

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин та
європейської інтеграції

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Зіменко Леся Ігорівна

УДК 330

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Практика соціальної відповідальності менеджменту медичних компаній в умовах глобалізації

ОПП “Міжнародний менеджмент” галузі знань 07 “Управління та адміністрування”
спеціальності 073 “Менеджмент”

Подається на здобуття освітнього ступеня «Магістр»
кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Л.І. Зіменко

Керівник роботи
О.Д. Ковальчук, к.е.н., доцент

Житомир – 2021

АНОТАЦІЯ

Зіменко Л.І. Практика соціальної відповідальності менеджменту медичних компаній в умовах глобалізації. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) освітнього ступеня за ОПП “Міжнародний менеджмент” галузі знань 07 “Управління та адміністрування” спеціальності 073 “Менеджмент”. – Поліський національний університет, Житомир, 2021.

Досліджено теоретико-методичні та прикладні засади розвитку соціальної відповідальності компаній в умовах глобалізації. На основі узагальнення теоретико-методологічних підходів до визначення сутності основних понять проблеми дослідження удосконалено трактування поняття «соціальна відповідальність». Здійснено аналіз тенденцій розвитку ринку медичних послуг України. Визначено сучасний рівень соціальної відповідальності діяльності приватних медичних установ. Обґрунтовано пропозиції щодо забезпечення соціальної відповідальності приватних медичних компаній на макро- та мікроекономічному рівні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, приватні медичні компанії, ринок медичних послуг.

Zimenko L.I. The practice of social responsibility of medical companies management in the conditions of globalization. –Manuscript qualification work.

Qualification work for the second (master's) degree in EP «International Management» in the field of knowledge 07 «Management and Administration» specialty 073 «Management». – Polissya National University, Zhytomyr, 2021.

The theoretical, methodological and applied principles of companies social responsibility development in the conditions of globalization are investigated. On the basis of generalization of theoretical and methodological approaches to defining the essence of the basic concepts of the research problem, the interpretation of the concept of "social responsibility" has been improved. The trends of the medical services market of Ukraine are analyzed. The current level of social responsibility of private medical institutions is determined. Proposals for providing social responsibility of private medical companies at the macro- and microeconomic level are substantiated.

Keywords: social responsibility, private medical companies, the market of medical services

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Розділ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ	7
Розділ 2 СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРИВАТНИХ МЕДИЧНИХ КОМПАНІЙ	12
Розділ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МЕДИЧНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	19
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	26

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Діяльність медичних установ спрямована на забезпечення первинних життєвих потреб населення, підтримку соціальної безпеки держави. Тому для них поняття соціальної відповідальності має особливе значення, що визначається суспільною вагомістю, місією створення та функціонування, яка полягає у нарощуванні капіталу здоров'я населення, створенні сприятливих умов для його життєдіяльності шляхом забезпечення рівного доступу до високоякісних медичних послуг. Дотримання принципів соціальної відповідальності є не просто модним трендом, а вимогою інтеграції компаній у міжнародні економічні відносини, способом формування конкурентоспроможності на світовому та національному ринках, сучасною нормою ведення бізнесу.

Концептуальні засади соціальної відповідальності бізнесу закладені у наукових працях іноземних учених Х. Боуена, Г. Беккер, Е. Карнегі, О. Тіда, Т. Бредгарда, П. Друкера, Ф. Котлер та ін. Їх розвиток з урахуванням специфіки бізнес-діяльності в умовах України знайшов відображення в результатах наукових напрацювань вітчизняних учених, таких як Длугопольський О.В., Зінчук Т.О., Левківський Є.В., Мостепанюк А.В., Олійник Д.М. та ін. *Метою даного дослідження є* – обґрунтування теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо підвищення соціальної відповідальності медичних компаній в умовах глобалізації.

Відповідно до поставленої мети в роботі визначено такі *завдання*:

- розкрити зміст категоріального апарату проблеми управління соціальною відповідальністю компаній;
- здійснити аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку медичних послуг в Україні;
- ідентифікувати чинники, що стимулюють і стримують розвиток соціальної відповідальності приватних медичних компаній в умовах глобалізації;

– обґрунтувати пропозиції щодо підвищення соціальної відповідальності приватних медичних компаній на макро- та мікроекономічному рівні.

Об'єктом дослідження є процес управління соціальною відповідальністю медичних компаній в умовах глобалізації.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних і практичних аспектів управління соціальною відповідальністю компаній.

Методи дослідження. Методологічною та теоретичною основою дослідження є системний метод пізнання соціально-економічних явищ і процесів. Для вирішення поставлених завдань були застосовані методи: *абстрактно-логічний* (при вивченні та уточненні сутності поняття “соціальна відповідальність”), *теоретичного узагальнення* (при формулюванні теоретичних узагальнень та висновків); *індукції і дедукції, аналізу і синтезу, статистико-аналітичний* – для оцінки тенденцій розвитку ринку медичних послуг України, сучасного рівня соціальної відповідальності приватних медичних компаній.

Публікації. За результатами дослідження автором опубліковано 3 наукові праці загальним обсягом 0,5 д.а.

1. Зіменко Л.І. Ринок медичних послуг України: сучасний стан та тенденції розвитку. Матеріали III міжнар. науково-практ. конференції «Інструменти і практики публічного управління в контексті децентралізації». Житомир: Поліський національний університет. 2021. С. 155-158.
2. Зіменко Л.І. Інституційне середовище розвитку соціально відповідальної діяльності приватних медичних установ. Матеріали VII міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених, аспірантів, студентів «Менеджмент в аграрному секторі економіки: теорія та практика ефективного розвитку». Житомир: Поліський національний університет. 2021. С. 109-111.
3. Зіменко Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу з позиції стейкхолдерів. Матеріали VII студент. наук. конф. «Глобальний вимір сучасних проблем міжнародного бізнесу та менеджменту». Житомир: Поліський національний університет. 2021. С. 40-42.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення й висновки дослідження можуть слугувати обґрунтуванням для підвищення соціальної відповідальності вітчизняних приватних медичних компаній з урахуванням світового досвіду і тенденцій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основний текст кваліфікаційної роботи викладений на 27 сторінках друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

Загострення соціально-економічних та екологічних проблем на глобальному та національному рівнях підвищує очікування та вимоги суспільства до активної участі бізнес-суб'єктів у досягненні цілей сталого розвитку шляхом врахування інституціоналізованих та суспільних норм соціальної відповідальності. Нині дотримання принципів соціальної відповідальності є не просто модним трендом, а вимогою інтеграції компаній у міжнародні економічні відносини, способом формування конкурентоспроможності на світовому та національному ринках. Це обумовлює акцентування уваги науковців та практиків на питаннях сутності соціально відповідального бізнесу, концептуальних та методологічних засадах його імплементації.

Вперше сутність поняття «соціальна відповідальність» соціальна відповідальність є добровільним було змістовно визначено американським ученим Боуеном Г. (1953 р.) як обов'язок бізнесу формувати політику, ухвалювати рішення та діяти відповідно до інтересів та цінностей суспільства [1]. Хоча окремі аспекти корпоративної соціальної відповідальності були висвітлені ще на початку ХХ ст. в наукових публікаціях Дж. Перкінса, на думку якого соціальна відповідальність є добровільним внеском бізнес-структур у соціально-економічний та екологічний розвиток суспільства [3]. Результати цих досліджень дали поштовх активним науковим дискусіям щодо даних питань. Однак впровадження у практику даних ідей стримувалося відсутністю мотивації бізнес-структур через неможливість отримання прямого економічного ефекту. Актуалізація питань соціальної відповідальності бізнесу відбулася на початку ХХІ с., коли концепція добровільної соціальної відповідальності трансформувалася у концепцію соціально відповідальної моделі бізнесу, основними відмінними рисами якої стали:

1. Соціальна відповідальність не є суто добровільною і містить окремі обов'язкові елементи, що обумовлено зобов'язаннями компанії перед соціальним середовищем її функціонування.
2. Соціальна відповідальність повинна стати складовою корпоративної стратегії бізнесу.
3. Соціальна відповідальність є джерелом не лише додаткових інвестицій, а й доданої вартості.

Набуття популярності концепції соціальної відповідальності сприяла інституціоналізація на національному та міжнародному рівні ідей сталого розвитку. Норми Корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набували формалізації у численних міжнародних кодексах, деклараціях, стандартах.

Питання соціальної відповідальності бізнес-структур набувають глобального масштабу, що пов'язано з усвідомленням можливостей і необхідності у зазначений спосіб на усіх рівнях (мікро-, макроекономічному та міжнародному) сприяти досягненню цілей сталості. Підтвердженням цього актуалізація їх концептуальних та методологічних аспектів у діяльності міжнародних організацій. Так, за визначення Європейської Комісії КСВ – це концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі [17]. Всесвітня бізнесова рада зі сталого розвитку визначає КСВ як зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя [7].

На міжнародному норми КСВ закріплені також в численних міжнародних стандартах:

- AA 1000 – AccountAbility 1000 – стандарти етичної та соціальної звітності, в яких визначено принципи та правила соціальної відповідальності та етики. Ідеєю стандартів є максимальне врахування думки усіх зацікавлених сторін в процесі підготовки звітності підприємства.

- GRI framework reporting principles – принципи звітування щодо економічних, соціальних та екологічних результатів діяльності компанії незалежно від галузі, розміру та місцезосташування.
- Global compact – глобальний договір ООН, що містить сукупність принципів та стандартів праці, екології, протидії корупції.
- Global reporting initiative – принципи звітності з питань сталого розвитку [9].
- Міжнародний стандарт ISO26000 – визначають КСВ як відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (а саме продукцію і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки [10]. Містять стандарти соціально відповідальної діяльності компаній незалежно від їх типу, розміру і місцезосташування.

Нині в науковій літературі представлені численні результати досліджень теоретичних та прикладних аспектів соціально відповідального бізнесу, узагальнення яких дає підстави для його розуміння у наступній інтерпретації: соціальна відповідальність – це діяльність компанії, що здійснюється з урахуванням різносторонніх інтересів, потреб та цінностей усіх стейкхолдерів (споживачів, працівників, громади і суспільства в цілому). В авторському баченні соціальна відповідальність – це модель відносин у тріаді держава – суспільство – бізнес. Відповідно її розуміння різниться з позиції учасників даного процесу (рис. 1.1). Узагальнюючи можна стверджувати, що соціальна відповідальність є проявом так званого «корпоративного громадянства» – добровільної суспільноорієнтованої діяльності підприємств, інтегрованої в бізнес-процеси, що сприяє покращенню якості соціального середовища їх функціонування, сталому розвитку суспільства.



Рис. 1.1. Соціальна відповідальність бізнесу з позиції стейкхолдерів

Незважаючи на наявність численних наукових напрацювань стосовно соціальної відповідальності бізнес-структур, розуміння її сутності та форм прояву у представників бізнесу, громад і держави і досі різняться. Узагальнення результатів експертних (соціологічних) досліджень дає підстави виокремити основні форми прояву КСВ:

- Дотримання законодавства і сплата податків;

- Охорона довкілля і реалізація екологічних програм;
- Участь в реалізації програм розвитку громад;
- Забезпечення умов праці та реалізація соціальних програм;
- Транспарентність бізнесу;
- Благодійна діяльність;
- Відповідальне ставлення до споживачів [8].

Ефективній інтеграції соціальної відповідальності в бізнес-процеси сприяє правильне розуміння її принципів. Їх систематизація дозволила виокремити загальні та специфічні принципи.

Загальні: захист та забезпечення прав людини; етичність та транспарентність бізнес-процесів; максимальне врахування при прийнятті управлінських рішень інтересів усіх стейкхолдерів; екологічна відповідальність бізнесу.

Специфічні: участь у реалізації соціально орієнтованих проєктів; економічна ефективність бізнесу; розвиток людського капіталу підприємства і місцевих громад; довірчі відносини у тріаді бізнес-влада-громада.

Дотримання зазначених принципів створює основу для консолідації зусиль усіх стейкхолдерів у напрямі досягнення цілей сталості на мікро- та мезорівні; забезпечує зворотній зв'язок та активні комунікації, формує базис для дотримання низхідного підходу у виявленні та забезпеченні потреб, інтересів та цінностей працівників, місцевих громад та суспільства в цілому.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРИВАТНИХ МЕДИЧНИХ КОМПАНІЙ

Діяльність приватних медичних установ спрямована на забезпечення первинних життєвих потреб населення, підтримку соціальної безпеки держави. Однак вона є комерційно орієнтованою і відбувається в умовах висококонкурентного ринку. Ринок медичних послуг в Україні нині перебуває на стадії активної трансформації, формами якої є реформування державної системи охорони здоров'я населення та її адаптації до викликів пандемії Covid-19, розвиток приватних медичних закладів, активізація нових форм державного регулювання (ліцензування, сертифікація), міжнародна співпраця у напрямі реалізації програм популяризації здорового способу життя та профілактики соціально-небезпечних хвороб.

Ринок медичних послуг є регульованим, тобто на ньому функціонують багато суб'єктів, що конкурують між собою, однак під чітким регулюванням держави на усіх рівнях (національному, регіональному, локальному). Суб'єктами ринку є постачальники послуг (лікарні, амбулаторно-поліклінічні заклади, діагностичні та реабілітаційні центри, санаторії, індивідуально практикуючі лікарі тощо), споживачі (індивідуальні й групові) та посередники (страхові організації, благодійні організації) [5]. Систему постачальників формує сукупність державних та приватних установ різної спеціалізації. Так на 1 вересня 2020 року в Україні зареєстровано 3095 спеціалізованих закладів, що надають вторинну медичну допомогу [13].

Обсяг ринку медичних послуг в Україні у 2019 р. становив 56,05 млрд грн. З них 26,7 млрд грн (47,6 %) забезпечив приватний сектор. Приватні медичні заклади демонструють високі темпи розвитку – лише у 2019 р. приріст їх доходу склав 28% [4]. Однак темпи активізації їх діяльності за прогнозами експертів будуть скорочуватися. Основними стримуючими чинниками їх діяльності є наступні: зниження платоспроможності споживачів в країні;

нестабільність національної валюти; зростання рівня конкуренції на ринку медичних послуг; недосконале нормативно-правове регулювання функціонування медичної галузі; бюрократизація процесу ліцензування приватних медичних установ; недостатній доступ до позикових ресурсів задля розширення діяльності. Водночас каталізуючими факторами розвитку ринку приватної медицини є кризовий стан державної медицини, недостатність бюджетного фінансування системи охорони здоров'я, погіршення здоров'я населення країни, поширення Covid 19.

Зміцненню конкурентних позицій приватних закладів відносно державних на вітчизняному ринку сприяє наявність конкурентних переваг, основними з яких є оперативність надання допомоги, вища якість сервісу, наявність сучасного обладнання, висока кваліфікація медичного персоналу. Розвитку конкурентних переваг сприяє наявність та диверсифікованість джерел інвестиційного забезпечення. Оскільки державний сектор охорони здоров'я фінансується переважно з місцевих та державного бюджетів, що не завжди мають можливості повною мірою покрити потреби в коштах. Хоча, останні роки, у зв'язку з поширенням Covid 19, видатки держбюджету на систему охорони здоров'я значно зростають (у 2021 р. до рівня 159189,7 млн грн, що на 36,8 % більше порівняно з 2020 р. [6]). Пандемія коронавірусу вплинула суттєво на фінансування охорони здоров'я у всьому світі. Так, у 2022 р. прогнозований обсяг інвестицій у дану сферу становитиме 10 059 трлн дол. США [2].

Поява нових українських та іноземних компаній призвела до зміни конкурентних сил на вітчизняному ринку. Ще у 2016 р. п'ятірку лідерів формували:

- ТОВ «Сінево Україна» та ТОВ «Сінево Схід» (річний дохід 950 млн – 1 млрд грн);
- ТОВ «Медікс-рей Інтернешнл Груп» (350-400 млн грн);
- ТОВ «Медичний центр «Медікап» (250-300 млн грн);
- ТОВ «ІСІДА-IVF» (250-300 млн грн);

- ТОВ «МЛ «ДІЛА» (250-300 млн грн).
У 2019 р. лідерами на українському ринку стали компанії:
- Медична мережа «Добробут» (річний дохід 1,25 млрд грн.);
- Медичний дім «Odrex» (400 млн грн);
- MD Medicom (230 млн грн);
- Універсальна клініка «Оберіг» (210 млн грн);
- Медичний центр «Eurolab» (70 млн грн) [16].

Зміни відбуваються і у структурі приватних медичних закладів за спеціалізацією (рис. 2.1).

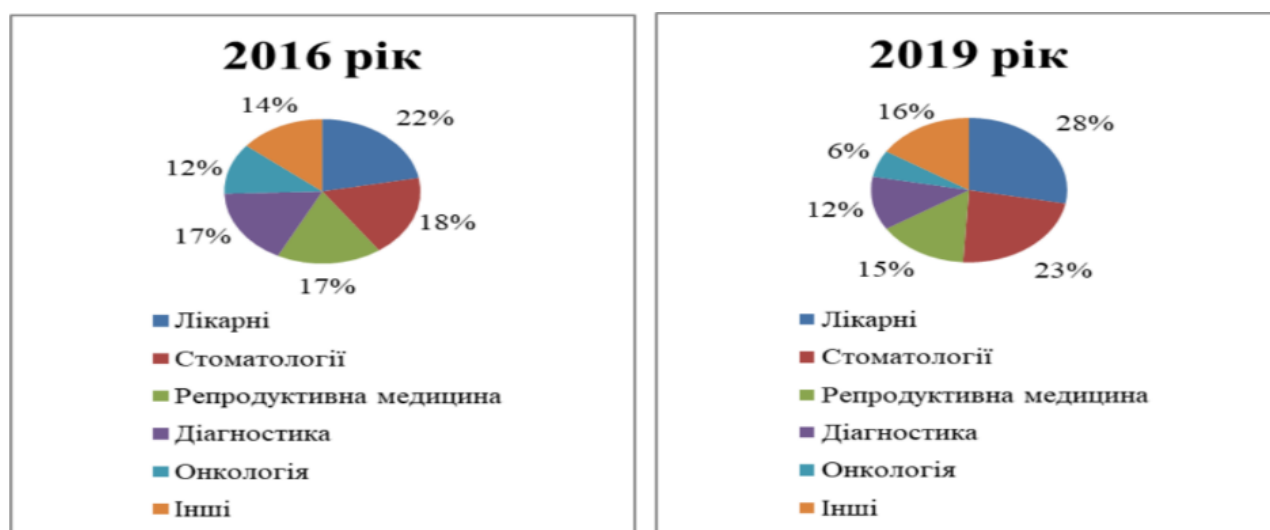


Рис. 1. Структура приватних медичних закладів за спеціалізацією

Джерело: [12].

Приватні заклади медицини переважно сконцентровані у великих містах (Київ, Дніпро, Львів, Харків), де вища щільність населення і його платоспроможність. Висока рентабельність даного бізнесу стимулює його масштабування, що відбувається шляхом розвитку багатофункціональних медичних центрів (на зміну вузькопрофільним), розвитку медичного франчайзингу (ТОВ «Синево»), активізації процесів злиттів і поглинань (медичні мережі «Добробут» і «Doctor Sam»).

Отже, вітчизняний ринок медичних послуг характеризується високою динамічністю розвитку, що має важливий економічний та соціальний ефекти – розширення можливостей для населення у забезпеченні якісної підтримки

здоров'я.

Діяльність приватних медичних установ є комерційно орієнтованою. Однак специфіка їх послуг та безпосередніх споживачів обумовлює підвищення вимог до соціальної відповідальності їх бізнесу. Це апріорі закладено у сутність медичних послуг критеріальними ознаками яких є:

- доступність і своєчасність (незалежно від географічних, економічних, демографічних чи інших бар'єрів) ;
- оптимальність і дієвість відповідно до стандартів якості і етики (за визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я оптимальна медична допомога – це належне проведення (згідно зі стандартами) всіх заходів, які є безпечними і прийнятними щодо витрачених коштів, прийнятих у цій системі охорони здоров'я [19];
- зорієнтованість на пацієнта, що означає не лише надання якісних послуг, а й уважне, етичне ставлення медперсоналу, необхідність інформованої згоди на медичне втручання;
- безпека, що передбачає гарантування безпеки для життя і здоров'я пацієнта і відсутності шкідливих впливів на хворого і лікаря у конкретному медичному закладі з урахуванням санітарно-епідеміологічної безпеки [19];
- недопущення (мінімізація) лікарських помилок, що можуть ускладнити одужання або підвищити ризик прогресування наявного чи виникнення нового захворювання.

Дослідження рівня дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу було здійснено на прикладі ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал», що є всеукраїнською мережею мультипрофільних медичних закладів для дорослих і дітей. Товариство має 37 філій у 21 місті України (Київ, Одеса, Дніпро, Запоріжжя, Львів, Кривий Ріг, Хмельницький, Харків, Вінниця, Чернівці, Житомир, Херсон, Ірпінь, Івано-Франківськ, Рівне, Тернопіль, Луцьк, Кам'янець-Подільський, Мукачево, Умань, Мелітополь [15]. Клініка надає широкий спектр послуг: стоматологія; сімейна медицина; гінекологія; урологія та андрологія; проктологія; терапія; гастроентерологія; отоларингологія;

флебологія; хірургія; педіатрія; щелепно-лицьова хірургія; лікарська косметологія; дерматовенерологія [15]. Основними конкурентними перевагами клініки є кваліфіковані фахівці, що постійно навчаються і розвиваються, володіють унікальними методиками діагностики та лікування; сучасне високотехнологічне медичне обладнання; доступність послуг.

Діяльність ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» є ефективною і має позитивні тенденції розвитку. Для прикладу філія клініки у м. Житомир протягом 2018-2020 рр. значно покращила фінансові результати діяльності, збільшила чисельність персоналу та вартість власних активів (табл. 2.1). Майже на 5 % підвищилася рентабельність її діяльності.

Таблиця 1.2

**Основні економічні показники господарської діяльності
ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал Житомир»**

Показники	Роки			2020 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	+, -	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	3429,70	4639,30	7857,10	4427,40	у 2 рази
Валовий прибуток, тис. грн	1634,20	2401,60	4669,80	3035,60	285,8
Чистий прибуток, тис. грн	18,40	44,60	431,80	413,40	у 23 рази
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	16	18	22	6,00	137,5
Середньорічна вартість:					
– необоротних активів;	348,35	571,10	706,50	358,15	у 2 рази
– оборотних активів	129,85	70,55	110,10	-19,75	84,8
Фондовіддача, грн.	9,85	8,12	11,12	1,28	112,9
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	26,41	65,76	71,36	44,95	у 2 рази
Продуктивність праці, тис. грн	214,36	257,74	357,14	142,78	166,6
Рентабельність господарської діяльності, %	0,54	0,96	5,50	4,96	x

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства.

У своїй діяльності ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» притримується принципів соціальної відповідальності. Це обумовлено специфікою її послуг і закріплено у внутрішніх нормативних положеннях. Зокрема пріоритетність принципів соціальної відповідальності закріплена у місії ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» (забезпечити для більшості українців доступ до якісної

медичної допомоги) і прослідковується у всіх стратегічних орієнтирах діяльності та цілях товариства (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Соціальна відповідальність як стратегічний орієнтир у формуванні цілей розвитку ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал Житомир»

<i>Місія підприємства</i>	
Забезпечити для більшості українців доступ до якісної медичної допомоги. Здоров'я пацієнтів понад усе.	
<i>Визначення змісту місії</i>	
Опис послуг	широкий асортимент послуг, диференційованих за якістю та ціною
Характеристика ринку	Широка спеціалізація медичних послуг, орієнтація на національний ринок шляхом диференціації послуг з метою задоволення потреб споживачів з врахуванням різноманітних вимог по якості, рівню обслуговування та ціні
Цільові орієнтири	Збереження стійких конкурентних позицій на національному ринку медичних послуг та розширення ринків збуту
Технологія підприємства	використання новітніх досягнень в галузі медицини та діагностики, передових вітчизняних і зарубіжних досягнень в даній сфері, а також перехід до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку
Філософія підприємства	Дотримання загальноприйнятих в суспільстві норм моралі та поведінки по відношенню до споживачів, працівників, конкурентів, інших ринкових агентів.
Зовнішній образ підприємства	Орієнтація на підвищення престижу торгової марки підприємства на основі соціально відповідального ставлення до всіх агентів ринку
<i>Визначення стратегічних настанов до основних груп ринкових агентів, що співпрацюють з підприємством</i>	
Власники підприємства	Забезпечення стійкого зростання доходів від внесків в капітал підприємства. Результуюча оцінка ефективності внесків, пов'язана з дивідендами, повинна забезпечити наших вкладників найбільш повним поверненням капіталів у порівнянні з іншими можливими інвестиціями
Співробітники підприємства	Працівники розцінюються як самий цінний з активів підприємства і, наша мета – щоб кожний працівник був персонально залучений до поділу успіхів підприємства. Підприємство зобов'язується забезпечити всі умови для повного прояву працівниками здібностей і талантів, для справедливої винагороди, гарних умов праці, можливостей для персонального розвитку і росту, обмежених винятково індивідуальними здібностями і бажаннями
Клієнти	Головна мета – це досягнення постійного зростання рівня задоволення шляхом високої якості послуг і сервісу. Наші взаємини з клієнтами будуть рівноправними й етичними, на основі правдивості й довіри
Партнери підприємства	Партнери – життєвоважлива частина наших стосунків і наша мета – розвивати і підтримувати взаємовигідне партнерство з тими з них, хто розділяє наші зобов'язання з підтримки зростаючого рівня задоволення клієнтів шляхом безупинного поліпшення якості, сервісу
Суспільство	Діяльність підприємства повинна відповідати цивільним цілям. Це виражається в підтримці різних суспільних, освітніх, ділових напрямків, як зовнішніх, так і всередині підприємства, з розвитку цивільних програм. Метою підприємства є підвищення рівня соціальної відповідальності перед місцевою громадою і суспільством в цілому

Таким чином визначені стратегічні орієнтири розвитку ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» спрямовані на досягнення стійких конкурентних позицій на ринку медичних послуг шляхом надання високоякісних послуг. В основі цілепокладання підприємства лежить врахування інтересів усіх стейкхолдерів (клієнтів, працівників, власників, громади), що відповідає принципам соціально відповідального бізнесу. Однак висновки про відповідність діяльності ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» нормам та ідеям соціальної відповідальності є не однозначними. Оскільки у відкритому доступі відсутня інформація щодо реалізації соціальних чи громадських програм, програм надання пільгових послуг інклюзивним категоріям споживачів, благодійної діяльності тощо, що окрім клієнтоорієнтованого підходу у веденні бізнесу, є також формами прояву соціальної відповідальності.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МЕДИЧНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Протягом останнього десятиліття в Україні суттєво активізувався ринок приватних медичних послуг. Діяльність приватних закладів медицини є комерційною, однак соціально орієнтованою, тому має відбуватися з дотриманням принципів та ідей соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність медичних закладів має забезпечуватися на трьох рівнях:

- на наднаціональному (міжнародному) рівні формуються міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку;
- на державному рівні – формується інституційне середовище, шляхом прийняття нормативно-правових актів та державних програм стимулювання розвитку соціально відповідального бізнесу;
- на рівні підприємств – норми та принципи соціальної відповідальності формалізуються у процесі цілепокладання та стратегічного планування, інтегруються у бізнес-процеси.

На державному рівні в Україні дотриманню норм соціальної відповідальності приватних медичних установ сприятиме імплементація прийнятих ВООЗ рекомендацій та вимог стратегії «Здоров'я для всіх» та політики «Здоров'я-2020», які визначають стратегічні напрями розвитку систем охорони здоров'я населення. Основними з них є: покращення здоров'я громадян та скорочення нерівності стосовно здоров'я з можливістю удосконалення колективного керівництва та лідерства [18]. Відповідно соціальними орієнтирами розвитку приватної медицини в Україні мають бути: підвищення рівня здоров'я і середньої тривалості життя, запобігання випадків передчасної смертності серед населення, забезпечення рівного доступу громадян до медичних послуг здоров'я, населення, зміцнення системи охорони здоров'я з орієнтацією на потреби людей [11] (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Стратегічні орієнтири соціально відповідального розвитку приватних закладів охорони здоров'я

Стратегічне значення медичної сфери обумовлює необхідність державного контролю за діяльністю медичних установ у напрямку підвищення їх соціальної відповідальності. Основними інструментами державного регулювання ринку медичних послуг є:

- комплексний розвиток медичної інфраструктури у всіх регіонах країни, зокрема сільській місцевості;
- стимулювання впровадження організаційних та технологічних інновацій медичними закладами;
- створення умов для розвитку конкуренції серед медичних установ задля підвищення якості та доступності послуг для населення;
- захист інтересів споживачів;
- активізація міжнародної співпраці у сфері медицини;
- налагодження співпраці між державними та приватними медичними установами.

Відповідальне дотримання міжнародних стандартів та принципів надання медичних послуг в умовах розвитку сприятливого національного інституційного середовища забезпечить рівний доступ громадян і сприятиме підвищенню якості медичного обслуговування населення відповідно до індивідуальних потреб і можливостей. Однак, основні зусилля щодо підвищення рівня соціальної відповідальності мають реалізовуватися на рівні самих приватних медичних установ. Імплементация принципів КСВ у бізнес-діяльність має здійснюватися у кілька етапів:

1. Першим кроком має бути усвідомлення менеджментом компаній необхідності і ефективності даного процесу. Нині КСВ є не просто модним бізнес-трендом, а об'єктивним джерелом додаткових конкурентних переваг. Однак проявом відповідальності мають бути не разові короткострокові активності за умови наявності вільних коштів, а систематична діяльність щодо реалізації добровільних та обов'язкових соціально- та екологоорієнтованих ініціатив відповідно до інтересів та потреб суспільства (локальних громад).

2. Закріплення соціальної відповідальності як стратегічної орієнтації компанії у внутрішніх нормативних документах, введення відповідних показників у внутрішню звітність.

3. Делегування повноважень щодо організації заходів КСВ конкретній особі чи певному департаменту. До їх функцій мають входити: ідентифікація потреб, інтересів та проблем усіх груп стейкхолдерів соціально відповідальної діяльності (клієнтів, громади, працівників); розробка та реалізація заходів щодо їх задоволення; інформування стейкхолдерів щодо КСВ компанії. При цьому заходи КСВ можуть реалізовуватися у різних формах (рис. 3.2): односторонньо або у співпраці з іншими компаніями, громадськими чи урядовими організаціями; шляхом реалізації програм соціального чи екологічного спрямування. Співпраця у сфері КСВ з неурядовими організаціями, як правило, є дуже ефективною, оскільки вони переважно є обмеженими у фінансових ресурсах, однак мають сильний вплив на громадську думку. Кооперація з іншими компаніями також є ефективною, так як дає можливість реалізувати

масштабні соціальні чи екологічноорієнтовані зовнішні проєкти з меншими капіталовкладеннями, однак аналогічним інформаційним ефектом.

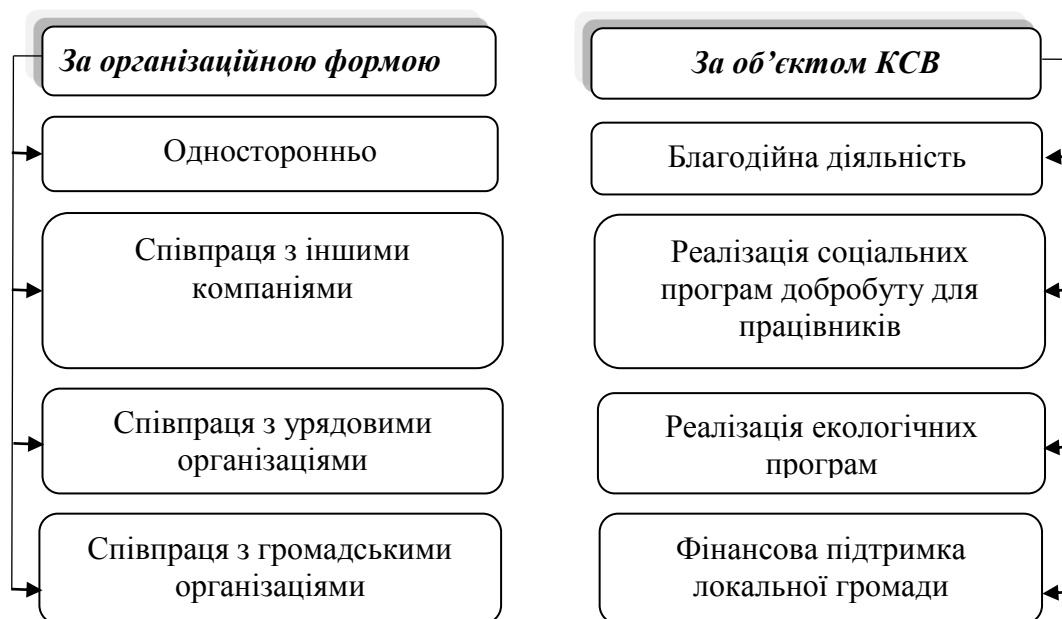


Рис. 3.2. Форми реалізації заходів соціальної відповідальності

Формами соціальної відповідальності також є надання фінансової підтримки місцевим громадам чи пільгових (безкоштовних) послуг її представникам. Об'єктом соціальної відповідальності компанії також є працівники, тому формами врахування їх потреб та інтересів можуть бути: реалізації програм соціального добробуту і забезпечення, висока мотивація праці, надання можливостей для безкоштовного навчання і розвитку, залучення працівників до реалізації соціальних проєктів.

Таким чином, процес підвищення соціальної відповідальності медичних закладів потребує консолідованих зусиль суб'єктів на макро- та мікроекономічному рівні. При цьому соціально відповідальна діяльність окремих компаній має носити систематичний характер і бути спрямованою на задоволення потреб усіх зацікавлених сторін з дотриманням принципів етичності і відкритості. За таких умов вигоди даного процесу отримає не лише суспільство (громада), а й сама компанія у формі зміцнення іміджу та конкурентних позицій на ринку, збільшення чисельності клієнтів та економічного ефекту.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Загострення соціально-економічних та екологічних проблем на глобальному та національному рівнях підвищує очікування та вимоги суспільства до активної участі бізнес-суб'єктів у досягненні цілей сталого розвитку шляхом врахування інституціоналізованих та суспільних норм соціальної відповідальності. Нині дотримання принципи соціальної відповідальності є не просто модним трендом, а вимогою інтеграції компаній у міжнародні економічні відносини, способом формування конкурентоспроможності на світовому та національному ринках. Це обумовлює акцентування уваги науковців та практиків на питаннях сутності соціальної відповідальності бізнесу, концептуальних та методологічних засадах її імплементації.

В авторському баченні соціальна відповідальність – це модель відносин у тріаді держава – суспільство – бізнес. Відповідно її розуміння різниться з позиції учасників даного процесу. Узагальнюючи можна стверджувати, що соціальна відповідальність є проявом так званого «корпоративного громадянства» – добровільної суспільноорієнтованої діяльності підприємств, інтегрованої в бізнес-процеси, що сприяє покращенню якості соціального середовища їх функціонування, сталому розвитку суспільства.

Об'єктом даного дослідження є процес забезпечення соціальної відповідальності діяльності приватних медичних установ. Діяльність приватних медичних установ є комерційно орієнтованою. Однак специфіка їх послуг та безпосередніх споживачів обумовлює підвищення вимог до соціальної відповідальності їх бізнесу. Це апріорі закладено у сутність медичних послуг критеріальними ознаками яких є: доступність і своєчасність, оптимальність і дієвість, зорієнтованість на пацієнта, безпека, недопущення (мінімізація) лікарських помилок.

Дослідження рівня дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу було здійснено на прикладі ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал», що є

всеукраїнською мережею мультипрофільних медичних закладів для дорослих і дітей. Діяльність ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» є ефективною і має позитивні тенденції розвитку. У своїй діяльності ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» притримується принципів соціальної відповідальності. Це обумовлено специфікою її послуг і закріплено у внутрішніх нормативних положеннях. Зокрема пріоритетність принципів соціальної відповідальності закріплена у місії ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» (забезпечити для більшості українців доступ до якісної медичної допомоги) і прослідковується у всіх стратегічних орієнтирах діяльності та цілях товариства.

Однак висновки про відповідність діяльності ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал» нормам та ідеям соціальної відповідальності є не однозначними. Оскільки у відкритому доступі відсутня інформація щодо реалізації соціальних чи громадських програм, програм надання пільгових послуг інклюзивним категоріям споживачів, благодійної діяльності тощо, що окрім клієнтоорієнтованого підходу у веденні бізнесу, є також формами прояву соціальної відповідальності.

Діяльність приватних закладів медицини є комерційною, однак соціально орієнтованою, тому має відбуватися з дотриманням принципів та ідей соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність медичних закладів має забезпечуватися на трьох рівнях: міжнародному, державному, рівні підприємств. Основні зусилля щодо підвищення рівня соціальної відповідальності мають реалізовуватися на рівні самих приватних медичних установ. Імплементация принципів КСВ у бізнес-діяльність має здійснюватися у кілька етапів: Першим етапом має бути усвідомлення менеджментом компаній необхідності і ефективності даного процесу. На другому етапі має здійснюватися закріплення соціальної відповідальності як стратегічної орієнтації компанії у внутрішніх нормативних документах, введення відповідних показників у внутрішню звітність. На третьому – делегування повноважень щодо організації заходів КСВ конкретній особі чи певному департаменту, до функцій яких мають входити: ідентифікація потреб, інтересів

та проблем усіх груп стейкхолдерів соціально відповідальної діяльності; розробка та реалізація заходів щодо їх задоволення; інформування стейкхолдерів щодо КСВ компанії. При цьому заходи КСВ можуть реалізовуватися у різних формах: односторонньо або у співпраці з іншими компаніями, громадськими чи урядовими організаціями; шляхом реалізації програм соціального чи екологічного спрямування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper and Row. 1953. 276 p.
2. Global Health Care Outlook. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-Health-Care/gx-lshc-hc-outlook.pdf>
3. Perkins, George W. The Modern Corporation. The Currency Problem and the Present Financial Situation. New York: The Columbia University Press, p. 163.
4. Аналіз ринку медичних послуг України. (2020). URL:<https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-medicinskih-uslug-ukrainy-2020-god>
5. Барзилович А. (2020). Моніторинг ефективності регулювання ринку медичних послуг. Інвестиції: практика та досвід. № 23. С. 124-130.
6. Видатки на охорону здоров'я у 2021 р.: коли очікування розбиваються об жорстоку реальність. (2021). URL: <https://www.apteka.ua/article/579552>
7. Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development). URL: www.wbcsd.org
8. Длугопольський О.В., Олійник Д.М. (2020) Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. European scientific journal of Economic and Financial innovation. №2(6). URL: <https://journal.eae.com.ua>
9. Зінчук Т.О. , Левківський Є.В. Корпоративна соціальна відповідальність вертикально інтегрованих структур аграрного бізнесу як умова сталого розвитку. Економіка АПК. 2019. № 1. С. 39-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2019_1_7
10. Климко І.М. (2018). Теоретико-методологічний підхід до ролі соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах. Інвестиції:

- практика та досвід. № 8. С. 118-124. URL.:
http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2018/26.pdf
- 11.Леган І., Крикун О. (2020). Ринок приватної медицини України: особливості регулювання та напрями розвитку. Галицький економічний вісник. Економіка і право охорони здоров'я. № 3 (64). С. 192–197
- 12.Маркетингові дослідження та бізнес-консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/ua>
- 13.Медична реформа. (2021). URL:
<https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-sistemi-ohoroni-zdorovya>
- 14.Мостепанюк А.В. (2019). Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. Бізнесінформ. № 11. С. 13-22.
- 15.Офіційний сайт ТОВ «Клініка Оксфорд Медікал Житомир». URL:
<https://zhitomir.oxford-med.com.ua/>
- 16.Ринок медичних послуг в Україні. (2020). URL:
<http://medosvita.info/2020/06/27>
- 17.Руденко О.В., Кондратюк О.М. (2020). Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. Ефективна економіка. № 11.
- 18.Шафранський В.В. (2016). Європейська політика «Здоров'я-2020»: використання науково обґрунтованих стратегій для отримання позитивних результатів. Економіка і право охорони здоров'я. № 1 (3). С. 44–48.
- 19.Янчак Я. (2017). Ефективний розвиток та функціонування ринку медичних послуг в умовах глобалізації та інтеграційних процесів у охороні здоров'я. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/jun/13222/235.pdf>