



## Впровадження концепції соціальної відповідальності в діяльність фармацевтичних організацій

Н. О. Ткаченко

Запорізький державний медичний університет, Україна

Оскільки соціальна відповідальність бізнесу є добровільним внеском підприємців у розвиток суспільства, то етичні питання, особисті мотиви й інші складові формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів фармації потребують детального вивчення з урахуванням рівнів її формування: особистий – колективний – суспільний.

**Мета роботи** – визначення рівня розуміння сутності поняття «соціальна відповідальність» фахівцями фармації, їхньої думки щодо наявних перешкод для розвитку соціальної відповідальності фармацевтичними організаціями в Україні та мотивів впровадження практик соціальної відповідальності у фармацевтичну діяльність.

**Матеріали та методи.** Проаналізували результати соціологічного опитування фармацевтичних фахівців декількох областей України. Протягом роботи використали методи інформаційного пошуку, систематизації, порівняння, анкетування та узагальнення. Під час дослідження респондентам запропонували анкету з комбінованими запитаннями щодо розуміння представниками практичної фармації поняття «соціальна відповідальність фармацевтичної організації», перешкод для розвитку практик соціальної відповідальності та мотивів впровадження соціальної відповідальності у фармацевтичну діяльність.

**Висновки.** Більшість фармацевтичних фахівців знайома з поняттям «соціальна відповідальність», але повнота його визначення різниться. Сучасні фахівці практичної фармації не мають сформованої однотайної думки щодо прояву фармацевтичною організацією соціальної відповідальності. Виявлена розбіжність у вихідних дефініціях поняття зумовлює необхідність у роз'ясненні та поширенні інформації щодо концептуальних основ соціальної відповідальності з акцентуванням на галузеві особливості її прояву. Необхідно розробити єдиний підхід (освітні стандарти) у викладанні окремих тем організаційно-управлінських дисциплін на до- і післядипломному рівнях.

Основними перешкодами в розвитку соціально відповідальної поведінки фармацевтичних організацій фармацевтичні фахівці вбачають у неефективній підтримці держави та відсутності системи заохочення до такої поведінки фармацевтичних організацій, у відсутності фінансових можливостей для соціальних вкладень, а також у відсутності відповідної законодавчої бази з питань соціальної відповідальності. Більшість респондентів вважають «усвідомлення та прийняття зобов'язань перед суспільством» важливим стимулом для широкого впровадження практик соціальної відповідальності фармацевтичними організаціями.

Результати, що одержали, свідчать про низький рівень особистої (персональної) відповідальності фахівців, несформовану соціальну компетенцію сучасних спеціалістів фармації та бажання перекласти відповідальність на інших (переважання зовнішнього локус-контролю).

### Внедрение концепции социальной ответственности в деятельность фармацевтических организаций

Н. А. Ткаченко

Учитывая, что социальная ответственность бизнеса – добровольный вклад предпринимателей в развитие общества, детального изучения требуют этические вопросы, личные мотивы и другие составляющие формирования социально ответственного поведения субъектов фармации с учетом уровней его формирования: личный – коллективный – общественный.

**Цель работы** – определение уровня понимания сути понятия «социальная ответственность» специалистами фармации, их мнения относительно существующих препятствий для развития социальной ответственности фармацевтическими организациями в Украине и мотивов внедрения практик социальной ответственности в фармацевтическую деятельность.

**Материалы и методы.** Проанализировали результаты социологического опроса специалистов фармации нескольких областей Украины. В ходе работы использованы методы информационного поиска, систематизации, сравнения, анкетирования и обобщения. В ходе исследования респондентам предложена анкета с комбинированными вопросами относительно понимания представителями практической фармации понятия «социальная ответственность фармацевтической организации», препятствий для развития практик социальной ответственности фармацевтическими организациями и мотивов внедрения социальной ответственности в фармацевтическую деятельность.

#### ВІДОМОСТІ ПРО СТАТТЮ



<http://pharmed.zsmu.edu.ua/article/view/133498>

УДК: 005.35:615.1  
DOI: 10.14739/2409-2932.2018.2.133498

Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики. – 2018. – Т. 11, № 2(27). – С. 238–244

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, фармацевтична організація, фармацевтична діяльність.

**E-mail:** tkachenkonat2@gmail.com

Надійшла до редакції: 16.05.2018 // Після доопрацювання: 21.05.2018 // Прийнято до друку: 22.05.2018

**Выводы.** Большинство специалистов практической фармации знакомо с понятием «социальная ответственность», но полнота его определения разнится. Современные специалисты не имеют единого мнения относительно проявления фармацевтической организацией социальной ответственности. Обнаруженная существенная разобщенность в исходных дефинициях понятия обуславливает необходимость в разъяснении и распространении информации о концептуальных основах социальной ответственности с акцентом на отраслевые особенности ее проявления. Необходимо разработать единый подход (образовательные стандарты) в преподавании отдельных тем организационно-управленческих дисциплин на до- и последипломном уровнях.

Основными препятствиями в развитии социально ответственного поведения фармацевтических организаций специалисты фармации видят в неэффективной поддержке государства и отсутствии системы поощрения такого поведения фармацевтических организаций, в отсутствии финансовых возможностей для социальных вложений, а также в отсутствии соответствующей законодательной базы по вопросам социальной ответственности. Большинство респондентов считают «осознание и принятие обязательств перед обществом» важным стимулом для широкого внедрения практик социальной ответственности фармацевтическими организациями.

Полученные результаты свидетельствуют о низком уровне личной (персональной) ответственности специалистов, несформированной социальной компетенции современных специалистов фармации и желании переложить ответственность на других (преобладание внешнего локуса-контроля).

**Ключевые слова:** социальная ответственность, фармацевтическая организация, фармацевтическая деятельность.

**Актуальные вопросы фармацевтической и медицинской науки и практики. – 2018. – Т. 11, № 2(27). – С. 238–244**

### Introduction of the concept of social responsibility in the activity of pharmaceutical organizations

N. O. Tkachenko

In respect that the social responsibility of business is employers' voluntary contribution to the development of society, detailed study requires ethical issues, personal motives and other components of the formation of socially responsible behavior of the pharmacy's subjects, taking into account the levels of its formation: personal – collective – public.

**The aim** of the study is to determine the level of understanding of the essence of the concept of “social responsibility” by pharmacy specialists, their views on existing obstacles to the development of social responsibility by pharmaceutical organizations in Ukraine and the motives for introducing social responsibility practices in pharmaceutical activities.

**Materials and methods.** The materials of the study were the results of a sociological survey of pharmacy specialists from several regions of Ukraine. In the course of the work, methods of information retrieval, systematization, comparison, questioning and generalization were used.

In the course of the study, the respondents were asked a questionnaire with combined questions regarding the understanding by representatives of practical pharmacy of the concept of “social responsibility of a pharmaceutical organization”, obstacles to the development of social responsibility practices by pharmaceutical organizations and the motives for introducing social responsibility in pharmaceutical activities.

**Conclusions.** Most experts in practical pharmacy are familiar with the concept of “social responsibility”, but the completeness of its definition is different. Modern specialists do not have a common opinion regarding the manifestation of social responsibility by the pharmaceutical organization. A significant disunity in the initial definitions of the concept is found to necessitate the clarification and dissemination of information on the conceptual foundations of social responsibility with an emphasis on the branch features of its manifestation. It is necessary to develop a unified approach (educational standards) in teaching certain topics of organizational and managerial disciplines at the pre- and post-graduate level.

The main obstacles in the development of socially responsible behavior of pharmaceutical organizations are seen by pharmacy specialists in the ineffective support of the state and the absence of a system to encourage such behavior of the pharmaceutical organization, lack of financial opportunities for social investments, and lack of an appropriate legislative framework for social responsibility. An important incentive for widespread implementation of social responsibility practices by pharmaceutical organizations, most respondents consider “awareness and commitment to society”.

The obtained results testify low level of personal responsibility of specialists, the unformed social competence of modern pharmacists and the desire to shift responsibility to others (the predominance of the external locus of control).

**Key words:** social responsibility, pharmaceutical societies, pharmacies, pharmaceutical activity.

**Current issues in pharmacy and medicine: science and practice 2018; 11 (2), 238–244**

Про соціальну відповідальність (СВ) в Україні заговорили на початку 2000 років, коли проблема ефективного управління діяльністю фармацевтичних підприємств (ФП), в тому числі соціальною складовою, набула важливого значення. Сьогоднішній етап розвитку соціальної політики ФП України, що орієнтована на потреби суспільства, характеризується відставанням практичної реалізації належної СВ від підвищеного інтересу фармацевтичних науковців до різних її складових.

Певним аспектам СВ підприємництва приділяли увагу як закордонні (П. Друкер, Р. Фрімен, М. Мескон, А. Керолл), так і вітчизняні науковці (О. Ф. Новікова, А. М. Колот, Ю. С. Братішко, А. А. Котвіцька, Є. Г. Книш, О. В. Посилкіна, В. М. Толочко, Л. М. Унгурян). У роботах фармацевтичного спрямування проаналізовано регуляторну базу управління СВ ФП [1], досліджено сучасний стан СВ найбільших аптечних мереж м. Харкова [2], запропоновано галузеву методикою оцінювання

системи СВ фармацевтичного бізнесу [3], проаналізовано законодавчо-нормативне регулювання системи соціального захисту працівників аптечних закладів [4].

Незважаючи на наявність масиву наукових праць, впровадження концепції СВ залишається дослідженим фрагментарно, що підтверджується численними випадками порушень вимог чинного законодавства, безвідповідальністю суб'єктів фармацевтичного бізнесу та наявністю різних підходів до розкриття сутності СВ [5,6].

Аналіз наукових джерел показав: розуміння СВ науковцями (на перетині теоретико-методологічних, методичних і практичних аспектів у межах різних суспільних наук) суттєво різняться, відбувається плутанина та змішування понять. Оскільки СВ підприємництва є добровільним внеском підприємців у розвиток суспільства [7], то етичні питання, особисті мотиви й інші складові формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів фармації потребують детального вивчення з урахуванням рівнів її формування: особистий – колективний – суспільний.

Попередньо здійснили опитування фахівців фармації (ФФ) за спеціальністю «Загальна фармація» та «Організація та управління фармацією» Запорізької та Київської областей щодо процесу впровадження СВ у практичну фармацію [8].

### Мета роботи

Визначення рівня розуміння сутності поняття «СВ» фахівцями фармації, їхньої думки щодо наявних перешкод для розвитку СВ ФО в Україні та мотивів впровадження практик СВ у фармацевтичну діяльність.

### Матеріали і методи дослідження

Матеріалами дослідження були результати соціологічного опитування ФФ декількох областей України: Дніпропетровської, Запорізької, Кіровоградської, Київської, Миколаївської, Одеської, Херсонської, Черкаської. Протягом роботи використали методи інформаційного пошуку, систематизації, порівняння, анкетування та узагальнення.

У процесі опитування взяли участь 175 ФФ, які працюють у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку і мають вищу фармацевтичну освіту, та 107 студентів фармацевтичного факультету ЗДМУ, котрі навчаються за заочною (дистанційною) формою, тобто отримують вищу освіту (ВО), працюючи в аптеці. Серед 175 анкетованих ФФ представники управлінської ланки (директор, завідувач аптеки, заступник завідувача) – 48 %, провізори – 52 %.

Поділ за віком (282 опитаних): особи до 25 років – 32,3 %, 26–35 років – 31,2 %, 36–45 років – 17,7 %, 46–55 – 12,8 %, понад 55 років – 6 %.

### Результати

За результатами анкетування, абсолютна більшість опитаних (83 %) відзначили, що термін «СВ» їм знайомий,

**Таблиця 1.** Аналіз результатів анкетування щодо СВП ФО за підгрупами респондентів

Спрямова-ність	Складова СВП ФО	ФФ з ВО, %	Студенти, %
зовнішня	виробництво (продаж) якісної продукції або надання якісних послуг	76,0	61,7
	захист довкілля	28,0	30,1
	повна сплата податків	32,0	30,1
	благодійність і спонсорство	20,0	23,4
	створення нових робочих місць	32,5	32,7
	виконання в повному обсязі ділових (партнерських) зобов'язань	22,3	17,1
	розвиток місцевих спільнот і громад, взаємодія з ними	12,0	17,1
	участь у загальнодержавних соціальних програмах	47,4	39,3
	надання додаткових пільг для «соціальних категорій» населення	46,3	40,2
	взаємодія з місцевою владою	16,6	15,9
зовнішньо-внутрішня	дотримання вимог чинного законодавства, що регулює діяльність ФО	62,3	51,4
	впровадження інноваційних технологій у виробничий процес	26,3	20,6
	співпраця з професійними навчальними закладами	30,3	24,3
	підтримка молодого спеціаліста; бажання співпрацювати з молодими фахівцями	45,7	57,0
	регулярні соціальні інвестиції	26,9	21,5
внутрішня	виплата обґрунтованої заробітної плати	39,4	32,7
	виплата офіційної заробітної плати	45,7	41,1
	соціальне страхування	54,9	0,0
	додаткове медичне страхування співробітників	45,7	48,6
	дотримання норм техніки безпеки	44,0	36,4
	дотримання норм тривалості відпустки	40,6	28
	надання матеріальної та моральної допомоги співробітникам	33,1	34,6
	виплата лікарняного та витрат на відрядження	49,7	48,6
	дотримання норм робочого часу та відсутність понаднормової праці	49,1	35,5
	розвиток людських ресурсів через навчання та підвищення кваліфікації	40,0	25,2
	підвищення умов кар'єрного зростання та самореалізації співробітників	41,1	37,4
	залучення співробітників до управління фармацевтичною організацією (стимулювання ініціативності співробітників)	35,4	23,4

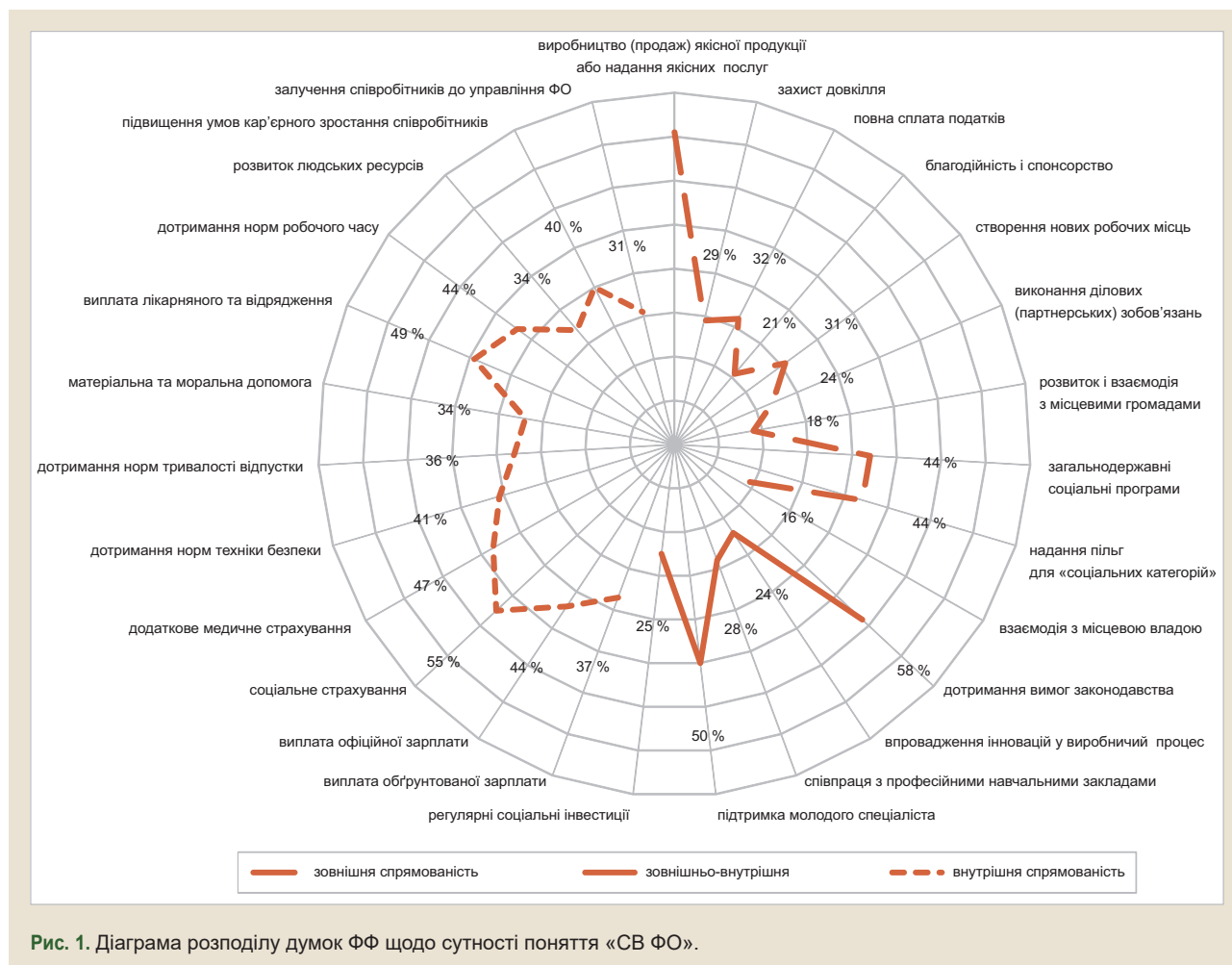


Рис. 1. Діаграма розподілу думок ФФ щодо сутності поняття «СВ ФО».

12 % респондентів мали труднощі під час відповіді, 5 % опитаних із таким поняттям не знайомі.

Для уточнення, що саме ФФ вкладають у поняття «СВ» та повноту його змісту, запропонували 27 характеристик соціально відповідальної поведінки (СВП) ФО. Перелік складових СВП сформувавали за допомогою контент-аналізу наукової літератури та згрупували у три блоки: зовнішнього спрямування, внутрішнього спрямування, зовнішнього і внутрішнього спрямування. Детальна інформація про кожну складову СВП ФО наведена в таблиці 1 у порівнянні відповідей, що надані ФФ з ВО (1 підгрупа) та студентами (2 підгрупа). Для зручності опрацювання результатів умовно поділили на групи відповіді респондентів. Група А визначалась показниками обиравання респондентами характеристик від 100 % до 80 %; група В – від 79 % до 60 %; група С – від 59 % до 40 %; група D – від 39 % до 20 %, група E – менше ніж 20 %.

Аналіз відповідей показав, що до групи А не належить жодна зі складових СВ, тобто більшість опитаних нині не мають сформованої одноставної думки щодо прояву ФО СВ.

У групу В респонденти 1 підгрупи включили 2 характеристики. Тобто для більшості ФФ (76,0 %) СВП ФО проявляється у виробництві (продажу) якісної продукції

та наданні якісних послуг, а також дотриманні вимог чинного законодавства, що регулює діяльність ФО. У 2 підгрупі – це тільки 1 характеристика, тобто для 61,7 % студентів СВП ФО проявляється тільки як виробництво (продаж) якісної продукції і надання якісних послуг.

Для групи С також характерна розбіжність у відповідях між двома підгрупами респондентів. Так, за результатами анкет ФФ із ВО виявили 12 варіантів відповідей. Це свідчить, що лише половина опитаних розуміють СВ як виробництво (продаж) якісної продукції або надання якісних послуг; повне виконання вимог чинного законодавства, яке регулює діяльність фармацевтичних організацій; участь у загальнодержавних соціальних програмах; надання додаткових пільг для «соціальних категорій» населення; бажання співпрацювати і підтримка молодого спеціаліста; виплата офіційної заробітної плати; соціальне та медичне страхування співробітників; дотримання норм техніки безпеки; виплата лікарняного та витрат на відрядження; дотримання норм робочого часу і відпустки; відсутність понаднормової праці; розвиток людських ресурсів і залучення співробітників до управління ФО.

Відповіді респондентів 2 підгрупи (студентів) дали змогу сформуванню в групі С лише 6 характеристик: виробництво (продаж) якісної продукції або надання якісних

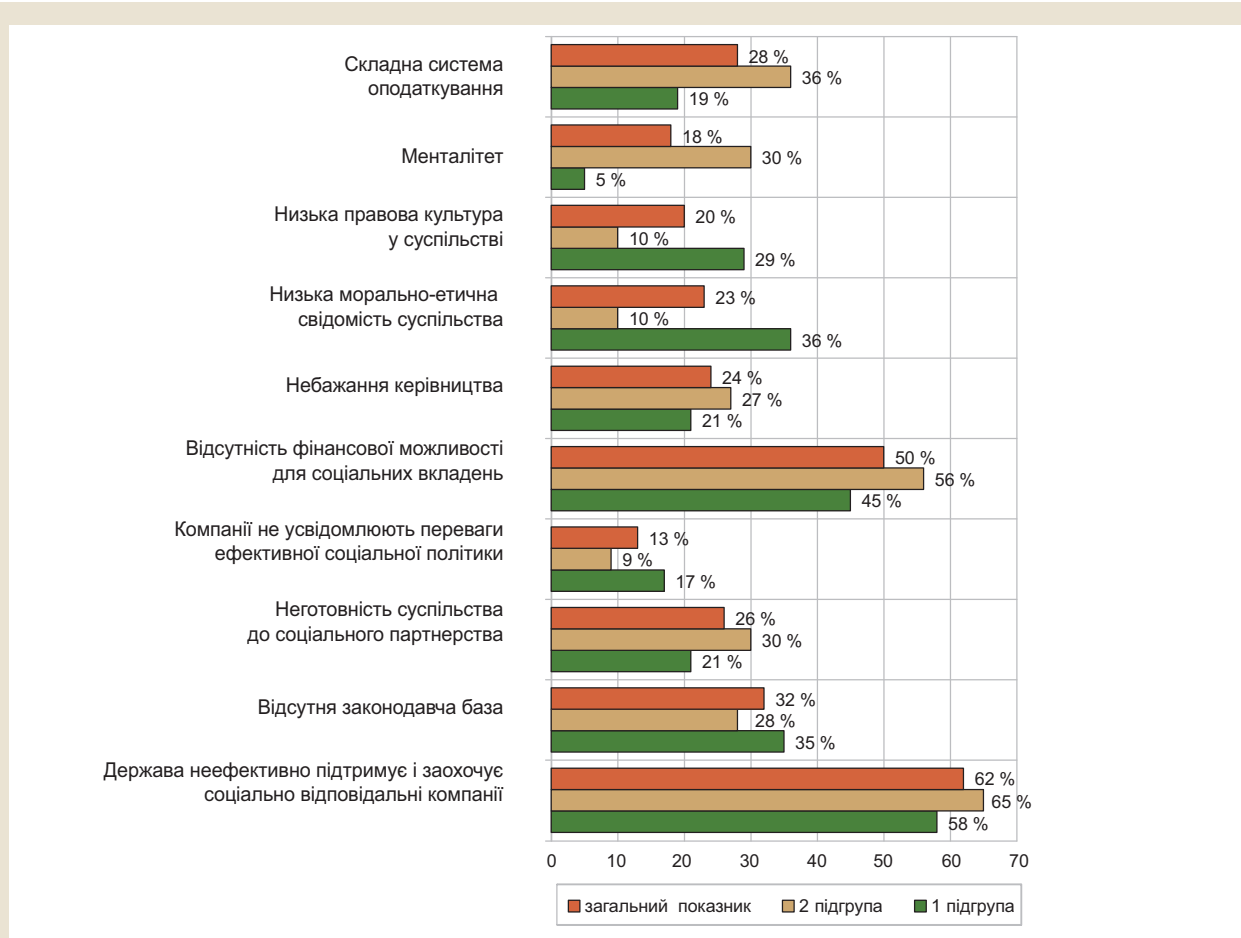


Рис. 2. Діаграма розподілу думок респондентів щодо перешкод для розвитку СВ ФО.

послуг; повне виконання вимог чинного законодавства, яке регулює діяльність фармацевтичних організацій; надання додаткових пільг для «соціальних категорій» населення; бажання співпрацювати та підтримка молодого спеціаліста; виплата офіційної заробітної платні; додаткове медичне страхування та виплата лікарняного, витрат на відрядження.

Група D визначена варіантами відповідей ФФ, які розуміють СВ повніше, і становить 30 % в обох підгрупах. Але кількість характеристик різниться в підгрупах. Для 1 підгрупи цей показник становить 11 характеристик (зовнішнього спрямування), а для 2 підгрупи – 16 характеристик як зовнішнього, так і внутрішнього спрямування.

До групи E належать варіанти відповідей із показником нижче ніж 20 %. Такі складові, як взаємодія та розвиток місцевих спільнот, громад і взаємодія з місцевою владою включили в поняття СВ поведінки тільки 12,0 % і 16,0 % респондентів 1 підгрупи та 17,0 % і 15,9 % респондентів 2 підгрупи відповідно. Крім того, 17 % студентів назвали ще одну характеристику – «виконання в повному обсязі ділових (партнерських) зобов'язань». Жоден студент не позначив «соціальне страхування».

Загальна картина щодо сучасного стану розуміння

представниками практичної фармації поняття «СВ ФО» наведена на рис. 1.

У відповідях на запитання: «У чому Ви вбачаєте основні перешкоди для розвитку соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу?» також отримали розбіжність думок респондентів двох підгруп (рис. 2).

Однак більшість опитаних в обох підгрупах головними перешкодами вважають «неефективну підтримку державою СВ ФО, відсутність системи заохочення до СВП інших компаній» (58 % і 65 % відповідно) та «відсутність фінансових можливостей для соціальних внесків» (45 % і 56 %), що пояснюється сучасним економічним спадом у країні.

Враховуючи, що сучасні ФФ повинні вміти визначати заходи, що можуть забезпечити досягнення цілей або поліпшити результати діяльності, запропонували запитання: «Які заходи необхідно вжити для розширення практики СВ поведінки підприємців?» Результати анкетування наведені на рис. 3.

Майже однакова кількість респондентів основними заходами вважає інформування населення про соціальні проекти і програми ФО (72 % опитаних) та посилення державного контролю за діяльністю ФО (62 % респондентів).





Рис. 3. Діаграма розподілу думок респондентів щодо заходів для розвитку СВ ФО.

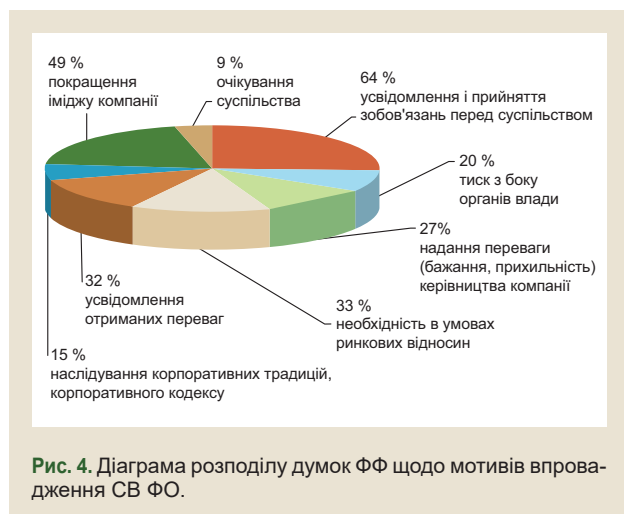


Рис. 4. Діаграма розподілу думок ФФ щодо мотивів впровадження СВ ФО.

Для з'ясування, що може спонукати підприємців до реалізації СВ у галузі фармації респондентам запропонували 8 варіантів основних мотивів і надали можливість сформулювати інші відповіді на власний розсуд (рис. 4).

Мотив «усвідомлення та прийняття зобов'язання перед суспільством» 64 % респондентів вважають одним з основних аспектів, які стимулюють. Мотив «очікування суспільства» вважають дієвим стимулом тільки 9 % опитаних. Під час з'ясування названих мотивів негативним фактом стало те, що доволі невелика кількість респондентів (15 %) відзначили такий важливий аспект для організації, як «спадкування корпоративних традицій».

## Висновки

1. Більшість ФФ знайома з поняттям СВ, але повнота його визначення різниться. Сучасні фахівці практичної фармації не мають сформованої однотайної думки щодо прояву ФО СВ. Виявлена істотна розбіжність у вихідних дефініціях поняття СВ зумовлює необхідність у роз'ясненні та поширенні інформації щодо концептуальних основ СВ з акцентуванням на галузеві особливості її прояву. Необхідно розробити єдиний підхід (освітні стандарти) у викладанні окремих тем організаційно-управлінських дисциплін на до- і післядипломному рівні.

2. Основними перешкодами в розвитку СВ ФО фахівці фармації вбачають у неефективній підтримці держави та відсутності системи заохочення до СВП ФО, у відсутності фінансових можливостей для соціальних внесків, а також у відсутності відповідної законодавчої бази з питань СВ. Важливим стимулом для широкого впровадження практик СВ ФО більшість респондентів вважають «усвідомлення та прийняття зобов'язання перед суспільством».

Результати свідчать про низький рівень особистої (персональної) СВ ФФ, несформовану соціальну компетенцію сучасних ФФ і бажання перекласти відповідальність на інших (переважання зовнішнього локус-контролю).

**Перспективи подальших досліджень.** Планується розглянути систему формування соціальної компетенції ФФ як обов'язкової складової професійних компетенцій протягом професійного життєвого циклу з опрацюванням пропозицій щодо оптимізації зазначеного процесу.

**Конфлікт інтересів:** відсутній.

**Conflicts of Interest:** author has no conflict of interest to declare.

#### Відомості про автора:

Ткаченко Н. О., канд. фарм. наук, доцент каф. управління і економіки фармацевції, медичного та фармацевтичного правознавства, Запорізький державний медичний університет, Україна.

Номер ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8566-5938>

#### Сведения об авторе:

Ткаченко Н. А., канд. фарм. наук, доцент каф. управления и экономики фармации, медицинского и фармацевтического правоведения, Запорожский государственный медицинский университет, Украина.

#### Information about author:

Tkachenko N. O., PhD, Associate Professor of the Department of Management and Pharmacy Economics, Medical and Pharmaceutical Commodity Research, Zaporizhzhia State Medical University, Ukraine.

#### Список літератури

- [1] Посилкіна О.В. Аналіз регуляторної бази управління соціальною відповідальністю фармацевтичних підприємств / О.В. Посилкіна, Ю.С. Братішко // Управління, економіка та забезпечення якості в фармацевції. – 2018. – №1(53). – С. 28–34.
- [2] Черкашина А.В. Дослідження сучасного стану соціальної відповідальності найбільших аптечних мереж міста Харкова / А.В. Черкашина, А.А. Котвіцька // Управління, економіка та забезпечення якості в фармацевції. – 2014. – №2(34). – С. 36–41.
- [3] Братішко Ю.С. Використання методів економіко-математичного моделювання для оцінки системи соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств / Ю.С. Братішко // Молодий вчений. – 2015. – №4(19). – С. 140–143.
- [4] Аналіз законодавчо-нормативного регулювання системи соціального захисту працівників аптечних закладів України / В.М. Толочко, Т.Ф. Музика, М.В. Зарічкова, О.М. Должнікова // Соціальна фармацевція в охороні здоров'я. – 2015. – Т. 1. – №1. – С. 12–17.
- [5] Звіт про підсумки діяльності державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками у 2017 році // Аптека. – 2018. – №7(1128) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/446640>.
- [6] Братішко Ю.С. Зовнішня соціальна відповідальність фармацевтичних компаній / Ю.С. Братішко // Молодий вчений. – 2016. – №4(31). – С. 276–280.

- [7] Руководство по социальной ответственности. Международный стандарт ISO 26000:2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>.
- [8] Ткаченко Н.О. Соціальна відповідальність: погляд практичної фармацевції / Н.О. Ткаченко // ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference / editors prof. L.N. Katjuhin, I.A. Salov, I.S. Danilova, N.S. Burina. – Karlovy Vary ; Kyiv, 2018. – С. 302–306.

#### References

- [1] Posylkina, O. V., & Bratishko, Yu. S. (2018). Analiz rehulyatornoi bazy upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu farmatsevtichnykh pidpryemstv [Regulatory base analysis of managing the pharmaceutical companies social responsibility]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii*, 1(53), 28–34. [in Ukrainian]. doi: <https://doi.org/10.24959/uekj.18.8>
- [2] Cherkashyna, A. V., & Kotvitska, A. A. (2014). Doslidzhennia suchasnoho stanu sotsialnoi vidpovidalnosti naibilshykh aptechnykh merezh mista Kharkova [Research of the current state of social responsibility of large pharmacies networks of Kharkiv city]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii*, 2, 36–42. [in Ukrainian].
- [3] Bratishko, Yu. S. (2015). Vykorystannia metodiv ekonomiko-matematichnoho modeliuвання dlia otsinky systemy sotsialnoi vidpovidalnosti farmatsevtichnykh pidpryemstv [Application of methods of economic-mathematical modelling for the assessment of system of social responsibility of pharmaceutical enterprises]. *Molodyi vchenyi*, 4, 140–143. [in Ukrainian].
- [4] Tolochko, V. M., Muzika, T. F., Zarichkova, M. V., & Dolgnikova, O. M. (2015). Analiz zakonodavcho-normatyvnoho rehulyuvannia systemy sotsialnoho zakhystu pratsivnykiv aptechnykh zakladiv Ukrainy [Analysis of legislative and normative regulation of the social protection system of pharmacy employees in Ukraine]. *Sotsialna farmatsiia v okhoroni zdorovia*, 1(1), 12–17. [in Ukrainian].
- [5] (2018). Zvit pro pidsumky diyalnosti derzhavnoi sluzhby Ukrainy z likarskykh zasobiv ta kontroliu za narkotyky u 2017 rotsi [Report on the results of the activities of the Ukrainian civil service for drugs and drug control in 2017]. *Apteka*, 7(1128). Retrieved from <https://www.apteka.ua/article/446640>.
- [6] Bratishko, Yu. S. (2016). Zovnishnia sotsialna vidpovidalnist farmatsevtichnykh kompanii [External social responsibility of pharmaceutical companies]. *Molodyi vchenyi*, 4, 276–280. [in Ukrainian].
- [7] (2010). *Rukovodstvo po social'noj otvetstvennosti. Mezhdunarodnyj standart ISO 26000:2010* [Guidance on social responsibility. International standard. ISO 26000:2010]. Retrieved from <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>.
- [8] Tkachenko, N. O. (2018) Sotsialna vidpovidalnist: pohliad praktychnoi farmatsii [Social responsibility: the view of practical pharmacy]. *ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference* / L.N. Katjuhin, I. A. Salov, I. S. Danilova, N. S. Burina (Eds.), (P. 302–306). Karlovy Vary; Kyiv. [in Ukrainian].