукції, що потребують зберігання при низьких температурах, передбачені окремі зони (холодильники).

В 2014р. ПАТ «Київмедпрепарат» отримав сертифікати GMP (Належної Виробничої Практики) на всі виробничі ділянки заводу. Таким чином, всі 191 препарати, які випускає ПАТ «Київмедпрепарат», випускаються відповідно до вимог стандарту, гармонізованого з європейським. Позитивне рішення відносно видачі сертифікатів GMP Держлікслужба прийняла на підставі результатів інспекції підприємства, проведеного 24-28 лютого 2014 року. Інспекція підтвердила, що система забезпечення якості, приміщення і устаткування по виробництву лікарських засобів відповідають прийнятим в Україні вимогам GMP. Управління GMP відповідає вимогам Системи співпраці фармацевтичних інспекцій (PIC/S), директивам ЄС і рекомендаціям ВООЗ відносно продукції, призначеної для торгівлі і дистрибуції в країнах виробництва і для експорту. Сертифікати дійсні до 16 грудня 2020 року.

У 2019 році ПАТ «Київмедпрепарат» успішно пройшло аудит на відповідність нової версії стандарту ДСТУ ISO 1400:2017 «Система екологічного управління» і отримало сертифікат. Система екологічного менеджменту охоплює основні процеси, а це в першу чергу, виробництво та зберігання готових лікарських засобів, сервісне обслуговування та енергетичне забезпечення виробництва.

В 2019р. ПАТ «Київмедпрепарат» здійснив випуск нових препаратів - Гепаметіон, 200 мг №20 (таблетки); Полістиренсульфонат натрію порошок для

приготування суспензії (екстемпоральне виробництво); Гліптар, 50 мг №60, таблетки; Ларитілен, №20, таблетки зі смаком м'яти; Ларитілен, №20, таблетки зі смаком м'яти та малини; Ларитілен, №20, таблетки зі смаком м'яти та лимону; Легколакс, 10г в пакетах-саше №4, порошок для перорального застосування; Мепенам, 0,5г №1, порошок для ін'єкцій.

За 2019 рік ПАТ «Київмедпрепарат» випущено 26 081 тис. флаконів і 46 888 тис. упаковок (пігулок, капсул, мазей і суспензій) готових лікарських засобів. Відвантажено медикаментів власного виробництва 26 474 тис. флаконів і 45 918 тис. упаковок.

В грошовому вираженні в діючих оптових цінах випущено готової продукції на суму 2 396 704 тис. грн., відвантажено медикаментів власного виробництва в цінах реалізації на суму 2 002 103 тис. грн. У 2019 році реалізовано покупних товарів на суму 83 366 тис. грн. ПАТ «Київмедпрепарат» отриманий прибуток від реалізації в 2018р. - 1 714 927 тис.грн., в 2019р. - 2 085 673 тис.грн.

За 2019 рік ПАТ «Галичфарм», яке входить до корпорації «Артеріум» випущено 45 230,897 тис. упаковок готових лікарських засобів, в грошовому вираженні в діючих оптових цінах випущено готової продукції на суму 1 996 459,447тис.грн.

По формам випуску в 2019р. доходи від реалізації готових лікарських засобів по формам випуску на ПАТ «Київмедпрепарат» склали: таблетки - 51,1%, фасовані ін'єкції - 22.5%, мазі та гелі - 7.3%, капсули -11.9%, ліофілізовані ін'єкції -5.0%, порошки -0.2%, суспензії -0.7%, гранули-0.3%, сиропи - 0.9%.

Ринкові позиції ПАТ «Київмедпрепарат» та корпорації «Артеріум» в ТОП-10 фармацевтичного ринку за 2019 р.: госпітальний сегмент: грн. - 4,16% (ранг 4), упак.- 10,64% (ранг 3); сегмент J на госпітальному ринку: грн. - 13,56% (ранг 1), упак. 42,12% (ранг 1); сегмент N на госпітальному ринку: грн. - 7,65% (ранг 4), упак. - 10,01% (ранг 3); роздрібний сегмент: грн. - 2,21% (ранг 7), упак. - 3,57% (ранг 4); сегмент J на роздрібному ринку: грн. - 8,81% (ранг 1), упак. -

20,44% (ранг 1); сегмент D на роздрібному ринку: грн. - 4,67% (ранг 7), упак. - 2,31% (ранг 12).

Основними конкурентними перевагами ПАТ «Київмедпрепарат» є: лідерство у сегменті антибактеріальних препаратів (8,81% - у грошовому вимірі, 20,44% - в упаковках у 2019 році), широкий асортимент продукції, який налічує більше 190 найменувань в 11 фармацевтичних групах, потужна система дистрибуції, оновлення портфелю продукції якісними препаратами, які є більш доступними ніж їх імпорتنі аналоги.

Таблиця 2.4

Обсяги виробництва та реалізації продукції ПАТ «Київмедпрепарат» у 2019 р.

Основні види продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
	у натуральній формі	тис.грн	% до всієї виробленої продукції	у натуральній формі	тис.грн	% до всієї реалізованої продукції
Ін'єкції	15525,99 тис.упак.	1241811,39	62	15026,23 тис.упак.	892927,56	62
Інфузії	3982,58 тис.упак.	98112,55	5	3752,85 тис.упак.	82374,92	6
Розчини, рідини і сиропи	10620,57 тис.упак.	496775,28	25	10224,68 тис.упак.	336826,87	23
Таблетки	15101,76 тис.упак.	159760,22	8	14511,00 тис.упак.	122892,23	9

Найвигіднішими товарними групами (в відносному вигляді) ПАТ «Київмедпрепарат» є таблетки, ін'єкції, капсули, динаміка рентабельності яких протягом досліджуваного періоду мала тенденцію до зростання. На підприємстві постійно досліджується можливість генеричного випуску препаратів, що ефективно зарекомендували себе на провідних світових ринках і завдяки доступній ціновій політиці можуть підвищити якість лікування широких мас населення. Крім того, фахівцями Дослідного центру вивчаються терапевтичні потреби, і спрямовуються зусилля на розвиток оригінальних препаратів.

У структурі реалізації ПАТ «Київмедпрепарат» протягом останніх років доходи були отримано переважно від реалізації таблеток та ін'єкцій.

Основним покупцями продукції ПАТ «Київмедпрепарат» є ТОВ «Бадм», КП «Фармація», ПП «САНА КО», ТОВ «Галафарм», Програма розвитку ООН в Україні, ТОВ «ФАРМА-СВІТ», ПП «Медео» та інші.

ПАТ «Київмедпрепарат» працює з більш ніж тридцятью провідними дистриб'юторами в Україні і в країнах СНД (табл. 2.5) [53].

Таблиця 2.5

Перелік дистриб'юторів ПАТ «Київмедпрепарат» у 2019 р. за регіонами

Регіон	Назва фірми-дистриб'ютора
Луцьк	Артур-К; Вента, регіональний представник; Рест-фарм
Львів	Артур-К; БаДМ, філіал; Вента, регіональний склад; Данфарм; ТОВ "ВВС-ЛТД"; Оптіма-Фарм, філія; Фармако; Фармація-2000
Ужгородська обл., м. Віноградово	БаДМ, представництво
Івано-Франківськ	"Альба-Галичина"; БаДМ, представництво; Вента, регіональний представник; ТОВ "ВВС-ЛТД"; Оптіма-Фарм, філія; Фармако; Фар-мація-2000
Тернопіль	Артур-К; БаДМ, представництво; ЧП "Фарматерн"
Рівно	Артур-К; БаДМ, представництво; ТОВ "ВВС-ЛТД"; ТОВ "Сфінкс"; Фармако; Фармація-2000
Хмельницький	Артур-К; БаДМ, представництво; ТОВ "ВВС-ЛТД"; Фармако; Фар-мація-2000
Чернівці	Артур-К
Житомир	Артур-К; БаДМ, представництво; Оптіма-Фарм, філія; Фармако; Фармація-2000
Вінниця	Артур-К; БаДМ, філіал; Вента, регіональний склад; Конекс; Оптіма-Фарм, філія
Шаргород	Фарм-сервіс
Черкаси	БаДМ, представництво; ТОВ "ВВС-ЛТД"; ТОВ "Альба-фарм"; Оптіма-Фарм, філія; Фармако; Фармація-2000
Київ	БаДМ, філія; Вента, регіональний склад; ЗАТ "Альба Україна"; КП «Фармація»; ТОВ «Фра-М», філія; Оптіма-Фарм, філія; Фармако, центральний офіс; Фармако, центральний склад; Фармація-2000
Кропивницький	БаДМ, представництво; Кампус- До
Миколаїв	Артур-К; БаДМ, представництво; ТОВ "ВВС-ЛТД"; Політехнік; Фармако; Фармація-2000
Чернігів	БаДМ, представництво; Фармація-2000
Суми	БаДМ, представництво; Сумська аптечна компанія; Фармако; Фар-мація-2000
Полтава	БаДМ, представництво; Оптіма-Фарм, філія; Фармація-2000
Дніпро	Артур-К; БаДМ, головний офіс; Вента, Центральний офіс; ТОВ "ВВС-ЛТД"; ТОВ «Фра-М», філія; Оптіма-Фарм, філія; Фармако
Кривий Ріг	Артур-К; ТОВ «Фра-М», регіональне представництво
Херсон	БаДМ, представництво; Медпрепарати; Оптіма-Фарм, філія; ЧП "Херсонфарм"
Запоріжжя	Артур-К; БаМ, представництво; ТОВ "ВВС-ЛТД"; ТОВ «Фра-М», регіональне представництво; Оптіма-Фарм, філія; Фармако; ЧП "Альба плюс"
Харків	Артур-К; БаДМ, філіал; ТОВ "ВВС-ЛТД"; Вента, регіональний склад; Фармако ТОВ «Фра-М», філія; Оптіма-Фарм, філія; Фіто-лік; Едельвейс-Фарм

Протягом 2018-2020 рр. років структура реалізації продукції ПАТ «Київмедпрепарат» майже не зазнавала змін, основним ринком збуту залишається Україна (у 2018 році - 89%, у 2019 році - 93% реалізації у вартісному виразі).

Дохід від реалізації продукції ПАТ «Київмедпрепарат» отримує, переважно, в результаті продажу вироблених медикаментів. З метою підтримання продажів підприємство використовує систему бонусів та знижок.

Для виробництва лікарських засобів ПАТ «Київмедпрепарат» здійснює закупівлю субстанцій та інших необхідних речовин, а також допоміжних матеріалів (гуму, скло та ін.). Серед основних зарубіжних постачальників можна виділити: VA Intertrading Aktiengesellschaft (Австрія), VITAMED d.o.o. (Словенія), TOCELO CHEMICALS b.v. (Голандія), Indukern Chemie AG (Швейцарія), Farmachem SA (Швейцарія), Menadiona S.L (Іспанія).

Основними вітчизняними постачальниками ПАТ «Київмедпрепарат» сировини та матеріалів є ПАТ «Полтавський завод медскла», ТОВ «Укрпол видавничий дім», ПП «Ян», «Чернівецький завод медичних виробів», ДП «Укрспирт», ТОВ «Агрополіграфсервіс», ТОВ «Алсі ЛТД», ПАТ «Ексімед», ТОВ «Тубний завод», ПАТ «Київгума», «Київський картонно-паперовий комбінат» та інші.

З метою відслідковування ринкових тенденцій та визначення найкращого постачальника ПАТ «Київмедпрепарат» на постійній основі здійснює моніторинг ринкових пропозицій та визначає декілька другорядних резервних постачальників. ПАТ «Київмедпрепарат» завжди має мінімальний запас необхідних для виробництва субстанцій та допоміжних матеріалів.

Система збуту продукції регулюється політикою дистрибуції, згідно якої дистриб'ютори підрозділяються на групи стратегічних, роздрібних дистриб'юторів, загальну групу дистриб'юторів залежно від специфіки їх діяльності, і направлена на якнайповніше задоволення потреб споживачів, лікувальних установ і аптек в продукції підприємства. Система збуту продукції охоплює всю територію України, також постачання здійснюються в країні СНД

(Білорусь, Узбекистан, Казахстан, Азербайджан, Грузія, Вірменія, Таджикистан, Молдова, В'єтнам, Киргизстан, Польща, Сербія тощо).

Виробництво лікарських засобів має сезонний характер, що пов'язано із сезонністю попиту на ліки та медичні препарати різних фармакологічних груп. Зокрема, обсяги продажів зростають у холодну пору року, коли найактивніше продаються протизапальні засоби та антибіотики. Відносний спад продажів спостерігається літом. Крім того від сезону змінюється структура продажів препаратів. В літні місяці переважну частку продажів мають лікарські засоби, що діють на систему травлення та метаболізм. У перехідні пори року (весна, осінь) питому вагу в обсягах продажів складають противірусні препарати, засоби для зміцнення імунітету та вітаміни.

Серед основних конкурентів ПАТ «Київмедпрепарат» слід відзначити: ПАТ «Фармак» (Україна), ПрАТ «Дарниця» (Україна), ТОВ «Санофі-Авентіс Україна» (Україна), Сандоз Фармасьютікалз д.д. (Словенія), ПАТ «Київський вітамінний завод» (Україна), ТОВ «Юрія-Фарм» (Україна), Група компаній «Здоров'я» (Україна), ПАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» (Україна), КРКА, д.д., Ново место (Словенія), ГлаксоСмітКляйн Експорт Лімітед (Велика Британія), Абрил Формулейшнз Пвт. Лтд (Індія)

Завдяки налагодженій системі внутрішнього контролю за діяльністю, що здійснюється керівними органами ПАТ «Київмедпрепарат», відпрацьованій технології роботи, впровадженій схемі розмежування повноважень та контролю за роботою, коло факторів ризику у господарській діяльності значно звужено.

Можна виділити наступні фактори ризику у діяльності ПАТ «Київмедпрепарат»:

- ризик зміни правового середовища (в т.ч. податкової політики);
- ризик кризових явищ на фінансовому ринку;
- політичний ризик (ризик продовження періоду політичної нестабільності);

- ризик, пов'язаний зі змінами кон'юнктури ринку, в якому діє Емітент, цей ризик є передбачуваним та регулярно відслідковується та оцінюється Емітентом;

- макроекономічні та форс-мажорні ризики.

Проаналізуємо більш детально фактори ризику у діяльності ПАТ «Київмедпрепарат». Політичний ризик є порівняно високим, адже Україна знаходиться в процесі глибоких інституційних змін, які супроводжуються трансформацією політико-правової системи. Законодавча сфера характеризується певною нестабільністю. Прийняті раніше закони, покликані захищати внутрішній ринок від імпоротної конкуренції та надавати податкові пільги вітчизняним виробникам, можуть бути змінені або втратити силу.

Під час аналізу фінансово-економічного ризику слід відзначити, що має місце високий ступінь впливу на діяльність діяльності ПАТ «Київмедпрепарат». Поява на ринку нових конкурентів з більш дешевими медичними препаратами, різкі коливання валютних курсів, можливість погіршення економічної ситуації в державі та падіння життєвого рівня населення можуть негативно позначитись на діяльності ПАТ «Київмедпрепарат».

На сьогоднішній день ПАТ «Київмедпрепарат» здійснює інвестування в основні фонди, у тому числі обладнання та устаткування, комплектуючі вироби та матеріали для виробництва з метою відповідності виробництва вимогам GMP. Діяльність корпорації залежить від наявності всіх необхідних для виробництва речовин, напівпродуктів та допоміжних матеріалів, які поставляються контрагентами різних країн. Ризик постачань пов'язаний з можливостями порушення постачальниками терміну і обсягів поставок. Оскільки порушень досягнутих домовленостей за останні роки не спостерігалось і домовленості про постачання носять довгостроковий характер, вважаємо даний ризик низьким. Крім того, укладання контрактів терміном до одного року та проведення постійного дослідження відповідних ринків із визначенням альтернативних постачальників продукції надає ПАТ

«Київмедпрепарат» можливість обирати найбільш вигідні умови поставки того чи іншого товару.

Фармацевтичне виробництво потребує постійного екологічного контролю. Екологічний ризик для корпорації полягає у підвищенні вимог з боку регулюючих органів стосовно об'ємів викидів забруднюючих речовин. Проте вплив зазначеного ризику не суттєвий, оскільки ПАТ «Київмедпрепарат» постійно вживає заходів в цьому напрямку та здійснює сертифікаційний аудит системи управління довкіллям.

Ринок фармацевтичної продукції України являється одним з найбільш конкурентних через велику присутність продавців і виробників лікарських засобів на даному ринку. Відповідні служби ПАТ «Київмедпрепарат» постійно працюють над розробкою нових препаратів з метою присутності на фармацевтичному ринку з власними брендовими лікарськими засобами.

Стратегія ПАТ «Київмедпрепарат» полягає в продовженні переходу від випуску продукції під міжнародними непатентованими назвами до випуску препаратів-генериків. З цією метою товариство завершило програму проходження сертифікації GMP (Належної Виробничої Практики).

У майбутньому ПАТ «Київмедпрепарат» планує збільшувати частку на ринку завдяки промодукам та випуску брендovаних препаратів-генериків. Неабияка увага приділятиметься розвитку експортного напрямку збуту переважно в межах СНД (пріоритетами є Узбекистан, Білорусь, Казахстан).

В 2021 р. ПАТ «Київмедпрепарат» планує роботи з реконструкції дільниці упаковки, будівництва нової виробничої дільниці, закупівлі обладнання, ремонтні роботи на дільниці R&D, реконструкція фітохімічного цеху (організація дослідно-промислової дільниці отримання екстрактів); приведення дослідного центру до вимог GLP.

На підприємстві працює Центр досліджень та розробок, що займається розробкою складу, технології та методів контролю препаратів-генериків та оригінальних композицій з метою їх наступної реєстрації в Україні, а також вдосконаленням номенклатури лікарських засобів, для покращення їх якості та

стабільності в процесі зберігання. За 2019 рік на фінансування діяльності дослідного центру використано кошти в розмірі 33 612,4 тис.грн. Протягом 2019 року дослідним центром проводились роботи згідно затверджених планів розробок та впровадження нових лікарських засобів.

Перспективи розвитку по зоні досліджень і розробок:

1. Модернізація технологічних процесів виробництва готових лікарських засобів з лікарської рослинної сировини (оптимізація екстрагування, випарювання та висушування екстрактів).

2. Впровадження у виробництво нової лікарської форми - суспензії.

3. Збільшення номенклатури ветеринарних лікарських засобів - розробка, впровадження у виробництво на ліцензованих дільницях.

4. Збільшення номенклатури інфузійних та ін'єкційних лікарських засобів, розробка і впровадження їх у виробництво.

5. Розробка і впровадження у виробництво виробів медичного призначення у формі спреїв.

Окрім загальної стратегії бізнесу у ПАТ «Київмедпрепарат» розроблена також стратегія у сфері фінансів, що включає:

- забезпечення компанії фінансовими ресурсами для її сталого зростання;
- забезпечення зовнішніх та внутрішніх користувачів інформацією для прийняття рішень;
- забезпечення зростання вартості як капіталу акціонерів так і вартості компанії в цілому.

Проаналізуємо основні показники фінансово-господарської діяльності ПАТ «Київмедпрепарат» (табл. 2.6).

Ризик ліквідності - це ризик невиконання ПАТ «Київмедпрепарат» своїх фінансових зобов'язань на дату їхнього погашення. Підхід корпорації до управління ліквідністю полягає в забезпеченні, у можливих межах, постійної наявності у нього відповідної ліквідності, яка б дозволяла відповідати на її зобов'язання своєчасно (як в нормальних умовах, так і у випадку виникнення

нестандартних ситуацій), уникаючи неприйнятних збитків або ризику пошкодження репутації компанії.

Таблиця 2.6

Основні показники фінансово-господарської діяльності

ПАТ «Київмедпрепарат»

Найменування показника	Період	
	2019р., тис.грн.	2018р., тис.грн.
Усього активів	2072758	1809146
Основні засоби (за залишковою вартістю)	218566	180054
Запаси	375353	347676
Сумарна дебіторська заборгованість	1171200	945541
Гроші та їх еквіваленти	9819	21316
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	503274	452655
Власний капітал	579874	529255
Зареєстрований (пайовий/статутний) капітал	76600	76600
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	247742	257083
Поточні зобов'язання і забезпечення	1245142	1022808
Чистий фінансовий результат : прибуток (збиток)	53588	38515
Середньорічна кількість акцій (шт.)	8511120	8510178
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію (грн.)	6,29623	4,52576

ПАТ «Київмедпрепарат» управляє ризиком втрати ліквідності за допомогою дотримання достатніх резервів, використання банківських ресурсів та позик, а також за допомогою постійного моніторингу, передбачуваного та фактичного руху грошових коштів, а також, поєднання термінів настання платежів по активах та зобов'язаннях.

Аналіз ліквідності полягає в порівнянні коштів по активу (табл. 2.7), згрупованих за ступенем їх ліквідності і розташованих у порядку убування ліквідності, із зобов'язаннями по пасиву (табл. 2.8), згрупованими за термінами їх погашення і розташованими у порядку зростання термінів погашення.

Таблиця 2.7

Аналіз активів ПАТ «Київмедпрепарат»

Активи у порядку убування ліквідності	31.12.2018	31.12.2019
Найбільш ліквідні активи (А1)	21 316	9 819
Швидко реалізовані активи (А 2)	946 534	1 172 409
Повільно реалізовані активи (А3)	347 676	375 353
Важко реалізовані активи (А4)	493 620	515 177
Разом	1 809 146	2 072 758

Таблиця 2.8

Аналіз пасивів ПАТ «Київмедпрепарат»

Пасиви у порядку зростання термінів погашення	31.12.2018	31.12.2019
Найбільш термінові зобов'язання (П1)	490 116	712 450
Короткострокові пасиви (П2)	532 692	532 692
Довгострокові пасиви (П3)	257 083	247 742
Власний капітал (П4)	529 255	579 874
Разом	1 809 146	2 072 758

У таблиці 2.9 визначено абсолютні величини платіжних надлишків або нестач на 31.12.2018р. та на 31.12.2019р.

Таблиця 2.9

Аналіз платіжних надлишків ПАТ «Київмедпрепарат»

Групи активів та пасивів	Надлишок (нестача)	
	31.12.2018	31.12.2019
1	(468 800)	(702 631)
2	413 842	639 717
3	90 593	127 611
4	(35 635)	(64 697)

Звіт про фінансовий стан вважається абсолютно ліквідним, якщо виконуються умови: $A1 > П1$, $A2 > П2$, $A3 > П3$, $A4 < П4$. Станом на 31.12.2019р. звіт про фінансовий стан корпорації «Артеріум» є відносно ліквідним оскільки виконуються дві умови ліквідності з чотирьох.

У наступній таблиці 2.10 наданий аналіз ліквідності ПАТ «Київмедпрепарат» станом на 31.12.2018р. та на 31.12.2019р. за допомогою розрахунку показників ліквідності.

Таблиця 2.10

Аналіз ліквідності ПАТ «Київмедпрепарат»

Показники ліквідності	31.12.2018	31.12.2019
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,021	0,008
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,946	0,949
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,286	1,251

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яку частину кредиторської заборгованості підприємство може погасити негайно. Значення даного показника не повинне опускатися нижче 0,2. Станом на 31.12.2019р. ПАТ

«Київмедпрепарат» може негайно погасити 0,8% кредиторської заборгованості (на 31.12.2018р. - 2,1%).

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує наскільки ліквідні кошти підприємства покривають його короткострокову заборгованість. В ліквідні активи підприємства включаються всі оборотні активи підприємства, за винятком товарно-матеріальних запасів. Рекомендоване значення даного показника від 0,7-0,8 до 1,5. Станом на 31.12.2019р. ліквідні кошти корпорації «Артеріум» покривають її короткострокову заборгованість на 94,9% (на 31.12.2018р. - 94,6%).

Отже, у 2019 році фінансові результати ПАТ «Київмедпрепарат» можуть бути охарактеризовані як задовільні, зважаючи на те, що показник EBITDA у 2019 році зменшився, у порівнянні з 2018 роком.

2.3 Діагностика сучасного стану корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат»

Українська фармацевтична компанія ПАТ «Київмедпрепарат» працює в сфері, яка понад усе цінує здоров'я та життя людини, і саме ця шляхетна справа згуртовує понад дві тисячі співробітників. Успіх корпорації на національному та зовнішньому ринках спирається на 160-річний досвід дослідження, розробки та виводу на ринок лікарських препаратів [54].

Соціальна відповідальність є важливим та комплексним поняттям. Вживаючи цей термін, ми маємо на увазі відповідальність перед усіма групами та цільовими аудиторіями, на які впливає діяльність даної корпорації. Корпорація прагне встановити гармонійні, довірливі і довготривалі стосунки з усіма ними.

Окрім випуску продукції, що рятує та допомагає зберегти людське здоров'я та життя, в корпорації усвідомлюють важливість соціальних, регуляторних і екологічних питань та гармонійного існування з усіма організаціями та особами, які взаємодіють з нами у нашій діяльності.

Корпорація є потужним українським фармацевтичним виробником і прагне принести якомога більше користі нашій країні, її народу і суспільству в цілому.

На шляху країни до європейських цінностей усе ще існують сфери, які потребують підтримки і допомоги, і тому в корпорації велика увага приділяється відродженню традицій доброчинності, що були закладені засновниками підприємств ПАТ «Київмедпрепарат». В рамках благодійної діяльності діє програма допомоги місцевим громадам у місцях розташування підприємств корпорації – Києві та Львові.

Працівники корпорації прагнуть довгострокового лідерства в українській фармацевтичній індустрії за обсягами доходу та прибутку, за динамікою впровадження нових продуктів і розвитку бізнесу на ринках країн СНД. Взаємодія з клієнтами та партнерами ґрунтується на цінностях і філософії бізнесу корпорації, виражених у девізі «Ближче до людей».

Загалом в корпорації кількість штатних працівників станом на 31.12.2019р. становить більше 2,5 тис. осіб. ПАТ «Київмедпрепарат» керується кадровою програмою, в якій прописане створення гідних умов праці і піклування про соціальний захист працівників. Зарплата перевищує середні регіональні показники. Серед переваг, наданих стандартами корпоративної соціальної відповідальності компанії, якими користуються співробітники: вітамінізація, щеплення, консультації лікарів різного профілю, програми профілактичного оздоровлення.

Кадрова політика ПАТ «Київмедпрепарат» регламентується «Положенням про проведення навчання персоналу».

Функцію управління системою професійного навчання персоналу виконує служба з навчання та розвитку. На підприємстві затверджені річні плани внутрішнього і зовнішнього навчання персоналу, розроблені програми навчання персоналу. Професійне навчання працівників носить безперервний характер і проводиться протягом їх трудової діяльності; спрямоване на забезпечення, підтримання на належному рівні та вдосконалення професійних

якостей персоналу для ефективного виконання робочих обов'язків та перспективних планів і завдань підприємства.

Навчання персоналу проходить в 3 етапи:

1) навчання кожного нового співробітника при прийомі на роботу, яке включає в себе первинну професійну підготовку з оцінкою результатів і допуском до роботи і навчання з питань GMP, після якого проводиться тестування;

2) подальше періодичне навчання (професійне, функціональне навчання, навчання з управлінського розвитку, навчання з питань GxP, охорони праці, екології згідно з програмами підприємства;

3) позапланове навчання і тренінги (за необхідністю) за результатами самоінспекцій і зовнішніх аудитів, після отримання нового обладнання, зміни технологій.

Основними стратегічними напрямками з навчання і розвитку персоналу є:

- формування і розвиток високої культури менеджменту;
- створення організації, що самонавчається;
- формування внутрішнього кадрового резерву та його розвиток.

Навчання персоналу підприємства регулюється наступними документами: «Організація процесу навчання персоналу», «Розробка та затвердження програм навчання персоналу», «Проведення навчання персоналу за програми GxP», «Адаптація персоналу на новому робочому місці», «Порядок проведення інструктажу персоналу та відвідувачів виробничих центрів».

Для корпорації є дуже важливими людські стосунки, які базуються на принципах відповідальності, довіри і турботи. Акцент на етиці та якості взаємин є гармонічною проекцією ставлення до процесу створення якісних і доступних для людей ліків.

Ключовим напрямком діяльності ПАТ «Київмедпрепарат» є виробництво сучасних ефективних, безпечних та якісних ліків для забезпечення більш тривалого і продуктивного життя людей. Сьогодні ПАТ «Київмедпрепарат» випускає понад 140 генеричних і декілька оригінальних лікарських засобів в 11

з 14 фармакотерапевтичних груп. Їх препарати займають провідні позиції в ряді сегментів фармацевтичного ринку: J «Протимікробні препарати для системного застосування», G «Засоби, що впливають на сечостатеву систему», N «Засоби, що діють на нервову систему», D «Дерматологічні засоби», C «Засоби, впливають на серцево-судинну систему», L «Антинеопластичні й імуномодулюючі засоби», R «Засоби, що діють на респіраторну систему».

Вже 60 років ПАТ «Київмедпрепарат», що входить до складу корпорації, залишається безперечним національним лідером у сфері виробництва антибактеріальних препаратів. Серед них – як традиційні препарати (Цефазолін, Ампіцилін, Амоксил тощо), так і антибіотики нових поколінь (Амоксил-К амоксицилін / клавуланат).

Одним із важливих напрямків є подальший розвиток виробництва лікарських засобів з рослинної сировини. Це підприємство, що входить до складу корпорації «Артеріум», має унікальний досвід у сфері фітохімічного виробництва готових лікарських засобів і екстракції рослинних субстанцій для виробництва фітопрепаратів.

Великі надії компанія покладає на просування таких препаратів, які допоможуть у лікуванні пацієнтів з гострими та хронічними порушеннями мозкового кровообігу, черепно-мозковими травмами, лікуванні артеріальної гіпертензії, лікуванні пацієнтів з функціональними порушеннями шлунково-кишкового тракту тощо.

Ряд лікарських засобів, які виробляються компанією, займає провідні позиції в інших сегментах ринку, таких як засоби для лікування ішемічної хвороби серця, для профілактики та лікування набряків будь-якої локації, в т.ч. які виникли при черепно-мозковій травмі, гострому порушенні мозкового кровообігу, порушень сну, цереброваскулярних захворювань, грибкових захворювань тощо.

ПАТ «Київмедпрепарат» постійно вивчає терапевтичні потреби та спрямовує свої зусилля на пошук і розвиток оригінальних препаратів, а також зручних для застосування комбінацій відомих речовин та нових препаратів на

рослинній основі. В 2009-2011 рр. було випущено більше 40 нових препаратів (з урахуванням форм і дозувань), а в період 2012-2019 рр. випущено близько 90 нових лікарських засобів. Всі препарати, випущені підприємствами, що входять до складу корпорації, в останні роки пройшли цілий ряд необхідних досліджень відповідно до європейських стандартів якості та мають доведену ефективність. З 2007 р. корпорація регулярно проводить клінічні дослідження своїх препаратів.

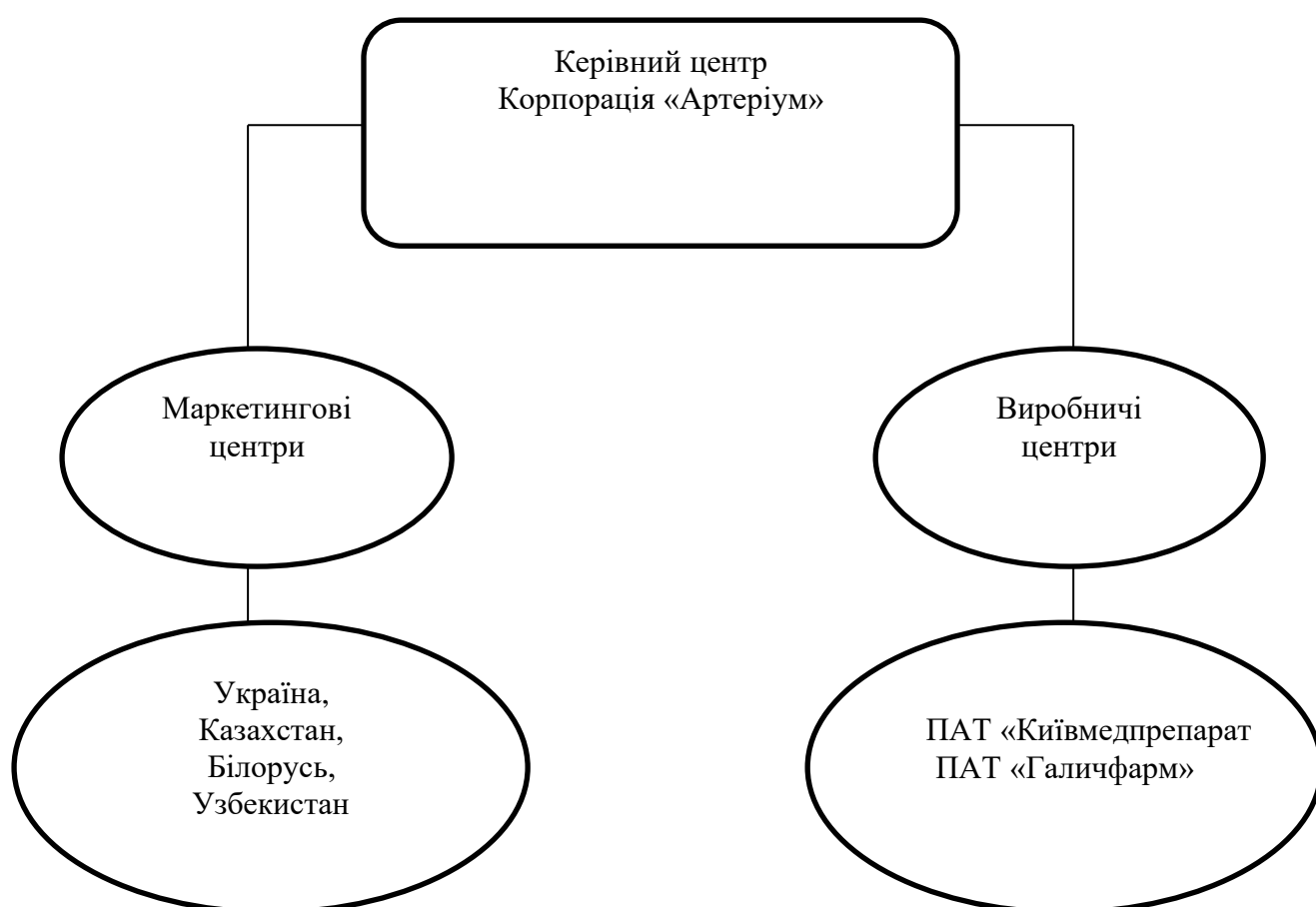


Рис. 2.4 Структура корпорації й зовнішні ринки [54]

ПАТ «Київмедпрепарат» докладляє максимальних зусиль, аби якість препаратів відповідала найвищим вимогам стандартів якості. Модернізація виробництва та вдосконалення бізнес-процесів дозволяє корпорації впроваджувати найновітніші технології в найкоротші терміни. Здійснюючи фармаконагляд, компанія прагне забезпечити безпеку своєї продукції та

визначити побічні ефекти в результаті її застосування. ПАТ «Київмедпрепарат» підтримує зворотний зв'язок зі споживачами – на сайті компанії можна заповнити «Карту повідомлення про побічну реакцію або відсутність ефективності при медичному застосуванні».

З турботою про клієнтів, була впроваджена Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). CRM-система є важливою складовою фармацевтичного моніторингу, яка дозволяє контролювати безпеку лікарських засобів, терапевтичні потреби, а також застосування препаратів.

Для професійного спілкування лікарів був ініційований проект «Питання до експерта». Це зручний он-лайн сервіс, де на запитання лікарів відповідають визнані експерти в галузі кардіології, неврології, терапії й інших напрямків медицини.

Компанія також піклується про своїх співробітників, шляхом надання соціального захисту, медичного обслуговування та програм страхування. Однією з головних переваг є можливість навчання та розвитку в компанії. Корпоративний університет «Артеріум» налічує понад 100 навчальних програм і тренінгів, серед яких: виробництво GMP, охорона праці, екологічна безпека, ефективність продажів та інші.

Підтримуючи ініціативи місцевих громад ПАТ «Київмедпрепарат» прагне до довгострокових відносин, оснований на принципах відповідальності та взаємної поваги. З 2010 року реалізується Програма роботи зі стажерами, в рамках якої провідні експерти компанії діляться знаннями та досвідом зі студентами у сфері розробки нових препаратів, проведенні клінічних досліджень, технології фармацевтичного виробництва [54].

Отже, в процесі діагностики стану корпоративної соціальної відповідальності на ПАТ «Київмедпрепарат» можна зробити наступні узагальнення. Основні зусилля в галузі соціальної відповідальності компанії спрямовані на такі важливі сфери: етика, продукти, співробітники, екологія та суспільство. ПАТ «Київмедпрепарат» визначає ці сфери як ключові у своїй діяльності.

Розглянемо ці сфери більш детально:

1. Етика: клінічні дослідження та бізнес етика (етичний маркетинг).

Клінічні дослідження мають вирішальне значення для визначення безпеки та ефективності нових лікарських засобів. Безпека пацієнта для компанії – ключове питання на етапі фармацевтичної розробки. ПАТ «Київмедпрепарат» проводить клінічні дослідження відповідно до: стандартів GCP (належна клінічна практика – міжнародний стандарт етичних норм і якості наукових досліджень, який описує правила розробки, проведення, ведення документації і звітності про дослідження, які передбачають участь людини як випробовуваного) і GLP (належна лабораторна практика – система норм, правил і вказівок, спрямованих на забезпечення узгодженості та достовірності результатів лабораторних досліджень), наказу МОЗ України «Порядок проведення клінічних випробувань лікарських засобів і експертизи матеріалів клінічних випробувань», настанов «Лікарські засоби. Належна клінічна практика», затверджених наказом МОЗ України, законодавства країн, в яких ПАТ «Київмедпрепарат» проводить клінічні дослідження.

При проведенні доклінічних досліджень ПАТ «Київмедпрепарат» дотримується норм і вимог таких документів: наказ МОЗ України «Про затвердження порядку проведення доклінічного вивчення лікарських засобів і експертизи матеріалів доклінічного вивчення лікарських засобів», Європейська конвенція про захист хребетних тварин, що використовуються в експериментах або в інших наукових цілях. Компанія проводить дослідження в Україні, Росії і Білорусі. Усі співробітники компанії, залучені до процесу організації клінічних досліджень, на регулярній основі проходять навчання з дотримання міжнародних стандартів і правил. Корпорація прагне до відповідності високим етичним стандартам та дотримання усіх місцевих, національних законів і міжнародних норм країн, де вона веде свій бізнес. ПАТ «Київмедпрепарат» діє етично та відповідально в усіх сферах діяльності: від досліджень і розробок до виробництва та маркетингу. Дотримання правил етики по відношенню до співробітників, пацієнтів, клієнтів, постачальників та інших зацікавлених сторін

є одним з головних підходів корпоративної відповідальності в ПАТ «Київмедпрепарат».

Бізнес-етика: принципи етики ділових взаємин співробітників. Цей документ встановлює стандарти взаємин між компанією, її співробітниками і партнерами. Принципи етики слугують основою для ухвалення щоденних рішень і допомагають підтримувати репутацію чесного і надійного партнера. Від співробітників компанія чекає дотримання етичних стандартів в усіх аспектах діяльності, виконання своєї роботи чесно і сумлінно, з дотриманням принципів корпоративної відповідальності, а також положень чинного законодавства і нормативних актів.

Етичний маркетинг: відповідальна маркетингова діяльність співробітників «Артеріум» дає можливість медичним працівникам отримувати достовірну інформацію про лікарські засоби і, таким чином, сприяти раціональному використанню препаратів з максимальною користю для здоров'я пацієнтів. Співпрацюючи з фахівцями охорони здоров'я усі співробітники ПАТ «Київмедпрепарат» дотримуються чинних законів, правил належної практики промоції, галузевих кодексів і внутрішніх стандартів Корпорації.

Прозорість ведення бізнесу: відкритість і прозорість – невід'ємні елементи діалогу із зацікавленими сторонами і основа довіри між сторонами. ПАТ «Київмедпрепарат» – великий добросовісний платник податків. Поповнюючи своєчасно і в повному обсязі бюджет, корпорація бере безпосередню участь в поліпшенні добробуту країни, сприянні зростання рівня життя громадян.

Відповідальні закупівлі: ефективне і відповідальне управління системою закупівель і поставок відіграє важливу роль в створенні якісної продукції. У 2019 р. було проведено в три рази більше аудитів виробників сировини і матеріалів порівняно з 2018 р. При виборі постачальників сировини рослинного походження корпорація дотримується вимог належної практики культивування і збирання початкової сировини рослинного походження (GACP).

2. Інновації та розробка продуктів.

Для задоволення потреб кожного пацієнта корпорація перебуває в постійному пошуку свіжих рішень для розробки нових препаратів і вдосконалення вже існуючих. Розробка нових препаратів проводиться відповідно до концепції «Якість через розробку», згідно з якою розробляються склад, технологія і система специфікацій нових препаратів, проводяться їх доклінічні і клінічні дослідження згідно з правилами GLP і GCP. Окрім цього, для ряду лікарських засобів, які вже тривалий час знаходяться в портфелі компанії, в плановому порядку повторно проводиться розробка і додаткові клінічні дослідження згідно з сучасними регуляторними вимогами.

Корпорація сприяє поліпшенню здоров'я пацієнтів шляхом розробки і виробництва інноваційних та якісних ліків. Завдяки активній інноваційній діяльності, співпраці з провідними вченими, застосуванню передових технологій та стандартів якості у виробництві, портфель продукції компанії регулярно поповнюється новими препаратами.

Здоров'я і безпека пацієнта – головна мета діяльності корпорації. ПАТ «Київмедпрепарат» прагне забезпечувати якість на кожному етапі життєвого циклу продукту, починаючи від фармацевтичної розробки продукту до дистрибуції кінцевому споживачеві. Компанія контролює безпеку і ефективність продукту, починаючи з розробки і дослідження майбутнього лікарського засобу, вибору сировини, компонентів, упаковки, технології, реєстрації і виходу на ринок і закінчуючи припиненням випуску препарату на усіх ринках реалізації. Корпорація підтримує і розвиває зворотній зв'язок із споживачами з усіх аспектів якості своєї продукції, щоб забезпечити ефективно і безпечно лікування або профілактику захворювань. Зворотній зв'язок із споживачами забезпечується через Фармаконагляд, роботу з рекамаціями і систему взаємодії з клієнтами.

Захист від фальсифікації: підроблені ліки являють собою небезпеку для споживача і можуть спричинити серйозні захворювання. Висока якість препаратів, у тому числі і достатній рівень їх захисту від можливої фальсифікації, є стратегічно важливими завданнями для корпорації. ПАТ

«Київмедпрепарат» постійно удосконалює методи захисту від фальсифікації і для цього створює оригінальний, складний для відтворення макет упаковки, а також наносить захисні унікальні елементи. Ці способи захисту надають більше впевненості в тому, що споживач отримає якісний препарат.

3. Співробітники.

ПАТ «Київмедпрепарат» інвестує кошти в навчання і розвиток співробітників та надає їм широкі можливості для професійного зростання. Система розвитку персоналу охоплює усі категорії – від робітників і спеціалістів до керівництва заводів і керуючої компанії.

«Школа продакт-менеджерів» і «Школа регіональних менеджерів» – спеціально розроблені програми для медичних представників Корпорації. «Школа продакт-менеджерів» націлена на вивчення фармацевтичного маркетингу, «Школа регіональних менеджерів» – основ менеджменту і ефективного управління персоналом. Було проведено: майже 100 навчальних програм, 2 685 осіб/трен. пройшли навчання в 2019 р., 148 тренінгів для співробітників провели корпоративні викладачі, 230 осіб пройшли навчання у форматі дистанційної освіти, 93 співробітники взяли участь у програмі «Англійська мова».

ПАТ «Київмедпрепарат» вважає, що співробітники – основа успіху і ключовий чинник, що забезпечує конкурентоспроможність компанії. Розвиток, мотивація і безпека праці – пріоритетні питання для компанії в сфері управління персоналом.

ПАТ «Київмедпрепарат» підтвердив відповідність системи охорони праці міжнародному стандарту OHSAS 18001:2007. У 2016-2019 рр. не зафіксовано випадків травматизму або випадків з летальним результатом.

Внутрішні комунікації. Корпоративний портал – за допомогою інтранет-порталу співробітники дізнаються і обговорюють корпоративні новини, зміни в процедурах, користуються електронною базою корпоративних документів, беруть участь у конкурсах і планують спільне дозвілля. Доступом до порталу компанія забезпечує і співробітників, діяльність яких не пов'язана з роботою за

комп'ютером, – через інфокіоски. Корпоративне видання (газета «Пульс») виходить один раз на квартал і надає співробітникам інформацію про основні події в компанії.

4. Екологія.

У ПАТ «Київмедпрепарат» впроваджена Екологічна політика, в якій викладено зобов'язання вищого керівництва компанії, щорічно оновлюються цілі і завдання зі зниження шкідливого впливу на довкілля і проводиться оцінка досягнення рівня екологічних характеристик.

Зелений офіс: корпорація прагне дотримуватися концепції Зеленого офісу в компанії. Для цього вона: впровадила практику відеоконференцій для зниження кількості відряджень співробітників; зменшила об'єми споживання паперу (за рахунок використання двостороннього друку); активувала «сплячий режим» на усіх робочих комп'ютерах; рекомендує співробітникам вимикати усю техніку з мережі на ніч; бере участь в екоакціях.

В 2019 р. ПАТ «Київмедпрепарат» були організовані заходи, спрямовані на збереження і відтворення природних ресурсів, в рамках яких провели вирубування сухих і хворих дерев, озеленили територію і забезпечили належний догляд за зеленими насадженнями на території підприємства.

Компанія прагне раціонально використовувати природні ресурси і мінімізувати негативний вплив на довкілля своїх підприємств.

5. Суспільство.

При виборі проектів для інвестицій в соціальну сферу пріоритетною для корпорації є підтримка програм у сфері охорони здоров'я, спорту та освіти.

Програма «Що варто знати»: для підвищення обізнаності населення про поширені захворювання в 2019 р. була ініційована програма «Що варто знати». У співпраці з провідними фахівцями охорони здоров'я була проведена інформаційна кампанія, у рамках якої розповідалось населенню про методи профілактики найпоширеніших захворювань.

Маршрути здоров'я: у 2018 р. були відкриті велосипедні маршрути в лісопаркових зонах Києва. В 2019 р. завдяки співпраці з велотовариствами

маршрути з'явилися в Рівному та Житомирі. Усі маршрути розташовані подалі від доріг і марковані спеціальними вказівниками напрямку руху. Загальна довжина Маршрутів здоров'я – майже 50 км.

Програма роботи зі стажерами: реалізуючи Програму роботи із стажерами, корпорація пропонує студентам і випускникам пройти стажування в компанії, а кращим учасникам – подальшу співпрацю. З 2015 р. 26 учасників програми приєдналися до команди ПАТ «Київмедпрепарат». Більше 10 Вищих навчальних закладів України отримують підтримку у вигляді професійної бази для навчальної, переддипломної і виробничої практики. Також корпорація допомагає облаштувати аудиторії відповідно до вимог профільних напрямів навчання [54].

Отже, діяльність ПАТ «Київмедпрепарат» відповідає принципам соціальної відповідальності. У діяльності корпорації присутні різні програми, які говорять про її активну участь у суспільному житті та діалозі із різними соціальними групами; бережливе ставлення до навколишнього середовища, піклування про співробітників та екологічне середовище тощо. На нашу думку, корпорації потрібно звернути увагу на поглиблення соціальної відповідальності бізнесу перед партнерами та більш широким зовнішнім загалом. Незважаючи на всі перераховані переваги і сильні сторони ПАТ «Київмедпрепарат» у сфері корпоративної соціальної відповідальності, є аспекти, над якими потрібно працювати.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПАТ «КИЇВМЕДПРЕПАРАТ» НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

3.1 Напрямки інтеграції соціальної відповідальності в систему корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат»

Недостатня увага необхідності стратегічного ставлення до впровадження корпоративної соціальної відповідальності на ПАТ «Київмедпрепарат» є основною проблемою її розвитку, а також відсутність і нерозуміння процесу її організації. Хоча питання організації КСВ залежить і від відношення власників до неї, до сприйняття її сутності та необхідності в умовах розвитку сучасних процесів. Тому організацію КСВ необхідно органічно вбудувати в систему стратегічного управління компанією, знайти її місце в корпоративному управлінні (рис. 3.1). «Стратегічність» означає необхідність управління в частині реалізації місії підприємства, його соціально-економічної політики, а «корпоративність» - необхідний рівень провідної керівної ланки. Інакше кажучи, стратегічний аспект може бути реалізований лише при прогресивній системі корпоративного управління. Дискусія з проблем корпоративної соціальної відповідальності в даний час фокусується на двох її аспектах: необхідність соціально відповідальної поведінки та складу його елементів. Інакше кажучи, мова йде про те, що треба зробити в цій галузі. Практично не порушеним залишається питання про те, як це слід реалізувати, якщо сама ідея КСВ прийнята підприємством. В цьому випадку ключовим елементом соціально відповідальної діяльності стає його організація, що забезпечує реалізацію стратегії і виконання планів компанії в галузі соціальної відповідальності. Саме через відсутність системного підходу до управління КСВ виникають проблеми з успішною їх реалізацією. Головним завданням управління КСВ є

вибудовування системи взаємопов'язаних інструментів управління, які відповідають принципам КСВ, процесів корпоративного соціального сприйняття, які реалізуються ПАТ «Київмедпрепарат» на основі цих принципів та вимірюваних результатів відповідної корпоративної поведінки, інтеграція принципів КСВ в її діяльність. Як підтверджено попередніми дослідженнями, управління корпоративною соціальною відповідальністю повинне бути системним процесом, та інтегруватись в систему управління ПАТ «Київмедпрепарат» (рис. 3.1).

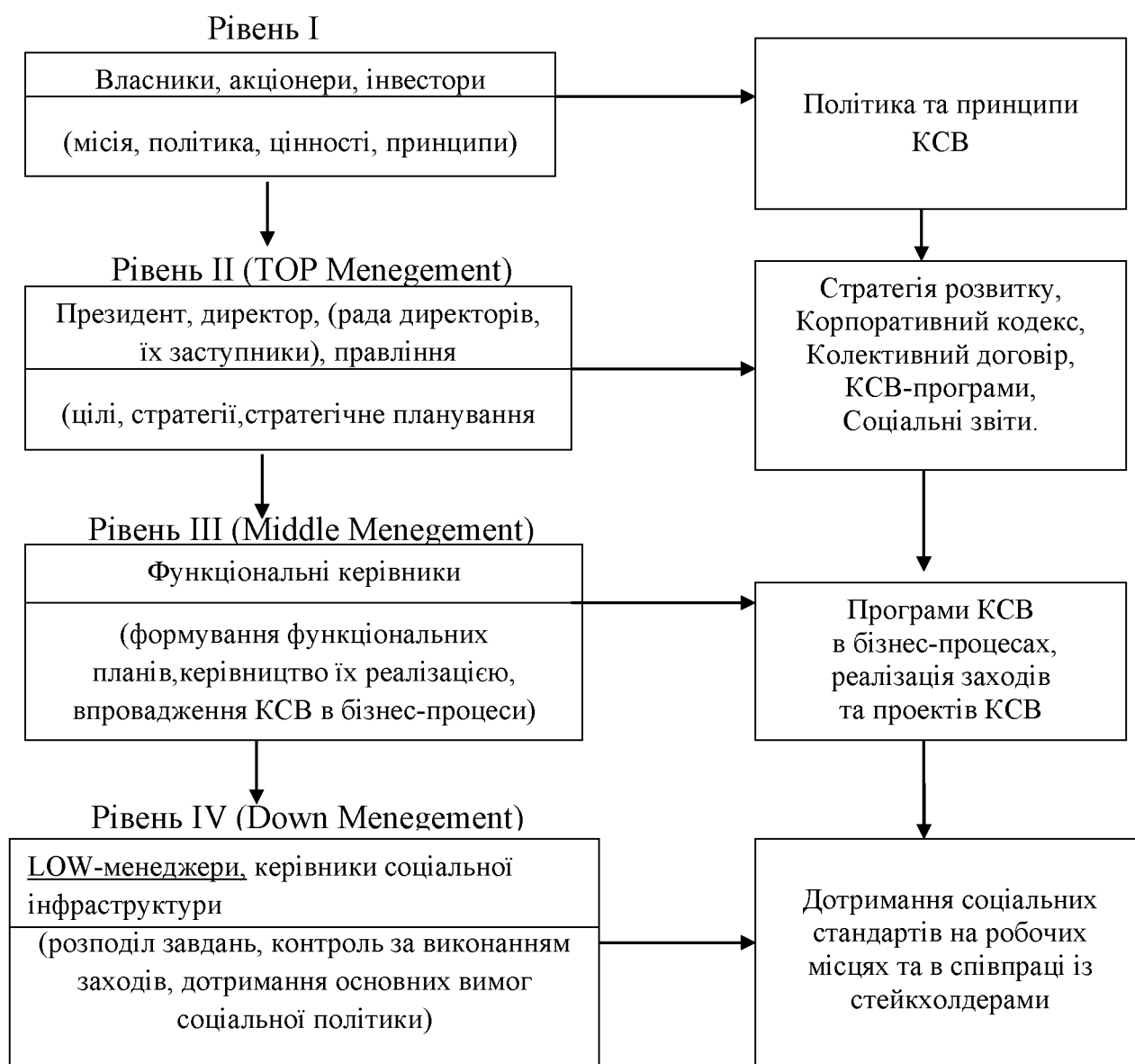


Рис. 3.1 Інтеграція КСВ у рівні управління ПАТ «Київмедпрепарат»

Тобто, якщо розглянути рівні управління в які інтегрується КСВ, то варто відмітити наступне:

На стратегічному рівні відбувається інтеграція принципів КСВ в місію, політику, цінності ПАТ «Київмедпрепарат». Як правило, основними суб'єктами цієї інтеграції є власники, головні акціонери та інвестори. Від їх сприйняття та філософії, політики КСВ залежить подальше вибудовування моделі КСВ підприємства. КСВ повинна стати важливою складовою основної діяльності, а не виступати чимось додатковим у вигляді разових заходів, конкретизуватись в стратегії компанії. Місія може навіть носити елемент КСВ. Наприклад, для харчового підприємства - «Виробляй якісну продукцію-збережи здорову націю та майбутні покоління»;

На II рівні (Рада директорів, комітети КСВ, відповідальні за КСВ - основні суб'єкти управління КСВ діяльністю). Принципи КСВ повинні вплинути на характер стратегії ПАТ «Київмедпрепарат», на її орієнтири.

Ця діяльність обов'язково повинна вбудовуватися в діяльність підприємства, в систему корпоративного управління, виконуватись з використанням чотирьох класичних функцій управління (планування, організація, мотивація, контроль) та бути спрямована на задоволення інтересів усіх заінтересованих сторін, що в перспективі не тільки підвищить рівень ділової репутації підприємства, довгострокову конкурентоспроможність, довіру суспільства, а й збільшить ринкову вартість підприємства (рис. 3.2).

Прийняття Корпоративних кодексів з врахуванням принципів КСВ, Регламентів роботи Ради директорів, комітетів з КСВ, Етичних кодексів поведінки та інших, які є необхідними документами при впровадженні КСВ на підприємстві, їх реалізації «зверху до низу». Разом з тим, цей етап характеризується конкретними діями суб'єктів управління. На нашу думку, можна виділити такі основні напрями діяльності в цій сфері.

- за рішенням II рівня менеджменту формуються цілі діяльності. Приймаються нормативні документи та формуються Стандарти діяльності, в яких КСВ є важливою складовою;

- визначається місце ПАТ «Київмедпрепарат» в бізнес-середовищі та суспільстві, проводиться аналіз сильних та слабких сторін, можливостей та загроз, розробляються відповідні стратегії;

- відбувається створення саморегулюючої мотивуючої системи з метою підвищення відповідальності та зацікавленості підрозділів к ПАТ «Київмедпрепарат» та кожного працюючого для забезпечення подальшої реалізації стратегії, забезпечуючої довгостроковий стійкий розвиток та створення цінності для акціонерів та задоволення інтересів стейкхолдерів;

- орієнтація на успіх через формування стратегічних планів розвитку та механізмів їх реалізації, формування колективу для реалізації планів, який буде об'єднаний спільними та індивідуальними цілями.



Рис. 3.2 Ключові орієнтири ефективної корпоративної соціальної діяльності ПАТ «Київмедпрепарат»

Після прийняття принципового, стратегічного рішення про впровадження системи стратегічного КСВ в ПАТ «Київмедпрепарат», потрібно розробити та реалізувати план по впровадженню стратегічного КСВ.

Проблема стратегічного планування корпоративної соціальної відповідальності в загальній системі планування є не тільки актуальною, а потребує вирішення. Інтеграція соціально-відповідальних заходів в систему планування підприємства та корпоративну стратегію підприємства є необхідною, оскільки відсутність організаційного механізму впровадження та реалізації принципів КСВ, неузгодженість дій менеджерів приводять до невиконання програм соціальних заходів та створює ризики не тільки в соціальній діяльності.

Враховуючи довгостроковий характер реалізації корпоративної соціальної відповідальності, її планування потрібно розпочинати з постановки цілей КСВ як складової загальних цілей в рамках стратегічного планування (рис.3.1). На основі поставлених цілей формуються основні напрями планування КСВ та витікаючи із них процедури планування, зміст і формат взаємовідносин між підприємствами та стейкхолдерами та система індикаторів, на які орієнтується стратегічний план. Тобто базовими елементами системи планування КСВ можна назвати: основні напрями планування КСВ, процедури планування, зміст та форми переговорів із заінтересованими сторонами, система індикаторів.

Основні напрями, за якими повинні здійснюватися планування КСВ ПАТ «Київмедпрепарат» повинні відповідати основним документам, які формують інституційну базу підприємства та торкаються проблеми КСВ: міжнародні документи в сфері КСВ, зокрема: Глобальний договір ООН, Конвенція Міжнародної Організації праці, Серія стандартів AccountAbility (AA1000), Міжнародний Стандарт ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» та інші керівні принципи та кодекси поведінки, системи управління та схеми сертифікації, меморандуми, хартії, які розроблені авторитетними міжнародними, національними, галузевими організаціями, самими підприємствами, які регламентують загальні правила соціальної

відповідальності компанії. В теперішній час у світовому просторі існує близько 30 міжнародних стандартів і керівних документів в сфері управління, призначених для розробки стратегії корпоративного управління, складання звітності, проведення оцінки та аудиту [34].

Використання міжнародних та вітчизняних документів в якості основ планування дозволяє визначити основні підходи підприємства до управління КСВ і найбільш важливі для нього сфери, об'єкти, адресати відповідальності, способи взаємодії з ними, порядок формування та представлення інформації заінтересованим сторонам [13]. Але, на нашу думку, варто враховувати, що в повному обсязі зазначені документи не можуть бути використані та повинні бути адаптовані до практики ПАТ «Київмедпрепарат», враховувати особливості її діяльності та можливості. Ці документи повинні складати основу формування внутрішніх норм КСВ. А керівництву ПАТ «Київмедпрепарат» необхідно розробити та прийняти власний документ, Кодекс соціально відповідальної компанії, який би відображав загальне бачення проблем КСВ компанії.

Розробка плану соціального розвитку та включення основних його положень в стратегічний план розвитку ПАТ «Київмедпрепарат» є обов'язковим. Основною ціллю його розробки є формування системи внутрішньої складової КСВ та соціальних цінностей діяльності підприємства. Складовими завданнями цього розділу в рамках КСВ повинні стати: визначені потреби заінтересованих сторін, які обов'язково мають бути узгоджені із їх думкою; перспективи та проблеми взаємодії підприємства із стейкхолдерами, механізм налагодження цієї взаємодії; забезпечення узгодженості ресурсів із заходами КСВ; очікувані кінцеві результати соціальних програм тощо. Важливою складовою є визначення відповідальних етапів, результатів та відповідальних осіб за виконання.

Важливими інститутами реалізації стратегічної корпоративної соціальної відповідальності є структури або спеціальні працівники, покликані вирішувати і попереджати конфлікти всередині організацій і в зовнішньому середовищі. Така

діяльність може здійснюватися корпоративними омбудсменами, в чій завдання входить мирне вирішення всіх внутрішніх і зовнішніх конфліктів компанії.

Функції, що виконуються омбудсменом ПАТ «Київмедпрепарат», повинні бути достатньо широкими, щоб охоплювати весь склад заінтересованих осіб. До складу функцій омбудсмена можна також включити: створення внутрішнього кодексу ведення бізнесу; моніторинг останніх тенденцій розвитку нормативно-правової бази в сфері КСВ; забезпечення співробітників компанії необхідною інформацією; створення спеціального електронного порталу, що приймає повідомлення про дії, пов'язані з можливим порушенням законодавства або корпоративної етики; розробка заходів щодо запобігання подібних ситуацій. Недоліком даних інститутів реалізації КСВ є їх спрямованість на існуючі факти порушення соціально-відповідальної поведінки, що виражаються в зовнішніх або внутрішніх конфліктах. Необхідно трансформувати діяльність омбудсменів, омбудс-офісів та інших інститутів вирішення конфліктів, акцентувати увагу на попередженні останніх. Однак, при будь-яких обставинах конфлікти як форма прояву суперечностей у системі КСВ збержуться і потребують, поряд з впровадженням профілактичних, виконання традиційних функцій.

3.2 Шляхи розвитку аналітичного інструментарію корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат»

Оскільки ПАТ «Київмедпрепарат» постійно займається соціально-відповідальною діяльністю, важливо постійно розвивати аналітичний інструментарій корпоративної соціальної відповідальності компанії, а також висвітлювати результати діяльності користувачам. Вважаємо, що важливо акцентувати на цьому увагу, бо соціально-відповідальна діяльність розрахована саме на потреби користувачів. Таким чином, вагомою потребою для управління є формування повної, достовірної та оперативної інформації для прийняття ефективних соціально-економічних рішень. З метою задоволення цих потреб необхідно скласти внутрішню соціальну звітність.

Корпоративний соціальний звіт - це публічний інструмент представлення результатів реалізації КСВ. Інформування акціонерів, працівників, партнерів і усіх стейкхолдерів та й суспільства про те, наскільки підприємство є соціально відповідальним, якими темпами компанія реалізує закладені в місії та стратегічних планах розвитку цілі економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності.

З метою проведення самоконтролю та контролю діяльності в сфері КСВ та управління нею, вважаємо за доцільне проводити самооцінку рівня корпоративної культури та місця підприємства в бізнес-середовищі. Показники, що характеризують рівень корпоративної культури, включають показники дотримання етичних норм поведінки менеджменту, а також орієнтації на людей, стабільності та відкритості компанії (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Напрями оцінки рівня корпоративної культури

Напрямок оцінки	Якісні показники для аналізу
Цінності	Сприйняття компанії як цілісної із своєю системою загальних цінностей, які формують її імідж; Традиції і правила, що склалися в компанії за час її існування; Забезпечення єдності з діловою культурою, яка визначає розвиток контактів з усіма заінтересованими особами
Стабільність розвитку та стійкість	Відкритість, в тому числі інформаційна. Інноваційність підходів. Дотримання традицій, правил, норм поведінки, властивих даній компанії. Результативність, розвиненість та бачення кінцевих результатів
Орієнтація на людей	Концентрація уваги компанії на працівниках, їх розвитку; Мотивація співробітників, заохочення і своєчасна винагорода; Залучення усіх працівників компанії до розвитку компанії і реалізації стратегічних цілей Вивчення прогресивного досвіду Вивчення індивідуальних потреб працівників
Рівень топ-менеджменту	Наявність Кодексу етики, справедливе ставлення до персоналу, Професіоналізм та компетентність вищого керівництва, прогресивний тип корпоративної культури

Визначення якості управління корпоративною соціальною відповідальністю є не менш важливим, а тому основні напрями такого аналізу

необхідно включають оцінку нормативного забезпечення процесу управління КСВ, наявність програм навчання та підвищення кваліфікації в сфері соціальної діяльності, власне оцінка самої структури управління КСВ, кількість та типи реалізованих програм тощо. Основні напрямки аналізу та оцінки управління КСВ наведені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Напрямки аналізу і оцінки управління корпоративною соціальною відповідальністю

Напрямок оцінки	Якісні показники для аналізу
Структура управління соціальною відповідальністю	Комітет з питань соціальної відповідальності та (або) етики при раді директорів компанії Виконавчі органи управління соціальною відповідальністю, відповідальна особа
Нормативне забезпечення процесу управління соціальною відповідальністю	Пріоритети соціальної політики компанії Кодекс соціально-відповідальної компанії (етичний кодекс компанії), стратегія КСВ, КСВ як важлива складова стратегії підприємства, дотримання національних та європейських стандартів в сфері КСВ
Програми навчання в сфері соціальної відповідальності	Просвітницька робота серед працівників, наявність в компанії навчання в сфері соціальної відповідальності Процес та існуючі методи навчання
Реалізовані соціальні програми компанії	Типи реалізованих соціальних програм, інструменти реалізації соціальних програм, основні стейкхолдери соціальних програм, цикл управління соціальними програмами, наявність механізмів зовнішнього адміністрування соціальних програм.

Врахування інтересів заінтересованих сторін залежить від рівня корпоративної культури, рівня корпоративної соціальної відповідальності, проте ефективність корпоративної соціальної діяльності також залежить від рівня задоволення цих інтересів та впливає на рівень розвитку підприємства і його ділову репутацію.

Розробимо загальний алгоритм складання соціальної звітності для ПАТ «Київмедпрепарат», який можна застосовувати як для складання внутрішнього соціального звіту, так і зовнішнього. На рис. 3.3 графічно зображено алгоритм.

Пропонуємо складати соціальний звіт добровільної форми. Завдяки цьому можна буде відображати виключно ту інформацію, яка необхідна підприємству. У створеному звіті радимо аналізувати якісні і кількісні показники. Кількісні

показники потрібно розрахувати економічно, за загальноприйнятими формулами, і, таким чином можна буде отримати загальну суму соціальних витрат. Якісні показники рекомендуємо оцінювати в бінарній системі, комплексно аналізуючи усі отримані дані.

Вважаємо, що створення структури соціального звіту передбачає розробку розділів і підпунктів, завдяки чому користувач зможе орієнтуватись у документі і знаходити потрібну інформацію. Кількісні і якісні показники закликаємо групувати відповідно до розділів (рис. 3.3).

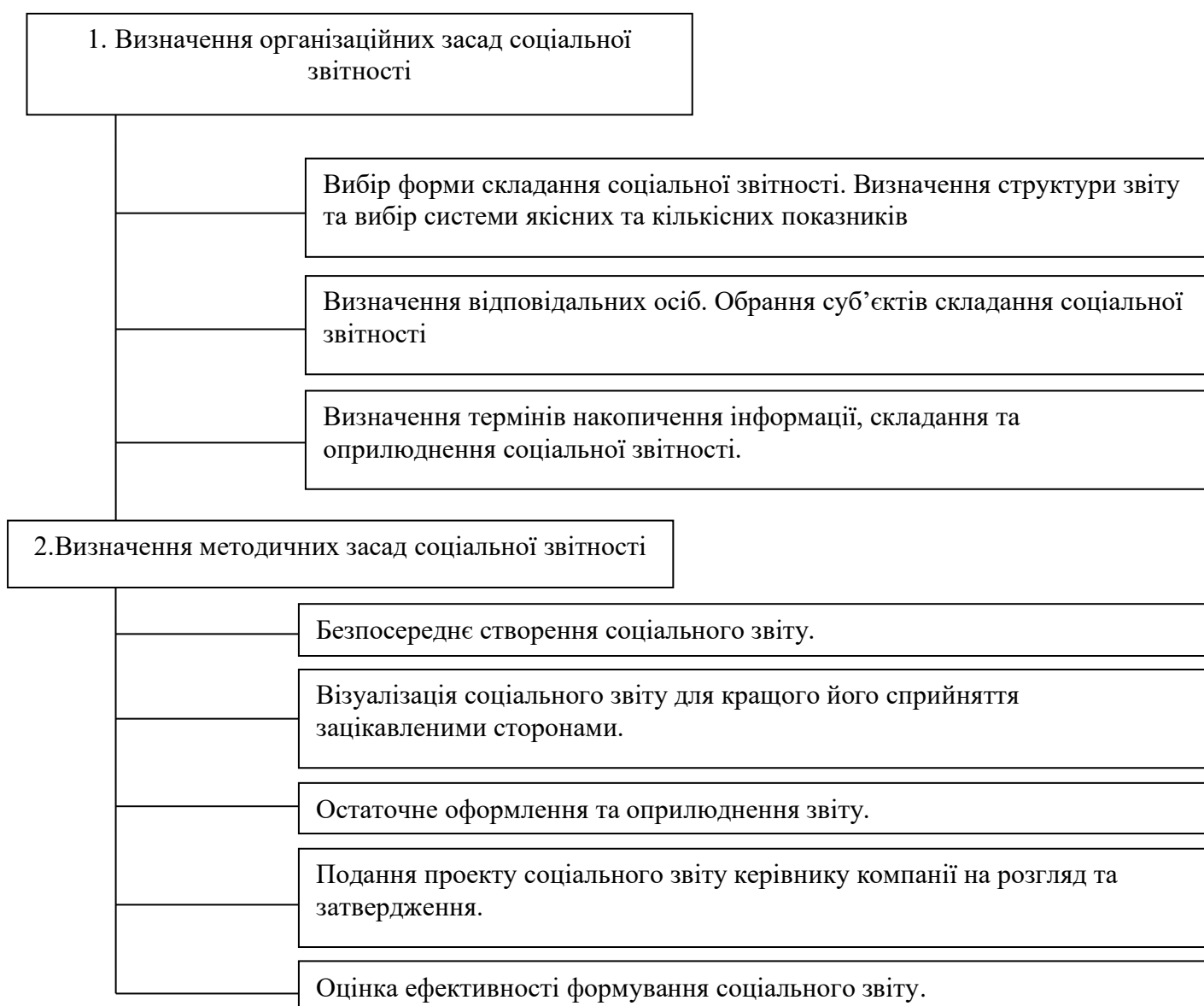


Рис 3.3 Алгоритм складання соціальної звітності ПАТ «Київмедпрепарат»

Відповідальним за складання соціального звіту має бути менеджер вищої ланки, який займається координацією соціальних проектів. Вважаємо, що соціальний звіт потрібно складати один раз на рік. Обов'язково, потрібно проводити порівняння результатів звіту із попередніми роками і планувати діяльність на новий рік на основі отриманих даних.

Для формування якісного соціального звіту потрібно дотримуватись низки принципів. Вони допоможуть структурувати здійснення облікових процедур та складання звітності. Серед основних принципів: системність, науковість, автономність, кількісна оцінка, суттєвість, стислість, економічність, прозорість, зрозумілість, аналітичність, незалежність, послідовність та своєчасність. Всі дані мають бути документально підтвердженими.

Соціальний звіт ПАТ «Київмедпрепарат», в першу чергу, має задовольняти запити основних груп стейкхолдерів. Соціальна звітність має відображати пріоритети діяльності підприємства. Важливо розуміти, що інформація, відображена в звіті, повинна впливати на прийняття рішень користувачами звітності, бути суттєвою. Таким чином, складання соціального звіту потребує послідовних і чітких дій, які будуть ґрунтуватись на конкретних принципах.

В цілому, діяльність ПАТ «Київмедпрепарат» відповідає принципам соціальної відповідальності. У діяльності корпорації присутні різні програми, які говорять про її активну участь у суспільному житті та діалозі із різними соціальними групами; бережливе ставлення до навколишнього середовища, піклування про співробітників та екологічне середовище тощо. На нашу думку, корпорації потрібно звернути увагу на поглиблення соціальної відповідальності бізнесу перед партнерами та більш широким зовнішнім загалом.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота була присвячена дослідженню соціальної відповідальності в сучасному менеджменті вітчизняних підприємств. В межах дослідження проблеми магістерської роботи, ми прийшли до висновку, що соціальна відповідальність переслідує мету упорядкування, гармонізації суспільних відносин і забезпечення їх поступального та стабільного розвитку, є гарантом соціальної і особистої безпеки, засобом підтримання і зміцнення соціальної злагоди, цілісності суспільства та держави.

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула закінченого вигляду декілька десятків років тому, коли на всесвітньому економічному форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Анон звернувся до лідерів найбільших компаній світу із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи – Глобального договору – в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля. Спираючись на перевагу спільних дій, Глобальний договір поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору в співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки.

Основними характеристиками СВБ є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію організації, компанії; системність; користь для всіх заінтересованих сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, громади тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Соціальна відповідальність не обмежується благодійністю.

Соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності: організаційне управління; права людини;

трудові відносини; етична операційна діяльність; захист навколишнього середовища; захист прав споживачів; розвиток місцевих громад і співпраця з ними.

Концепція КСВ була розглянута на прикладі фармацевтичної компанії ПАТ «Київмедпрепарат». Корпорація «Артеріум» була створена в 2005 році двома провідними фармацевтичними підприємствами – ПАТ «Київмедпрепарат», найбільшим українським виробником антибіотиків, і ПАТ «Галичфарм», лідером з виробництва препаратів на рослинній основі.

Метою діяльності ПАТ «Київмедпрепарат» є здійснення самостійної виробничої, комерційної та іншої господарської діяльності, що визначена статутом та не суперечить діючому законодавству.

Вже понад 60 років ПАТ «Київмедпрепарат» залишається безперечним національним лідером у сфері виробництва антибактеріальних препаратів. Серед них як традиційні препарати, так і готові лікарські засоби нових поколінь. Підприємство випускає близько 94 рецептурних і безрецептурних лікарських препаратів. З 2007 року розпочато випуск ветеринарних препаратів, які застосовуються ветеринарними лікарями це такі препарати як Тіопротектин, Енвайр, Браво, які зарекомендували себе на ринку. З 2014 року вийшов на ринок новий препарат Резістол - природний захист від інфекційних захворювань верхніх дихальних шляхів.

Виробництво лікарських засобів ПАТ «Київмедпрепарат» забезпечене необхідними санітарними умовами, обладнанням, персоналом для виробництва стерильних і не стерильних препаратів відповідно до вимог, існуючих у фармацевтичній галузі та вимог забезпечення умов пожежної безпеки, охорони праці, охорони навколишнього середовища. Складське господарство ПАТ «Київмедпрепарат» забезпечене приміщеннями і зонами для зберігання основної сировини, допоміжної сировини, матеріалів, друкованої продукції, готової продукції, карантину, відбору проб, браку, зберігання спирту, тощо. В складських приміщеннях окремо зберігаються відповідно до умов зберігання стерильні субстанції, не стерильні субстанції, антибіотики, метанол, етанол,

хімреактиви і прекурсори, легкозаймісті речовини (у підземному сховищі). Для субстанцій та готової продукції, що потребують зберігання при низьких температурах, передбачені окремі зони (холодильники).

Було виявлено, що корпорація, реалізуючи принципи соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством, орієнтована на такі сфери:

1. Бізнес етика та етичний маркетинг.
2. Інновації та розробка продуктів.
3. Здоров'я і безпека пацієнта.
4. Захист від фальсифікації.
5. Інвестування коштів на навчання співробітників.
6. Екологічна політика та Зелений офіс.
7. Підтримка програм у сфері охорони здоров'я, спорту та освіти.
8. Піклування про суспільство.

У третьому розділі роботи запропоновано концептуальний підхід, щодо інтеграції корпоративної соціальної відповідальності в систему стратегічного управління ПАТ «Київмедпрепарат». А саме, запропоновано ієрархічну схему інтеграції управління КСВ в систему стратегічного управління підприємством. Удосконалений механізм управління КСВ підприємства, який представлений у вигляді певної послідовності дій, впровадження інструментів інтеграції принципів КСВ в бізнес-процеси підприємства. Визначені напрями організації КСВ в системі корпоративного управління, базові елементи організації КСВ підприємства, процедури, інституції, взаємозв'язок та комунікації між основними елементами.

Крім того, для запропоновано напрямки розвитку аналітичного інструментарію корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат». Оскільки ПАТ «Київмедпрепарат» постійно займається соціально-відповідальною діяльністю, важливо постійно розвивати аналітичний інструментарій корпоративної соціальної відповідальності компанії, а також висвітлювати результати діяльності користувачам. Вважаємо, що важливо акцентувати на цьому увагу, бо соціально-відповідальна діяльність розрахована

саме на потреби користувачів. Для покращення корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Київмедпрепарат» був запропонований алгоритм створення соціального звіту. За нашим планом, структура звіту передбачає групування якісних та кількісних показників в розрізі декількох розділів в довільній формі. Розкриття показників відповідно до структури слугуватиме основою для прийняття соціально-економічних рішень та складання в майбутньому зовнішньої соціальної звітності.

В цілому, соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність орієнтовані на відповідальне ставлення до бізнесу, продукту або послуги, споживача, працівників, партнерів, навколишнє середовище тощо.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Клейнер Г. Социальная ответственность бизнеса: общество и бизнес в системе взаимных ожиданий. URL: <http://kleiner.ru/sotsialnaya-otvetstvennostbiznesa-obshhestvo-i-biznes-v-sisteme-vzaimnyih-ozhidaniy> (дата звернення 03.08.2020).
2. Безрукова О. А. Відповідальність в сучасному світі: моральні та соціальні підстави соціологічної інтерпретації: монографія. Запоріжжя: ЗНТУ, Видавництво Хортицького національного навчально-реабілітаційного багатопрофільного центру, 2017. 324 с.
3. Андрющенко А.І., Рябець І.М. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2020. №844. Вип. 23. С. 133 – 135.
4. Бурега В .В. Социально-адекватный менеджмент: В поисках новой парадигмы : монографія. К.: Академия, 2019, 271 с.
5. Drucker, P. F. *Management Challenges for the 21 st Century*. Oxford: Elsevier, 2020. 205 p.
6. Freeman R. E. The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions. *Business Ethics Quarterly*. 2014. N 4. P. 409–421.
7. Simmons, J. Managing in the Post-Managerialist Era: Towards Socially Responsible Corporate Governance, *Management Decision*. 2004, 32(3/4). P. 601–611.
8. Костин А. КСО и устойчивое развитие бизнеса в России. URL :www.socesco.ru. (дата звернення 21.06.2020).
9. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление. URL:http://www.rjm.ru/files/upload/rjm/2004/3/blagov_the_corporate_social_responsibility_concept_strategic_management.pdf. (дата звернення 21.06.2020).
10. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. Минск: ИНФРА. 2017, 368 с.

11. Перегудов С. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/gtmarket/2007/616>. (дата звернення 21.06.2020).
12. Благов Ю. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности URL : <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/253.pdf>. (дата звернення 21.06.2020).
13. Meehan J., Meehan K., Richards A. Corporate social responsibility: the 3C-SR model. URL: <http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Companies/w124.pdf>.(дата звернення 21.06.2020).
14. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ: Стандарт, 2016. 302 с.
15. Green paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility URL: http://europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf. (дата звернення 21.06.2020).
16. Перегудов С. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2017/48/pe5.html>. (дата звернення 21.06.2020).
17. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. Минск : КНОРУС, 2019. 483 с.
18. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность URL: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/16.shtml>. (дата звернення 21.06.2020).
19. Шевчук А. Социальная ответственность бизнеса в моделях корпоративного управления. URL: <http://corpsocialpolicy.narod.ru/files/shevchuk.pdf>. (дата звернення 21.06.2020).
20. Комарницький І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2010_6/7_Social.pdf.(дата звернення 21.06.2020).

21. Мазурик О. В. Соціальна відповідальність бізнесу. *Соціальні виміри суспільства*. 2019. Вип. 2(13). С. 273–284.
22. Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития «Наше общее будущее». URL: <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf>. (дата звернення 21.06.2020).
23. Посібник із корпоративної соціальної відповідальності. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності /Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. К.: Видавництво «Енергія», 2019 96 с.
24. Ціннісний вимір соціальної відповідальності в демократичній державі: монографія. Харків : Видавництво ХНУВС, 2019. 200 с.
25. Бегма Ю. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Юридичний коментар. Рекомендації з впровадження. Київ, 2017. 32 с.
26. Солодуха О. Оцінка управління соціальною відповідальністю бізнесу URL: http://director.at.ua/upravlinnja_socialnoju_vidpovidalnistju_biznesu.pdf. (дата звернення 21.06.2020).
27. Концептуальна модель чинників соціальної відповідальності сучасного бізнесу URL: <http://be.convdocs.org/docs/index-113879.html>. (дата звернення 21.06.2020).
28. Международный стандарт ISO 26000. Руководство по социальной ответственности URL: <http://www.klubok.net/Downloads-index-reqviewdownloaddetails-lid-243.html>. (дата звернення 21.06.2020).
29. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. URL: <http://svb.org.ua/publications/csrreporting>. (дата звернення 21.06.2020).
30. Градюк Н. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/22_PNR_2011/Economics/10_90610.doc.htm.(дата звернення 21.06.2014).
31. Стандарт верификации отчетов AA1000. URL:<http://www.ksovok.com/doc/aa1000s.doc>. (дата звернення 21.06.2020).

32. Стандарт SA 8000:2001: Соціальна відповідальність. URL: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKewj3PuIrIbWAhWDBZoKHdhjDe8QFggvMAE&url=http%3A%2F%2Fcsr-eujm.com.ua%2Ffiles%2FSA8000.doc&usg=AFQjCNGSjY4BmFmzQXDH3q2ohAENHs1vw> (дата звернення 21.06.2020).
33. Стандарт ISO14101:2004 Системи екологічного менеджмента. Требования и руководство по применению. URL: http://bio.sfukras.ru/files/1607_ISO_14001_.pdf. (дата звернення 21.06.2020).
34. ДСТУ ISO / CD 26000: 2009 – Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги URL: <http://www.klubok.net/Downloads-indexreqviewdownloaddetails-lid-347.htm>. (дата звернення 21.06.2020).
35. Гарбенчуте Л. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні. URL: www.eizvestia.com/sp_business_finance/full/korporativnaya-socialnayaotchetnost-v-ukraine. (дата звернення 21.06.2020).
36. Шигун М. М. Корпоративна соціальна відповідальність як перспектива інформування про людський капітал вітчизняних компаній URL: www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vznu/eco/2011_1/173-178.pdf. (дата звернення 21.06.2020).
37. Король С. Соціально відповідальне підприємство: поняття, ідентифікація, рівні. *Економіка України*. 2019. № 6. С. 69-83.
38. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління *Україна: аспекти праці*. 2020. № 1. С. 21-25.
39. Безчотнікова С. В. Корпоративна соціальна відповідальність: діалог бізнес-група *Поліграфія і видавнича справа*. 2019. № 4. С. 51-59.
40. Буян О. А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201962/159-165.pdf>. (дата звернення 21.06.2020).
41. Виттенберг Е. Я. Соціальна відповідальність бізнесу на постсоветском

пространстве. Минск: РЕЕУ, 2019. 477 с.

42. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності *Вісник економіки транспорту і промисловості*. №30, 2018. С. 127-133.

43. Глобальний договір ООН URL: https://www.mlsp.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=88867&cat_id=34940. (дата звернення 21.06.2020)

44. Еончар О. І. Репутаційний менеджмент підприємств в часи економічної кризи. *Вісник Херсонського національного технічного університету*, 2019. № 20 (9), Т.1. С. 35 - 39.

45. Еончар О. І. Корпоративна соціальна відповідальність - сучасний вектор розвитку підприємницького потенціалу *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2018 № 6, Т. 3 (253). С.74-80.

46. Думова Л. В. Анализ и разработка методики оценки эффективности систем корпоративной социальной ответственности URL: <https://www.science-education.m/m/article/view?id=13931>. (дата звернення 21.06.2020)

47. Жойдик А. П. Развитие методов оценки корпоративной социальной ответственности компаний URL: <https://search.rsl.ru/m/record/01006649852>. (дата звернення 21.06.2020)

48. Ткаченко Л.Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості *Соціальна перспектива і регіональний розвиток: зб. наук.пр.* Запоріжжя: ЗНУ, 2017. С. 64-70.

49. Соціально відповідальний бізнес в Україні. URL: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf. (дата звернення 21.06.2020)

50. Розвиток корпоративної та соціальної відповідальності URL: [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/cases_praktice2020 .pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/cases_praktice2020.pdf). (дата звернення 21.06.2020)

51. Практика реалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні. URL: <http://www.csr.ua/> (дата звернення 21.06.2020).

52. Рейтинг КСО українських компаній от журналу «Гвардія» URL:
www.pr.meta.ua/read/17477. (дата звернення 21.06.2020).
53. Офіційний сайт ПАТ «Київмедпрепарат» URL:
<http://www.kievmedpreparat.com/> (дата звернення 21.06.2020).
54. Соціальний звіт ПАТ «Київмедпрепарат» URL:
<http://www.kievmedpreparat.com/approach> (дата звернення 21.06.2020).

ДЕКЛАРАЦІЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ
ЗДОБУВАЧА СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗНУ

Я Рокитянська Юлія Петрівна, студент(ка) 2 курсу, заочної форми здобуття освіти, менеджменту факультету, спеціальності 073 Менеджмент, освітньої програми Бізнес-адміністрування адреса електронної пошти _____,

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему: «Формування систем корпоративного управління ПАТ «Київмедпрепарат» на засадах соціальної відповідальності»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Рокитянська Ю. П.

Олійник О.М.