

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АПТЕЧНОГО БИЗНЕСА

Н.Н. Карева, В.Д. Швецова

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»

Для цитирования: Карева Н.Н., Швецова В.Д. Теоретические основы и предпосылки развития социальной ответственности аптечного бизнеса // Аспирантский вестник Поволжья. – 2018. – № 5–6. – С. 32–37. doi: 10.17816/2072-2354.2018.18.3.32-37

Поступила в редакцию: 07.06.2018

Принята к печати: 29.08.2018

▪ Тема социальной ответственности становится все более востребованной как для государства, так и для общества. Все большее число компаний вовлекается в сферу социального диалога, в вопросы взаимодействия бизнеса и общества, пытаются создать имидж и репутацию социально ответственной организации и оправдать общественные ожидания в отношении своей продукции или услуг. В данной работе представлен анализ социальной ответственности крупных аптечных сетей Санкт-Петербурга. Полученная в ходе анализа информация позволяет сделать вывод о том, что появились предпосылки для разработки и научного обоснования методологии социальной ответственности аптечного бизнеса.

▪ **Ключевые слова:** социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, внешняя и внутренняя направленности социальной ответственности.

THEORETICAL BASICS AND THE BACKGROUND OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN PHARMACEUTICAL BUSINESS

N.N. Kareva, V.D. Shvetsova

Saint Petersburg State Chemical Pharmaceutical University

For citation: Kareva NN, Shvetsova VD. Theoretical basics and the background of the development of social responsibility in pharmaceutical business. *Aspirantskiy Vestnik Povolzh'ya*. 2018;(5-6):32-37. doi: 10.17816/2072-2354.2018.18.3.32-37

Received: 07.06.2018

Accepted: 29.08.2018

▪ The problem of social responsibility is becoming more and more important both for the state and the society. More and more companies are involved in social dialogue, in cooperation between business and society trying to create the image and reputation of a socially responsible company and to meet public expectations for their products or service. This study presents the analysis of social responsibility in large pharmacy chains of St. Petersburg. The obtained data allow to conclude that the conditions for development and scientific foundation of the methodology of social responsibility in the pharmacy business have appeared.

▪ **Keywords:** social responsibility; social responsibility of business; corporate social responsibility; internal and external direction of social responsibility.

Целью исследования является изучение теоретических основ социальной ответственности бизнеса, в том числе в аптечной сфере.

История становления социально ответственного поведения производителей товаров и услуг в России насчитывает несколько веков. Значительную роль в развитии социальной ответственности бизнеса сыграл Петр I, который заложил основы российской промышленности и ответственности класса предпринимателей перед государством и обществом. Необходимо отметить, что, не-

смотря на жесткие, а часто и жестокие меры, Петру далеко не всегда удавалось добиться от бизнеса социально ответственного поведения. «Зарождающийся бизнес нередко выпускал некачественную продукцию, нерационально использовал природные ресурсы, занимался подкупом чиновников, воровал государственные деньги, стремился уйти от налогов, то есть демонстрировал социальную безответственность» [15: с. 64]. Важно также отметить, что социально-ответственное поведение в ряде вопросов демонстрировал лишь передовой российский бизнес, составлявший

явное меньшинство в предпринимательской среде. При этом необходимо констатировать, что реформы Петра I создали основы для становления социальноответственного бизнеса в России.

Основные концепции социальной ответственности бизнеса получили развитие в начале XX в. В числе первых сторонников социальной ответственности бизнеса был знаменитый Э. Карнеги, который разъяснил сущность понятия «социальная ответственность» в 1899 г. в своей книге «Евангелие богатства». Он сформулировал два основных положения, на которых основывается понятие социальной ответственности: первое — принцип благотворительности, второе — принцип служения.

В 1936 г. американский предприниматель Роберт Э. Вуд отстаивал подход к решению социальных проблем не столько со стороны государства, сколько со стороны предпринимателей. Прежде всего, Р. Вуд, учитывая сильное влияние общества на организацию, функционирующую в обществе, считал, что организация должна учитывать выгоды для общества и вносить вклад в развитие общества, тем самым выполняя свои социальные обязательства. Он считал, что бизнесмены несут социальную ответственность как перед собственными работниками, так и перед обществом [14]. Однако в 30-е гг. XX в. его концепция не получила поддержки, так как в годы «великой депрессии», главной задачей организации было выжить. В этот период население было готово удовлетвориться и тем, что бизнес предоставляет рабочие места.

Позднее, начиная с 50-х гг., интерес к концепции социальной ответственности и социальной роли бизнеса стал усиливаться.

В 1971 г. была сформулирована теория корпоративного эгоизма, автором которой является М. Фридман. Эта теория выделяет одну ответственность бизнеса — «использовать свои ресурсы и осуществлять действия, направленные на увеличение прибыли и участвовать в открытой предпринимательской конкуренции, не прибегая к мошенничеству и обману» [14]. Тем самым М. Фридман фактически называет социальной ответственностью бизнеса только мотив прибыли и его успешности.

Следующую теорию выдвинул Комитет по экономическому развитию США в противовес теории М. Фридмана — теорию корпоративного альтруизма. Основная идея этой теории предполагает, что бизнес должен максимально участвовать в решении общественных проблем, повышении качества жизни обще-

ства и его граждан, заботиться об окружающей среде, а не только о получении прибыли. Комитет буквально призывал корпорации вкладываться в улучшение качества жизни американских граждан [18].

В 1980-х гг. осознание необходимости учета социальных целей и социальных последствий, заботы бизнеса о своем имидже в глазах общества выдвинули на передний план концепцию социально-ответственного и социально-мотивационного управления фирмой — теорию разумного эгоизма, которая получила распространение в большинстве развитых стран Запада и является актуальной по сей день. Согласно этой концепции, социально-ответственный бизнес ограничивает свою текущую прибыль, создавая предпосылки для успешного долгосрочного развития и формирования благоприятной социальной среды для работников и территории своей деятельности [15: с. 74–75].

В конце 90-х гг. прошлого века появляется теория корпоративной социальной ответственности. В «Зеленой книге о корпоративной социальной ответственности» отмечается, каким критериям должна соответствовать социально ответственная компания. Основные из них: «Соблюдать законы и нормы общественной жизни; производить безопасные и надежные товары (услуги); устанавливать справедливые цены на выпускаемую продукцию; заботиться о безопасных условиях труда для своих работников, обеспечивать справедливое вознаграждение за труд, не допускать дискриминацию; отказаться от участия в нечестной конкуренции и необоснованного ограничения конкуренции» [21].

Первый интерес к теории и практике социальной ответственности бизнеса в России появился в конце 90-х гг., и с тех пор эта тема в современной России остается среди модных почти три десятка лет. Изучение трудов российских ученых по данной теме показывает, что значительное число исследований посвящено, в основном, конкретному анализу ряда направлений деятельности социальной ответственности бизнеса (экологической ответственности бизнеса, взаимодействию бизнеса с внешней социальной средой, социально-этической ответственности и др.). Работы, посвященные социальной ответственности бизнеса в России, основанные на данных социологических исследований, практически отсутствуют.

Следует констатировать, что сегодня не существует единого определения социальной ответственности бизнеса. Среди тех российских исследователей, кто признает важность и полезность социально-ответственного по-

ведения бизнеса, существует множество его определений: социальная ответственность бизнеса — это влияние бизнеса на общество; это ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют; социальная ответственность — это корпоративная этика, корпоративная социальная политика в отношении общества, политика в отношении окружающей среды, политика соблюдения прав поставщиков и потребителей, политика в отношении персонала.

Однако все подходы едины в том, что это ответственность компаний перед людьми и организациями, с которыми связана их деятельность, а также ответственность перед обществом в целом.

Понимание социальной ответственности бизнеса заложено в формулировку социальной миссии предпринимательского сообщества, которая содержится в «Социальной хартии российского бизнеса» (2007), согласно которой социальная ответственность наряду с другими факторами обеспечивает выживаемость и сбалансированное, устойчивое развитие бизнеса посредством гармонизации интересов собственников, общества и государства [20]. При таком понимании социальная ответственность становится мощным фактором стратегического развития, укрепления имиджа, деловой репутации и конкурентоспособности организаций.

В 2010 г. издан международный стандарт ИСО 26000: 2010 «Руководство по социальной ответственности» (“Guidance on social responsibility” ISO 26000: 2010), что свидетельствовало о все большем внимании к преимуществам социально ответственного поведению организаций за рубежом.

В Российской Федерации в 2012 г. вводится в действие национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности», который идентичен международному. Согласно национальному стандарту, «осознание преимуществ и оценка результатов деятельности организации в области социальной ответственности, могут влиять, помимо прочего, на:

- ее конкурентные преимущества;
- ее репутацию;
- ее способность привлекать и удерживать трудящихся или членов организации, клиентов, заказчиков или пользователей;
- поддержание морального состояния, вовлеченности и производительности работников;
- взгляды инвесторов, владельцев, доноров, спонсоров и финансового сообщества;

– ее взаимоотношения с компаниями, со средствами массовой информации, поставщиками и сообществом, в котором организация функционирует» [19].

Кроме этого, в национальном стандарте приведены ключевые термины и понятия, которые имеют основополагающее значение для понимания социальной ответственности: «социальная ответственность — ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, учитывает ожидания заинтересованных сторон, соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения» [19].

Социальная ответственность имеет внешнюю и внутреннюю направленность. Внешняя направленность — это выпуск качественной продукции, оказание качественных услуг, наличие социально ориентированных тарифов, дисконтных систем, выполнение требований законодательства, создание рабочих мест, своевременная оплата налогов, содействие окружающей среде, спонсорство и благотворительность.

Внутренняя направленность включает развитие человеческих ресурсов через обучающие программы, повышение квалификации работников, построение карьеры, обеспечение адекватных условий труда (обеспечение безопасности труда персонала, стабильной заработной платы), а также наличие социального пакета, профилактического лечения, медицинского страхования и др.

Сегодня социальная ответственность — это многоплановое понятие, которое исследуется в таких научных дисциплинах, как социология, экономика труда, управление, этика бизнеса. Применительно к фармации эта проблема рассматривалась в трудах Н.Н. Каревой [16, 17], где высказывалась гипотеза о необходимости рассмотрения социальной ответственности как объекта управления аптечной организацией, другими словами, идеи социальной ответственности должны быть встроены в стратегию организационного управления.

Одной из целей наших исследований являлось изучение социальной ответственности в сфере аптечного бизнеса Санкт-Петербурга, который в настоящее время представлен аптечными сетями и аптечными организациями (законодательно утверждены только последние).

За последние десять лет структура аптечного рынка Санкт-Петербурга кардинально

Таблица 1 / Table 1

Результаты анализа социальной ответственности аптечных организаций Санкт-Петербурга
The finding of the analysis of corporate social responsibility in Saint Peterburg

№ п/п	Аптечная сеть	Количество аптечных организаций	Наличие аспектов социально ответственной деятельности аптечных организаций
1	Группа компаний «ЭРКАФАРМ»: • аптечная сеть «Озерки» • аптечная сеть «Доктор Столетов» • аптечная сеть «Первая помощь» • аптечная сеть «Радуга»	90 12 86 104	+ + + +
2	Аптечная сеть «Невис»: • аптечная сеть «Невис» • аптечная сеть «ЛенОблФарм»	115 26	+ +
3	Аптечная сеть «Петербургские аптеки»	85	+
4	Аптечная сеть «Мега Фарм»: • аптечная сеть «А-Мега» • аптечная сеть «Да, здоров!»	52 29	+ +
5	Аптечная сеть «Аптеки ГОРЗДРАВ»	78	+
6	Аптечная сеть «Ригла»	29	+
7	Аптечная сеть «Управляющая компания Фиалка»	26	+
8	Аптечная сеть «Родник здоровья»	25	+
	Итого:	747	+ в 8 аптечных сетях

изменилась, стали доминировать крупные аптечные сети, которые насчитывают от нескольких десятков до сотен аптек (сетевые аптеки в Санкт-Петербурге занимают более 80 % розничного ритейла).

Вследствие отсутствия статистической базы о социальной ответственности аптечных организаций нами были использованы вторичные источники информации — сайты аптечных сетей Санкт-Петербурга [1–13] (табл. 1).

Из представленных данных видим, что проанализированные аптечные сети позиционируют себя в плане социальной ответственности по-разному и, следовательно, ставят перед собой разные цели. В ходе систематизации полученной информации выделены следующие аспекты социально ответственной деятельности аптечных сетей Санкт-Петербурга:

- обеспечение низких цен (аптечные сети «Озерки», «Мега Фарм», «Петербургские аптеки», «Ригла»);
- наличие качественных сертифицированных товаров (аптечные сети «Петербургские аптеки», «Доктор Столетов», «Невис»);
- наличие собственных социальных программ:
 - «Поддержка высших учебных заведений», «Профессиональная ориентация молодежи» (аптечные сети «Первая помощь» и «Радуга»),

- «Программа по льготному обеспечению пенсионеров» (аптечная сеть «Невис»);

- участие в выполнении Государственной программы «Доступная среда 2011–2020 гг.» (аптечная сеть «Петербургские аптеки»): выполнены работы по оборудованию входных дверей аптек пандусом, установлена система «Говорящий город» и звуковые информаторы для посетителей с дефектами слуха, установлены тактильные предупредительные указатели для ориентации и помощи слепым и др.;

- участие в благотворительных акциях:
 - аптечная сеть «Фиалка» участвует в реализации программы «Здоровье детям» совместно с благотворительными фондами «Катрен» и «Солнце»;

- аптечная сеть «Ригла» участвует в реализации программы «Дети ждут» и проводит мероприятия «Добрых дел» (сбор средств для оказания помощи детям, оставшимся без попечения взрослых);

- проведение акций, предоставление скидок (все аптечные сети Санкт-Петербурга), накопительная дисконтная система (аптечная сеть «Невис»).

Представленная информация свидетельствует о том, что в настоящее время в Санкт-Петербурге наблюдается активность в позиционировании аптечными организациями

аспектов социальной ответственности своей деятельности. Однако, следует отметить, что:

- 1) информация носит характер добровольных инициатив;
- 2) информация носит фрагментарный характер;
- 3) аптечные организации заявляют о социальной ответственности лишь внешней направленности (средства выделяются на решение социальных проблем региона присутствия, а также на благотворительную деятельность).

Заключение

Изучение теоретических основ социальной ответственности бизнеса, ее ключевых факторов и условий, а также изучение практических добровольных инициатив аптечных организаций, относящихся к социальной ответственности, позволяет сделать вывод о том, что появились предпосылки для формирования методологии социальной ответственности аптечного бизнеса как новой парадигмы, которая позволит аптечным организациям формулировать стратегию социальной ответственности и формировать социальный отчет.

Конфликт интересов отсутствует.

Список литературы

1. aptekanevis.ru [интернет]. Аптечная сеть «Невис» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <https://aptekanevis.ru>. [Aptekanevis.ru [Internet]. Pharmacy chain "Nevis" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <https://aptekanevis.ru>. (In Russ.)]
2. aptekamega.ru [интернет]. Аптечная сеть «А-Мега» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <https://www.aptekamega.ru>. [Aptekamega.ru [Internet]. Pharmacy chain "A-Mega" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <https://www.aptekamega.ru>. (In Russ.)]
3. gorzdrav.org [интернет]. Аптечная сеть «ГОРЗДРАВ» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке <https://gorzdrav.org>. [Gorzdrav.org [Internet]. Pharmacy chain "GORZDRAV" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <https://gorzdrav.org>. (In Russ.)]
4. dazdorov.ru [интернет]. Аптечная сеть «Да, здоров!» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://dazdorov.ru>. [Dazdorov.ru [Internet]. Pharmacy chain "Da, zdorovi!" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://dazdorov.ru>. (In Russ.)]
5. stoletov.ru [интернет]. Аптечная сеть «Доктор Столетов» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://www.stoletov.ru>. [Stoletov.ru [Internet]. Pharmacy chain "Doktor Stoletov" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://www.stoletov.ru>. (In Russ.)]
6. lenoblpharm.ru [интернет]. Аптечная сеть «Лен-ОблФарм» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <https://lenoblpharm.ru> [Lenoblpharm.ru [Internet]. Pharmacy chain "LenObIFarm" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <https://lenoblpharm.ru>. (In Russ.)]
7. 6030000.ru [интернет]. Аптечная сеть «Озерки» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <https://6030000.ru>. [6030000.ru [Internet]. Pharmacy chain "Ozerki" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <https://6030000.ru>. (In Russ.)]
8. aptekapp.ru [интернет]. Аптечная сеть «Первая помощь» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://www.aptekapp.ru>. [Aptekapp.ru [Internet]. Pharmacy chain "Pervaya pomoshch" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://www.aptekapp.ru>. (In Russ.)]
9. papteki.ru [интернет]. Аптечная сеть «Петербургские аптеки» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://papteki.ru>. [Papteki.ru [Internet]. Pharmacy chain "Peterburgskie apteki" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://papteki.ru>. (In Russ.)]
10. apteka-raduga.ru [интернет]. Аптечная сеть «Радуга» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://apteka-raduga.ru>. [Apteka-raduga.ru [Internet]. Pharmacy chain "Raduga" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://apteka-raduga.ru>. (In Russ.)]
11. rigla.ru [интернет]. Аптечная сеть «Ригла» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке <http://www.rigla.ru>. [Rigla.ru [Internet]. Pharmacy chain "Rigla" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://www.rigla.ru>. (In Russ.)]
12. rodnik-apteka.ru [интернет]. Аптечная сеть «Родник здоровья» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://www.rodnik-apteka.ru>. [Rodnik-apteka.ru [Internet]. Pharmacy chain "Rodnik zdorov'ya" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://www.rodnik-apteka.ru>. (In Russ.)]
13. fialkaspb.ru [интернет]. Аптечная сеть «Фиалка» [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <https://fialkaspb.ru>. [Fialkaspb.ru [Internet]. Pharmacy chain "Fialka" [cited 2018 Nov 18]. Available from: <https://fialkaspb.ru>. (In Russ.)]
14. Беляева Ж.С., Чертищева А.Д. Формирование национальных моделей социальной ответственности бизнеса в регионах мира. – Екатеринбург, 2015. [Belyaeva ZS, Chertishcheva AD. Formirovanie natsional'nykh modeley sotsial'noy otvetstvennosti biznesa v regionakh mira. Ekaterinburg; 2015. (In Russ.)]
15. Виттенберг Е.Я. Социальная ответственность бизнеса на постсоветском пространстве. – М.: РГГУ, 2011. [Vittenberg EY. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa na postsovetskom prostranstve. Moscow: RGGU; 2011. (In Russ.)]
16. Карева Н.Н. К вопросу о социальной ответственности фармацевтического бизнеса / I Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Инновации в здоровье нации»; ноябрь 20, 2013; Санкт-Петербург. [Kareva NN. K voprosu o sotsial'noy otvetstvennosti farmatsevticheskogo biznesa. In: Proceedings of the 1st All-Russian

- scientific-practical conference with international participation "Innovatsii v zdorov'e natsii"; 2013 Nov 20; Saint Petersburg. (In Russ.)]
17. Карева Н.Н., Юденков Д.Е. Актуальные вопросы разработки стратегии управления социальной ответственностью в сфере аптечного бизнеса // Труды научно-практической конференции «Фармация из века в век», часть 1. – СПб.: СПХФА, 2008. – С. 75–77, 2008. [Kareva NN, Yudenkov DE. Aktual'nye voprosy razrabotki strategii upravleniya sotsial'noy otvetstvennost'yu v sfere aptechnogo biznesa. In: Trudy nauchno-prakticheskoy konferentsii "Farmatsiya iz veka v vek", part 1. Saint Petersburg: SPKhFA; 2008. P. 75-77. (In Russ.)]
 18. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2004. [Mescon M, Albert M, Khedouri F. Osnovy menedzhmenta. Moscow: Delo; 2004. (In Russ.)]
 19. docs.cntd.ru [интернет]. Национальный стандарт Российской Федерации «Руководство по социальной ответственности» ГОСТ Р ИСО 26000-2012 [доступ от 18.11.2018]. Доступ по ссылке: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>. [Docs.cntd.ru [Internet]. National standard of the Russian Federation "Guidelines for social responsibility" GOST R ISO 26000-2012 [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>. (In Russ.)]
 20. Российский союз промышленников и предпринимателей. Социальная хартия российского бизнеса. Редакция 2007 г. – М., 2008. [Rossiyskiy soyuz promyshlennikov i predprinimateley. Sotsial'naya khartiya rossiyskogo biznesa. Redaktsiya 2007 g. Moscow; 2008. (In Russ.)]
 21. Ec.europa.eu [Internet]. Commission of the European communities. Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility [cited 2018 Nov 18]. Available from: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2001/EN/1-2001-366-EN-1-0.Pdf>.

■ Информация об авторах

Нина Николаевна Карева — доктор фармацевтических наук, профессор, профессор кафедры управления и экономики фармации, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет». E-mail: professor-45@mail.ru.

Валерия Дмитриевна Швецова — заочный аспирант кафедры управления и экономики фармации, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет». E-mail: valeryshvetsova2909@yandex.ru.

■ Information about the authors

Nina N. Kareva — Doctor of Pharmacy, Professor, Professor of Management and Economics of Pharmacy Department, Saint Petersburg State Chemical Pharmaceutical University. E-mail: professor-45@mail.ru.

Valeria D. Shvetsova — Postgraduate student, Management and Economics of Pharmacy Department, Saint Petersburg State Chemical Pharmaceutical University. E-mail: valeryshvetsova2909@yandex.ru.