

## **Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні**

Дана Концепція визначає: узагальнене розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні; загальну стратегію та механізми державної політики щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу; пріоритетні напрями і дієві заходи соціальної відповідальності бізнесу у відносинах із заінтересованими в його діяльності та сталості сторонами в країні.

### **1. Терміни і поняття, що використовуються у Концепції**

У цій Концепції використовуються такі поняття і терміни:

**Громадська організація** – об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів.

**Етична поведінка** – поведінка згідно з прийнятими принципами правильної та належної поведінки, у контексті конкретної ситуації, та відповідно до міжнародних норм поведінки.

**Заінтересована сторона (група впливу, стейкхолдер)** – особа або група, що має інтерес у рішеннях або діях компанії, організації.

**Компанія, організація** – суб'єкт господарювання, що створений і діє відповідно до законодавства України.

**Навколишнє середовище** – природне оточення, в якому діє організація, у т.ч.: повітря, вода, земля, природні ресурси, флора, фауна та люди в їх взаємозв'язку.

**Нефінансовий звіт** – затверджений організацією, компанією (верифікований або не верифікований) документ, що містить опис інших, аніж фінансові, показників діяльності компанії, організації.

**Прозорість** – відкритість рішень і дій, що впливають на суспільство, економіку та навколишнє середовище, прагнення висвітлювати ці питання чітко, вчасно, чесно та у повному обсязі.

**Соціальна відповідальність** – відповідальність за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування заінтересованих сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

**Соціальний діалог** – процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання соціально-трудових відносин.

**Споживач** – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.

**Сталий розвиток** – розвиток, що відповідає потребам теперішнього часу і забезпечує майбутнім поколінням можливість задовольняти їхні власні потреби.

## **2. Характеристика і аналіз проблеми, на розв'язання якої спрямована Стратегія**

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

На сьогодні у найбільш економічно розвинених країнах світу набуло поширення явище «соціальної відповідальності бізнесу» (СВБ), що розуміється як відповідальність організації, компанії за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

Таким чином, СВБ є добровільною діяльністю компаній приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

СВБ тісно пов'язана з діяльністю компаній з досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва. Ці аспекти діяльності компаній переважно регулюються міжнародними стандартами серії ISO 9000.

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну користь, що містить у собі соціальна відповідальність бізнесу, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів СВБ і заходів зі стимулювання бізнесу до соціально відповідальної діяльності.

В більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання СВБ. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності тощо.

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

Соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності: 1. організаційне управління; 2. права людини; 3. трудові відносини; 4. етична операційна діяльність; 5. захист навколишнього середовища; 6. захист прав споживачів; 7. розвиток місцевих громад і співпраця з ними.

СВБ в Україні перебуває в стадії становлення. Найбільш активними у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, які протягом останніх 15 років удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій Загального управління якістю. Однак зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі в ньому держави, яка повинна визначити СВБ як бажану

поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів (до цього вже дійшли державні органи країн-членів ЄС).

Водночас необхідно усвідомлювати, що СВБ безпосередньо пов'язана з рівнем ділової досконалості підприємств, організацій і установ. Адже, якщо вони не є досконалими, то навряд чи зможуть системно і протягом тривалого часу задовольняти потреби всіх заінтересованих сторін. На це вкрай важливо зважати в Україні, де рівень ділової досконалості більшої кількості організацій суттєво нижчий за відповідний рівень у розвинених країнах.

Саме тому в Україні підтримка держави необхідна як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, просування кращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення. Це дозволить більшості компаній посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших заінтересованих сторін.

Ця теза ще більш актуалізована сучасними глобалізаційними та інтеграційними процесами, оскільки уряди іноземних держав надають великого значення процесам роботи своїх компаній на ринках, що розвиваються, і дотриманню ними стандартів щодо забезпечення прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища.

Найбільш доцільним у цьому контексті є ухвалення відповідної Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні (далі – Стратегія), яка має чітко зафіксувати позицію держави у цій сфері. Прийняття такого документа покращить імідж Української Держави всередині країни і за кордоном, продемонструє прагнення України рухатися відповідно до сучасних європейських і світових тенденцій, дотримуватися концепції сталого розвитку, відповідально ставитися до проблем суспільства і навколишнього середовища.

### **3. Мета і завдання Стратегії**

Метою Стратегії є створення підґрунтя (як комплексу норм, правил, окремих організаційних механізмів) та сприятливих умов для інтеграції СВБ у діяльність компаній задля сталого розвитку України, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах.

Основними завданнями Стратегії є:

- розвиток СВБ як фактора модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності з метою визнання українського бізнесу на світовій арені як соціально відповідального, його полегшеної інтеграції в міжнародні ринки, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах;
- запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма групами заінтересованих осіб;
- розвиток системи нефінансового звітування з метою більшої поінформованості суспільства щодо різних аспектів СВБ;
- удосконалення існуючих і розвиток нових форм державно-приватного партнерства задля економічного, соціального й екологічного розвитку громад і територій присутності;
- формування ефективної системи соціального і громадського діалогу;
- створення передумов для гарантій забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства;
- розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності, «озеленення» бізнесу та економіки країни в цілому;

- розвиток процесів ділового удосконалення підприємств, організацій і установ.

#### **4. Обґрунтування доцільності розроблення і реалізації Стратегії на основі зарубіжного та вітчизняного досвіду**

У широкому розумінні СВБ може бути представлена як система цінностей, заходів і процесів, що мають на меті поширення позитивного впливу діяльності компанії в економічній, екологічній, соціальній сферах як усередині організації, так і в навколишньому середовищі. Реалізація соціально відповідальних стратегій має орієнтуватися не лише на зменшення та запобігання негативним наслідкам діяльності, а й на досягнення економічного, екологічного та соціального ефектів (т.зв. стратегія потрійного впливу), що може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності окремих компаній і національної економіки загалом.

За визначенням Європейської Комісії («Зелена книга з корпоративної соціальної відповідальності», 2001 р.), корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі». Надзвичайно важливе значення у сфері СВБ має концепція «потрійного критерію», що містить у собі розширення меж звітності організацій та додання соціальних і екологічних аспектів до фінансових показників діяльності.

СВБ поширена серед країн Європи. В одних країнах вона інтегрована в громадську політику (Данія, Франція, Фінляндія, Швеція), в інших – соціально відповідальні практики є виключно прерогативами компаній (Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія). В Європейському Союзі основна роль СВБ полягає у підтримці сталого розвитку компаній, що призводить до покращення ситуації на ринку праці, а також якості продуктів і послуг, що надаються компаніями (Комюніке Європейської Комісії, 2006).

Країни СНД також зробили внесок у розвиток СВБ, розробивши та затвердивши міжнародний стандарт «Социальная ответственность организации. Требования. CSR/КСО – 2008», який набуває поширення в Росії та Казахстані, а також у деяких європейських країнах.

#### **5. Внутрішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні**

Внаслідок діяльності Консультативної ради з розробки Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні при Комітеті Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва, утвореної 2009 року після проведення комітетських слухань «Розвиток соціальної відповідальності бізнесу: українські перспективи», процес формалізації розуміння СВБ в українському суспільстві набув відповідних обертів і став рушійною силою змін соціального сприйняття цього явища.

Соціальну відповідальність бізнесу в українському контексті можна визначити як таку, що діє на трьох основних рівнях:

1. Дотримання законних зобов'язань перед державою і суспільством (сплата податків, охорона здоров'я і безпека праці, права працівників, права споживачів, екологічні норми) та галузевих стандартів.

2. Мінімізація або усунення негативного впливу бізнесу на суспільство та управління ризиками (наприклад, порушення прав людини або забруднення навколишнього середовища).

3. Посилення позитивного впливу бізнесу на суспільство і створення цінностей через інновації, інвестиції та партнерство, спрямовані на соціальний та екологічний добробут (наприклад, створення робочих місць, соціальний та економічний розвиток, вирішення конфліктів).

Необхідність розвитку СВБ в Україні зумовлено, зокрема, низкою факторів:

- Низький рівень ділової досконалості та, як наслідок, фінансова й економічна слабкість значної частки компаній в Україні є однією з найбільш поширених перешкод. Діяльність економічно слабких суб'єктів орієнтована на виживання, а суспільство і держава часто посідають опозиційну до бізнесу позицію. Така загальна ситуація на тлі постійного браку коштів не сприяє поширенню ідей та принципів соціальної відповідальності на загальнодержавному рівні.
- Правовий нігілізм і деформація правової свідомості – в Україні лише формується культура поваги до законів та права в цілому. Нині переважно панує прагнення оминати закон, а не дотримуватись його. На жаль, бізнес як найбільш активний та креативний суб'єкт суспільного життя не є виключенням. Частково це пояснюється якістю законів, що приймаються в Україні, їхньою нестабільністю та вибірковістю застосування.
- Низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу – через відносно нетривалу сучасну історію вітчизняного бізнесу та ще більш коротку практику реалізації ним власної соціальної відповідальності в українському суспільстві майже не сформовано коректне розуміння зусиль бізнесу в цьому напрямі.
- Термінологічна (нормативна) невизначеність – з огляду на відносно пізнє входження вітчизняних підприємницьких кіл до спільноти соціально відповідального бізнесу в Україні спостерігається елементарне нерозуміння як бізнесом, так й іншими членами суспільства основних завдань і механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності.
- Закритість українських компаній для широкої громадськості – для більшості компаній детальна інформація про її діяльність є даними для суто внутрішнього користування. Лише чверть з опитаних підприємств мають затверджені кодекси поведінки (місію, кодекс етичних правил, проголошені цінності тощо).
- Перекис у реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями. Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямовується, насамперед, на трудові практики і заходи із захисту здоров'я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою: лише третина компаній здійснює соціальні інвестиції в громаду, половина підприємств не вживає заходів з охорони довкілля.
- Нерівномірне врахування інтересів заінтересованих сторін: найчастіше компанії враховують інтереси споживачів та органів державної влади, найрідше – недержавних організацій та дослідницьких організацій, навчальних закладів, співпраця з якими практично відсутня.

## 6. Цілі, досягненню яких присвячена Стратегія

Актуальність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлена її суттєвим впливом на досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей, які стають рушіями подальшого розвитку СББ, що сприяє підвищенню конкурентоздатності вітчизняного бізнесу й економіки країни в цілому.

### 6.1. Економічні цілі:

- Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки через покращення принципів прозорості і підзвітності діяльності компаній в Україні; збільшення інвестицій в підвищення кваліфікації працівників, їхнє безперервне навчання та працевлаштування;
- Стабільний та передбачуваний розвиток внутрішнього ринку і підвищення ефективності його функціонування;

- Формування привабливої національної інноваційної інфраструктури через спрямування інвестицій у новітні технології;
- Надання сучасного інструментарію для державного регулювання: чіткі сигнали від держави щодо важливості СББ, стимулювання без посилення адміністративного тиску, сприяння та заохочення до СББ всіх учасників ринку (відсутність вибіркості) стимулюють організації та компанії впроваджувати принципи соціальної відповідальності;
- Розвиток культури споживання та підвищення рівня обізнаності споживачів. СББ спонукає споживачів цікавитись екологічними, економічними та соціальними аспектами товарів/послуг, а також репутацією виробника або надавача послуг, що, своєю чергою, стає рушієм розвитку практик СББ серед компаній;
- Поширення в Україні систем управління якістю організації виробництва (ISO 9000). Вітчизняні компанії, що впроваджують системи управління якістю менеджменту та які є лідерами у впровадженні ділової досконалості, становлять приклад для інших підприємств, в тому числі з європейських країн.
- Підвищення бізнес-культури в країні: рівень поінформованості та ступінь розуміння СББ серед власників, керівників компаній, бізнес-партнерів, працівників, постачальників, представників засобів масової інформації, державних і недержавних організацій та інших груп визначає ступінь розвитку бізнес-культури в країні, що особливо важливо для інвестиційної привабливості ринку.

## 6.2. Соціальні цілі:

- Коректне сприйняття бізнесу як явища населенням. З огляду на непростий період становлення більшості успішних українських компаній в суспільстві побутує думка про успішність одних за рахунок неуспішності інших. Через це діяльність компаній, що має ознаки соціальної відповідальності, часто сприймається суспільством як належне. Традиційно значимими для України є благодійність і меценатство;
- Вищий рівень інтеграції до ринку праці та соціальної залученості: прагнення підприємств залучати більше представників з уразливих груп населення та безперервне навчання працівників зменшує соціальне розшарування і сприяє подоланню бідності і повазі до прав людини;
- Розвиток інновацій у соціальній сфері: створення умов праці, що сприятимуть інноваційній діяльності.

## 6.3. Екологічні цілі:

- Більш раціональне використання природних ресурсів та зниження рівня викидів, що досягається інвестуванням компаній в еко-інновації та створенням системи екологічного менеджменту, що передбачає цілеспрямовані екологічні акції, закупівлю енергоефективного обладнання, перехід на альтернативні джерела енергії тощо.

## 7. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні

Розробці Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу також сприяє низка зовнішніх факторів, а саме:

7.1. Необхідність позиціонування України в міжнародному середовищі – практика діяльності світових лідерів бізнесу за останні 20 років доводить, що соціальна відповідальність перестала носити вибіркового характеру, бути «примхою» успішних компаній. Навпаки, СББ сьогодні – це суттєва і невід’ємна складова бізнес-процесу, підтримувана не лише компаніями в різних регіонах планети, а й міжнародними організаціями (Глобальний договір ООН, Міжнародна організація праці, UNICEF, UNIDO, Рада Європи, Європейська організація якості,

Міжнародна організація стандартизації) і урядами різних країн (Данія, Норвегія, Словаччина, Німеччина, Македонія, Франція, Великобританія).

Також не можна не зважати на певну стандартизацію різних аспектів діяльності організації, що належать до соціальної відповідальності, в тому числі операційної діяльності, екологічного менеджменту, трудових відносин тощо.

#### 7.2. Інтеграція до Європейського Союзу.

У затвердженому 2009 року Порядку денному щодо укладення Угоди про Асоціацію України та ЄС передбачається виконання певних завдань, які стосуються соціальної відповідальності.

Європейська Комісія розглядає соціальну відповідальність бізнесу як частину внеску в сталий розвиток та Стратегію європейського економічного зростання і зайнятості, оскільки СВБ сприяє досягненню різноманітних цілей, зокрема, суспільної згуртованості, економічної конкурентоспроможності та більш раціонального використання природних ресурсів.

У ЄС соціальну відповідальність бізнесу включено до політики працевлаштування і соціальних справ, політики підприємництва, захисту навколишнього середовища і прав споживача, політики державних закупівель та зовнішніх стосунків. Свої пріоритети ЄС просуває і у відносинах із партнерами, країнами програми Сусідства та Східного партнерства, до яких належить Україна.

#### 7.3. Позиція України стосовно ISO 26 000.

Україна з листопада 2007 року приєдналася до роботи міжнародної групи експертів з питань розробки проекту міжнародного стандарту ISO 26 000 «Керівництво з соціальної відповідальності». Протягом трьох років українські експерти працювали над проектом зазначеного міжнародного стандарту. У 2010 році Україна в числі багатьох інших країн світу висловилася «за» прийняття міжнародного стандарту ISO 26 000 «Керівництво з соціальної відповідальності».

#### 7.4. Глобальний договір ООН – Україна.

З 2006 року в Україні функціонує національна мережа компаній та організацій, що задекларували свою відданість принципам Глобального договору ООН. Основою Глобального договору є 10 принципів у сферах прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та протидії корупції, що становлять своєрідний кодекс етичної корпоративної поведінки і дотримання яких у своїй діяльності є обов'язковим для учасників. Попри добровільність участі вимогою для компаній є надання щорічних звітів про реалізацію принципів Глобального договору в повсякденній діяльності.

За 10 років існування до ініціативи приєдналися понад 8000 компаній та інших організацій з більше ніж 130 країн. В Україні місцева мережа Глобального договору існує з 2006 року та об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних та українських компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо ([www.globalcompact.org.ua](http://www.globalcompact.org.ua)).

Глобальний договір є на сьогодні найбільшою платформою для розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні завдяки і кількості учасників, що зобов'язались дотримуватися принципів відповідальної поведінки, і широкій національній географії ініціативи.

#### 7.5. Вимоги інвесторів.

Наявність попиту з боку інвесторів та фінансових інституцій на розробку та впровадження організацією, компанією власної політики соціальної відповідальності стимулює до активнішого впровадження практик СВБ. Врахування критеріїв соціальної відповідальності в оцінці бізнесу інвесторами на організованих фінансових ринках, фондами прямого інвестування та інституційними інвесторами сприяє поширенню та впровадженню СВБ, особливо серед

компаній з переважно українським капіталом. Стимулювання довготривалих інвестицій з закордону забезпечує стабільність і передбачуваність розвитку внутрішнього ринку.

## **8. Складові розвитку соціальної відповідальності в Україні**

Виконання означених вище завдань може бути забезпечено такими заходами:

### **8.1. Організаційні та нормативні умови розвитку СББ:**

- сформувати постійно діючий орган (можливо, шляхом реорганізації Координаційної ради при Комітеті ВРУ з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва), до компетенції якого належали б аналіз існуючого стану СББ в Україні та сприяння її подальшому розвитку; створити регіональні консультативні ради із реалізації Національної стратегії розвитку СББ (або уповноважити на цю діяльність уже існуючі регіональні ради);
- розробити Національну стратегію розвитку СББ в Україні;
- розробити нормативну базу з метою впровадження екологічного та соціального маркування і методики його використання;
- унормувати систему преференцій для організацій, що запроваджують політику соціальної відповідальності та реалізують соціально важливі програми.
- стимулювати поширення українськими суб'єктами господарювання та організаціями нефінансових звітів, у т.ч. через українські та міжнародні спеціалізовані портали та бази звітів;
- розробити та щорічно проводити бізнес-конкурси з тематики СББ, у тому числі щорічний Український національний конкурс якості;

### **8.2. Розвивати можливості та компетенції бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації СББ:**

- сприяти обміну досвідом і позитивними практиками компаній щодо СББ;
- поширювати стандарти і системи управління, що кореспондуються із СББ;
- сприяти покращенню корпоративного управління та поширенню стратегій СББ на українських підприємствах, у т.ч. на державних;
- встановити у законодавстві, що регулює здійснення державних закупівель, діяльність на фондовому ринку (зокрема, в аспекті розкриття інформації про нефінансові ризики діяльності компаній), вимоги до компаній у сфері соціальної відповідальності;
- ініціювати проекти розвитку навичок інвестиційних компаній, аналітиків, інвесторів, фондів та банків щодо аналізу нефінансових ризиків;
- сприяти підготовці фахівців за кваліфікацією «Менеджер із соціальної та корпоративної відповідальності», «Експерт із соціальної відповідальності бізнесу», «Соціальний аудитор» (відповідно до Державного класифікатора професій ДК 003:2010).

### **8.3. Підвищити обізнаність щодо СББ серед різних груп заінтересованих осіб:**

- створити єдиний портал корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення обізнаності щодо реалізації Національної стратегії СББ в Україні;
- проводити державні інформаційні кампанії, в т.ч. з підтримки публікації статей та підготовки телепрограм з тематики СББ у ЗМІ, в тому числі державних;
- створити всеукраїнський інформаційний центр з питань СББ, що діятиме за принципом «гарячої лінії» (call-centre), яка відповідатиме на питання стосовно СББ, надаватиме інформаційну та методичну підтримку тощо;
- оприлюднювати інформацію стосовно компаній-порушників принципів захисту прав



споживачів та принципів діяльності з соціальної відповідальності;

- підвищити рівень обізнаності про СВБ серед державних службовців на національному, регіональному рівнях та в органах місцевого самоврядування, зокрема шляхом включення концепції СВБ до програм підвищення кваліфікації державних службовців;
- розробити програму інформування органів влади та місцевого самоврядування щодо програм СВБ і проектів, що реалізуються на територіях відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- проводити щорічні парламентські слухання із реалізації СВБ в Україні;
- проводити періодичні конференції з питань впровадження та результативності СВБ в Україні за підтримки державних органів влади та із залученням органів місцевої влади, місцевих громад, ЗМІ та організацій громадянського суспільства, академічних кіл;
- включити вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» до навчального процесу вищих навчальних закладів та бізнес-шкіл, а також програм підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців; сприяти створенню відповідних вітчизняних підручників і навчальних матеріалів;
- підтримати наукові дослідження у сфері СВБ на національному та регіональному рівнях.

## **9. Очікувані результати реалізації Стратегії**

У процесі реалізації Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні мають бути створені інституційні механізми поширення СВБ серед вітчизняних суб'єктів господарювання та організацій. Означені механізми повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян, а також зважати на потреби подальшого розвитку СВБ як інструменту державного стимулювання.

Очікувані результати для національної економіки:

Короткострокові результати (до трьох років з моменту затвердження Стратегії):

- усталення явища соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві;
- формування ефективних механізмів соціального діалогу між різними суб'єктами суспільного процесу (бізнес, профспілки, владні структури, громадські організації тощо);
- збільшення кількості компаній різного розміру, що розробляють і реалізують власні стратегії соціальної відповідальності;
- поширення кращих практик соціальної відповідальності українського бізнесу щодо етичної та чесної поведінки, поліпшення умов праці; захисту і покращення соціально-трудових прав працівника; захисту прав споживачів; дотримання сучасних стандартів безпеки праці та розвитку людини;
- збільшення кількості нефінансових звітів компаній;
- розробка державних механізмів підтримки та стимулювання реалізації політики безперервного системного вдосконалення соціальної відповідальності компаній;
- інтеграція вітчизняних фахівців з СВБ до європейського та світового фахового середовища.

Довгострокові результати:

- забезпечення сталого розвитку країни;
- розвиток соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві як загальноприйнятої тенденції;

- підвищення конкурентоспроможності країни і таких її показників, як: рівень макроекономічної стабільності; ефективність діяльності державних і приватних інституцій; ефективність і розмір ринку товарів та праці; рівень оплати праці; рівень розвитку і ділової досконалості бізнесу; якість інфраструктури; рівень легкості ведення бізнесу; інноваційний та технологічний розвиток; якість людського капіталу;
- полегшена інтеграція до європейського економічного і соціального простору і, зрештою, поступова інтеграція до ЄС;
- активізація інвестиційних та інноваційних процесів;
- підтримка розвитку торговельно-економічного, науково-технічного та інвестиційного співробітництва України з іноземними державами на засадах взаємної вигоди шляхом дотримання міжнародних стандартів з СВБ українськими комерційними організаціями;
- збільшення обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки, адже на сьогодні у світі набуває поширення тенденція, коли компанії принципово не виходять на нестабільні і ненадійні ринки, дотримуючись принципів чесного і етичного ведення бізнесу.

## **10. Фінансування реалізації Стратегії**

Фінансування реалізації Стратегії може здійснюватися за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, інвестицій підприємств та організацій, грантів міжнародних організацій, коштів діючих спільних операційних програм Європейського інструменту сусідства та партнерства (ЄІСП), а також інших джерел. Детальне обґрунтування та розрахунок необхідних інвестицій під впровадження тих чи інших ініціатив Стратегії буде зроблено після ухвалення Концепції та викладено в окремому документі. Лише після його розробки розглядатимуться можливості та джерела фінансування ініціатив Стратегії.

З метою системної та ефективної реалізації Стратегії пропонується створити Форум донорів для фінансування та координації програм.

## **11. Термін виконання Стратегії**

Реалізація Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу передбачена на період до 2015 року.