

Негосударственное частное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Национальный открытый институт России г. Санкт-Петербург»

Лекция №4

по учебной дисциплине «**ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВА**»

Тема: **Социальная ответственность
государства, бизнеса и гражданина.**

Время – 2 часа

Разработал: к.и.н., доцент И.Н.Нужнов

План лекции:

1. Современные представления о социальной ответственности государства.
2. Социальная ответственность бизнеса.
Приоритетные направления развития корпоративной социальной ответственности.
3. Социальный аудит.
4. Социальная ответственность гражданина.

1. Современные представления о социальной ответственности государства

Термин «социальная ответственность» достаточно многообразен. Ее существование предопределено политикой государства, и отражает его взаимодействие с обществом. Жить в обществе и быть свободным от государства и его законов нельзя. Государство, проявляя ответственность перед обществом постоянно контролирует деятельность субъекта, адекватно реагируя на различные варианты поведения (поощряя, одобряя ответственное поведение и наказывая нарушителя).

Поэтому ответственность (в широком, социальном плане) можно охарактеризовать как ***общественное отношение между субъектом и контролирующей его поведением инстанцией (государством, обществом)***. Благодаря ей в обществе и обеспечиваются организованность и порядок.

Ответственность – это отношение зависимости человека от чего-то, воспринимаемого им в качестве определяющего основания для принятия решений и совершения действий. Объектом ответственности могут быть другие люди, в том числе будущие поколения, общности, а также окружающая среда, материальные, социальные и духовные ценности. Также ответственность – категория этики и права, отражающая особое социальное и морально-правовое отношение личности к людям, к обществу (человечеству в целом), которое характеризуется выполнением своего нравственного долга и правовых норм

Социальная ответственность, в отличие от юридической, подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы. В целом под социальной ответственностью обычно понимают степень готовности субъекта выполнять свои обязательства, реализуя оптимальный, с точки зрения общества, вариант развития события.

Социальная ответственность – сознательное отношение субъекта социальной деятельности к требованиям социальной необходимости, гражданского долга, социальных задач, норм и ценностей, понимание последствий осуществляемой деятельности для определенных социальных групп и личности, для социального прогресса общества.

История развития социального государства – это история взаимоотношений государственных органов с отдельными людьми, группами и обществом в целом, история становления и развития идеи социальной ответственности властей и ее реального воплощения в действительности конкретных мер федеральной и региональной политики, в том числе, путем более точного правового и административного определения статуса наиболее уязвимых групп.

Социальная ответственность государства – это важный качественный показатель развития и зрелости всей системы государственно-общественных отношений, социальной ориентированности государственной политики, а также доминирования в общественном сознании общегуманистических ценностей и демократических идей, институтов и норм заботы государства за экономическим, социально-психологическим и социальным положением социально уязвимых групп. Как общесоциальная категория **государственная социальная ответственность представляет собой объективно складывающиеся в результате закономерного развития цивилизации и вытекающие из самой природы отношений государства, гражданского общества и человека гарантированные возможности пользоваться наиболее важными социальными благами и услугами в условиях безопасного и свободного существования индивида.**

Во второй половине XX века законодательное закрепление стандартов государственной социальной ответственности стало отражать общие закономерности развития общества в форме качественного юридического повышения уровня социальной защищенности человека как гражданина: обеспечение режима экономического равноправия, провозглашение правовых запретов на различные формы трудовой, социальной и гендерной дискриминации, правовые гарантии личной безопасности и защищенности собственности, гражданской автономии, а также закрепление как относительно самостоятельного правового института, во многом примыкающего к данному уровню правового регулирования социальной ответственности гарантированности помощи людям, пострадавшим от стихийных, техногенных и природных бедствий.

Социально ответственное государство не только регулирует экономические отношения и контролирует соблюдение бизнесом трудового, пенсионного и страхового законодательства, но и облегчает адаптацию экономически уязвимых слоев населения к трансформационным вызовам и кризисам рыночной экономики в виде предоставления им материальной помощи, обучения и переподготовки, а также способствует минимизации негативных социальных последствий транзитивного периода развития российского общества.

В XXI в. социальная ответственность стала универсальной и общепризнанной в современном мире категорией, отражающей наднациональные и общечеловеческие требования и стандарты в области социальной защищенности личности и реализации экономических возможностей граждан и социальных групп, за соблюдением которых стали наблюдать специально созданные как национальные органы, так и наднациональные институты и организации.

Социальная ответственность рассматривается учеными как совокупность определенных, складывающихся объективно, в результате исторического развития естественных обязанностей государства, которые в значительной степени формировались под влиянием нравственных категорий морали, заботы, добра, справедливости и правды.

Социальная ответственность государства является критерием уровня экономического развития страны, степени социально-правовой защищенности граждан, развития гражданской самоорганизации, общей справедливости и транспарентности социально-экономических отношений. Государственная социальная политика – это внешнее и наиболее отчетливое для населения проявление социальной ответственности или, в случаях, когда эта политика неэффективна, социальной безответственности государства в экономической, медицинской, пенсионной, страховой и трудовой сферах.

Развитие социальной ответственности государства базируется на следующих принципах:

- ◆ гуманность и милосердие, т. е. готовность общества прийти на помощь любому его члену, попавшему в экстремальную ситуацию;
- ◆ гарантированность помощи всем нетрудоспособным и действительно нуждающимся гражданам, при их обращении в органы социальной защиты, за счет доведения уровня их дохода до установленного в области бюджета прожиточного минимума;
- ◆ комплексность, т. е. предоставление при необходимости одновременно нескольких видов помощи;
- ◆ адресность и целенаправленность, т. е. оказание поддержки конкретным гражданам с учетом их индивидуальных особенностей, в оптимально полезной для них форме;
- ◆ динамичность, т. е. оперативный пересмотр социальных нормативов и размеров социальных выплат в связи с инфляцией и увеличением бюджета прожиточного минимума;
- ◆ самостоятельность, т. е. право органов исполнительной власти на всех уровнях, предприятий и организаций на реализацию своих программ, в сочетании с региональными программами;
- ◆ межведомственность, т. е. согласование решений органов представительной и исполнительной власти, влияющих на уровень жизни населения при одновременном принятии мер по защите малоимущих граждан.

Функции социальной ответственности

государства

Государство

корректирует стихийные процессы поляризации богатств, не допускает того, чтобы социальная дифференциация в обществе перешла допустимые пределы. В социальной политике это означает перераспределение (на основе закона) части богатств для поддержания малоимущих слоев

определяет прожиточный минимум, который реализует через установленные законы о минимальных размерах заработной платы, пенсий, пособий по безработице

обеспечивает гражданам определенный комплект бесплатных услуг в области образования, здравоохранения, экологической безопасности

создает минимально необходимые условия для социального страхования

Выступая как субъект социального партнерства, государство выполняет в необходимых случаях также свои административные и информационные функции

Виды социальной ответственности государства

**Обязательства
перед человеком**

**социальная защита
тех групп людей,
кто в этом
нуждается**

**доступность в
получении
образования,
предоставление
качественных
медицинских услуг**

Объектом социальной ответственности являются уязвимые социальные группы (малоимущие, многодетные семьи, инвалиды, безработные, социальные аутсайдеры), получающие как от государства, так и привлеченных государственными органами в качестве спонсоров частных компаний различные социальные выплаты и компенсации в натуральной и/или денежной формах для решения трудных жизненных ситуаций или материально-бытовых проблем индивидов.

Социальная ответственность российского государства реализуется в социальной политике административных органов и бюджетных учреждений, главное функциональное назначение которых заключается в обеспечении социальной защищенности индивидов в экономической, медицинской, пенсионной, страховой и трудовой сферах и создании институциональных возможностей для реализации гражданами своих способностей и индивидуальности.

Социально ответственное государство корректирует и дополняет административными методами работу рыночной системы, поскольку трансфертные платежи, предоставляемые государственными органами, являются нерыночными доходами. Они предназначены уязвимым социальным группам, которые полностью или частично исключены из рыночного механизма распределения доходов.

Забота российского государства о гражданах является не только важной функцией государства, но и патерналистской особенностью российского менталитета. Поэтому отказ от социальной ответственностью воспринимается как одностороннее нарушение государственными властями «вертикального общественного договора» или «вертикального контракта», сложившегося в России в 2000-е годы и предполагавшего согласие граждан на неучастие в активной оппозиционной политике в обмен на невмешательство государства в их частную жизнь и не всегда легальные отношения с бизнесом. В результате в обществе нарастает социальная напряженность и возникают новые источники социальных конфликтов.

2. Социальная ответственность бизнеса. Приоритетные направления развития корпоративной социальной ответственности.

Социальная ответственность бизнеса, с точки зрения С. Калашникова, стала основой социально ориентированной экономики и представляет собой самоограничение свободы предпринимательства в целях достижения социального мира, создания благоприятных условий для привлечения инвестиций и повышения мотивации труда.

В более широкой трактовке социальная ответственность бизнеса включает не только заботу о работниках предприятия, но и реализацию социальных программ на уровне территории или государства в целом - это благотворительная помощь различным НКО и отдельным гражданам.

Сегодня не существует единого общемирового определения социальной ответственности бизнеса. Однако все подходы едины в том, что это ответственность компании перед людьми и организациями, с которыми связана ее деятельность, а также ее ответственность перед обществом в целом.

«социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации

(Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».)

Социальная ответственность применима ко всем организациям, однако наибольшее распространение она получила в бизнес-сообществе под названием «корпоративная социальная ответственность (КСО)».

Другие определения КСО:

- **«продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и способствуют социальному, экономическому и экологическому устойчивому развитию путем максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизации негативной нагрузки на окружающую среду»** (Международный форум лидеров бизнеса.);
- **«обязательство бизнеса вносить вклад в устойчивое экономическое развитие, в трудовые отношения с работниками, их семьями, местным сообществом и обществом в целом для улучшения качества их жизни»** (Мировой совет бизнеса для устойчивого развития.);
- **«достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде»** (Ведущее объединение корпораций США Business for Social Responsibility).
- **концепция, в соответствии с которой «компании вкладывают социальные и экологические аспекты существования в их ежедневные бизнес-операции и в их взаимодействие между стейкхолдерами на добровольной основе»** (Европейская комиссия)

Основной целью корпоративной социальной ответственности является достижение целей устойчивого развития общества, под которыми понимается удовлетворение потребностей нынешнего поколения, без создания угроз для удовлетворения потребностей будущих поколений.

Таким образом, КСО — это обязательство бизнеса осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация.

В настоящее время принято выделять следующие аспекты в содержании **понятия «социальная ответственность»:**

- **ответственность** бизнеса перед государством и обществом;
- **ответственность** компании перед персоналом;
- **ответственность** по обязательствам перед партнерами;
- **ответственность** за выпуск качественной, безопасной продукции, достоверная информация о возможном вредном влиянии продукта.

Корпоративная ответственность перед обществом (КО) в России определяется как философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, отдельными корпорациями и предприятиями своей деятельности по следующим направлениям



- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;
- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества

Корпоративная социальная ответственность должна учитывать интересы и способствовать повышению качества жизни основных заинтересованных сторон компаний, к которым относятся сотрудники, акционеры, инвесторы, органы государственной власти, клиенты, деловые партнеры, профессиональные сообщества, общество в целом и т.д. При этом компаниям необходимо развивать постоянное взаимодействие с заинтересованными сторонами с целью учета их мнений и ожиданий в процессе принятия и реализации решений.

Принципы КСО должны внедряться в деятельность компаний на системной основе и быть интегрированными во все бизнес-процессы. При принятии решений компаниям необходимо учитывать не только экономические, но также социальные и экологические факторы, что позволит им управлять влиянием своей деятельности на общество и окружающую среду и быть подотчетным за него. При этом компаниям важно понимать, что КСО не является необязательным дополнением к их основной деятельности и не ограничивается филантропией.

Следование принципам социальной ответственности способствует более эффективному достижению компаниями их стратегических целей, так как позволяет осуществлять долгосрочные инвестиции в создание благоприятного социального окружения. Таким образом, бизнес реализует свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости.

Формирование системы КСО – сложный многоступенчатый процесс, который займет продолжительный период времени и потребует от компании целенаправленных усилий.

Стадии развития КСО компании

Оборонительная стадия

Компания не признает своей ответственности и отрицает вину за негативные воздействия своей деятельности на состояние окружающей

Правовая стадия

Компания ведет свою деятельность в соответствии с ожиданиями общества, зафиксированными на законодательном уровне

Функциональная стадия

Компания принимает на себя некоторые добровольные обязательства в области КСО, приносящие позитивный эффект в краткосрочной и среднесрочной перспективе

Стратегическая стадия

Компания интегрирует КСО в стратегию своего развития, ориентируясь при этом на долгосрочную перспективу

Гражданская стадия

Компания прилагает усилия для продвижения принципов КСО в деловом сообществе

Уровни корпоративной социальной ответственности.

Базовый уровень предполагает своевременную оплату налогов, выплату заработной платы, по возможности — предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

Второй уровень подразумевает обеспечение работников комфортными условиями не только труда, но и жизни, например, повышение уровня их квалификации, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы.

Третий, высший, уровень ответственности предполагает благотворительную деятельность.

Сферы, в которых организации участвуют в корпоративной **социальной ответственности**

рабочее место (workplace), которое находится под непосредственным контролем компании, определяясь стандартами, регулирующими качество производимого продукта, процессы его производства и управления отходами и выбросами

рынок (marketplace), где **социальная ответственность** проявляется через каналы распределения и сбыта продукции, применяемые методы маркетинга, цепочки поставок и деловые отношения, стандарты, формально и неформально предъявляемые покупателями

общественность (communities), которая влияет на все фазы производства и реализации производимых товаров и услуг

область государственного регулирования (public policy), через которую бизнес оказывает открытое влияние на государственные учреждения, регулирование общественного сектора и социальную инфраструктуру, например систему образования и транспорта

К основным определениям, употребляемым в концепции корпоративной социальной ответственности, можно отнести следующие:

- **социально ответственная компания,**
- **корпоративное гражданство,**
- **социальные программы,**
- **социальное инвестирование,**
- **социальный вклад корпорации.**

Под **социально ответственной** компанией понимают организации, функционирующие на основе принципов **социальной ответственности** и осуществляющие комплекс **социальных** программ в приоритетных направлениях. Осуществляемая такими компаниями деятельность в **социальной,** экономической и экологической сферах носит, как правило, системный характер, связана с миссией и стратегией развития бизнеса, направлена на удовлетворение запросов заинтересованных сторон.

К целям, преследуемым **социально ответственной** компанией, относятся:

- укрепление репутации и имиджа компании;
- повышение эффективности ведения бизнеса;
- повышение инвестиционной привлекательности компании.

Концепция корпоративного гражданства рассматривает организацию как агрегированного члена общества, так называемого *«корпоративного гражданина»*. Согласно этой концепции, социально ответственные компании осуществляют свою деятельность таким образом, чтобы соответствовать ожиданиям общества, связанным с соблюдением этических, правовых, благотворительных, природоохранных, коммерческих и общественных принципов, или даже превосходить эти ожидания. Иными словами, речь идет о том, как стать достойным корпоративным членом гражданского общества.

Социальные программы компании представляют собой добровольно осуществляемую компанией деятельность в **социальной**, экономической и экологической сферах, которая носит системный характер, связана с ее миссией и стратегией развития бизнеса и направлена на удовлетворение запросов различных заинтересованных в деятельности компании сторон.

Социальные программы внутренней направленности реализуются в целях достижения баланса интересов организации и ее сотрудников. Социальные программы внешней направленности связаны с ожиданиями инвесторов, партнеров, общественности, власти.

ожении в развитие гражданского общества, в обустройство условий жизнедеятельности людей на территории расположения и предпринимательского влияния.

Социальное инвестирование может осуществляться в различных **формах**:

- денежные средства, целевые банковские вклады, акции и другие ценные бумаги;
- движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, оборудование и др.);
- совокупность технических, технологических, коммерческих и других знаний, оформленных в виде технической документации, навыков и производственного опыта, необходимых для организации того или иного производства, но не запатентованных;
- права пользования землей, водой, ресурсами, оборудованием, а также другие имущественные права; и т.д.

Наличие для компании выгоды от **социальных** инвестиций обусловлено тем, что она получает возможность значительно расширить круг своих потребителей, обеспечить подготовку работников с определенным уровнем профессиональных навыков, выстроить гармоничные отношения с местной властью, закрепить маркетинговую нишу, повысить лояльность сотрудников. Осуществление **социальных** инвестиций позволяет организации повысить уровень этичности своей деятельности и продемонстрировать понимание своей **ответственности за**

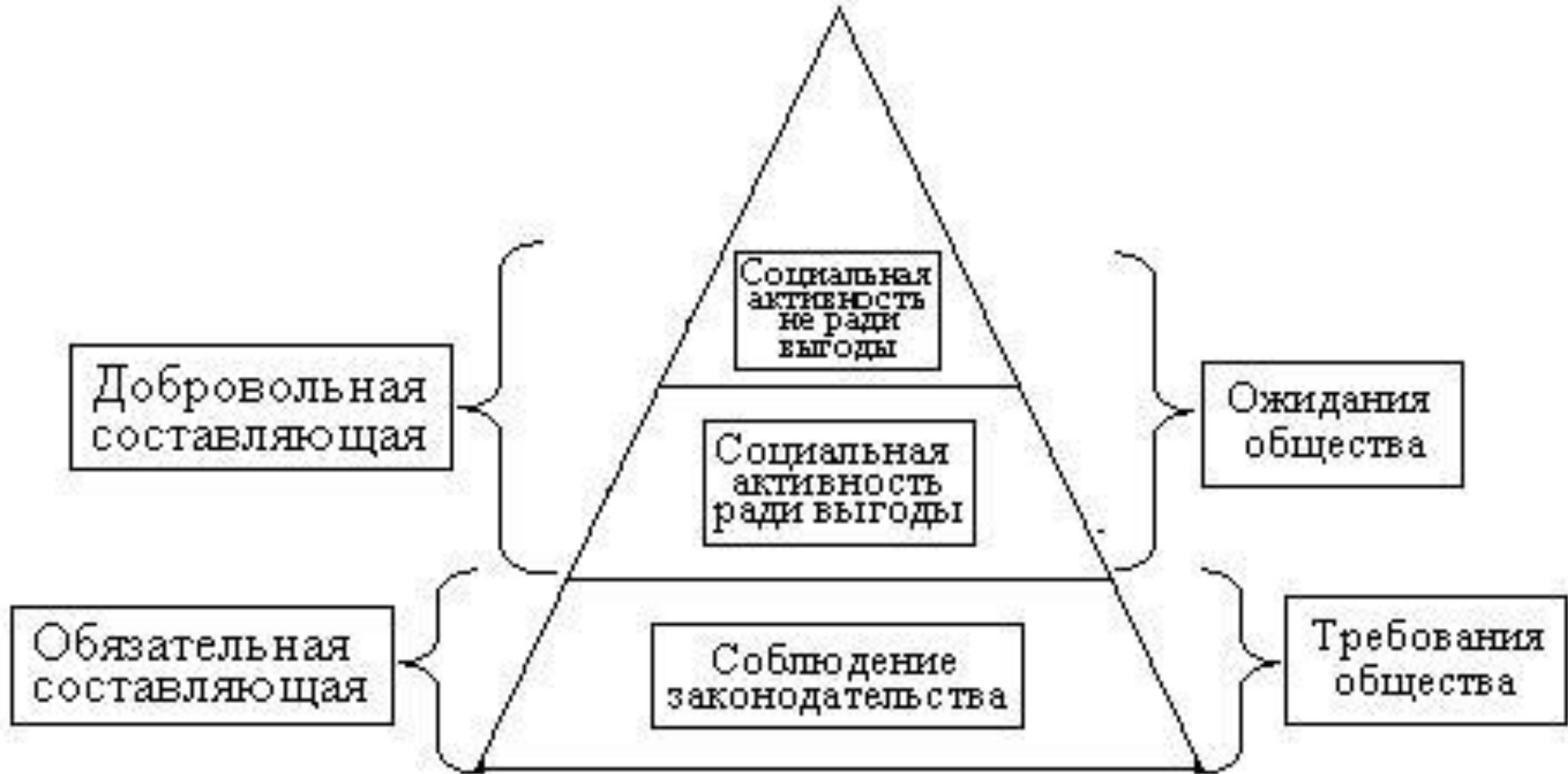


Рис. Уровни социальной ответственности бизнеса

Различные уровни социальной ответственности представляют собой комбинации требований и ожиданий к бизнесу со стороны общества и государства и выгоды/невыгоды социальной активности для предпринимателя и его бизнеса. Чем выше уровень социальной ответственности у предпринимателя, тем больше добровольно принятых на себя обязательств.

и гражданский кодексы). Если законодательство не соблюдается, то ни о какой социальной ответственности речи идти не может – таким образом, предприниматель нарушает обязательства, установленные для его деятельности изначально.

Второй уровень представляет собой реализацию социально ответственного поведения ради экономической выгоды. Экономической выгодой может быть улучшение имиджа организации для потребителей её продукции и для её работников, повышение инвестиционной привлекательности, создание более благоприятных условий для существования и развития компании со стороны власти или общества.

Третий уровень охватывает те виды социально ответственного поведения, которые не имеют своей целью получение экономических выгод. Это более высокий уровень осознания положения и роли организации в обществе. Подобные действия могут приносить экономическую прибыль, но это не их цель. Помощь социально незащищенным слоям населения, перечисление пожертвований часто оказываются замалчиваемыми действиями, поскольку СМИ не могут бесплатно размещать информацию о подобных акциях (по закону о скрытой рекламе), да и по законодательству не всегда потраченные деньги освобождаются от начисления налогов.

Второй и третий уровни – относятся к добровольной составляющей социальной

В литературе выделяют четыре позиции, которые может занимать организация, принимая во внимание ее обязательства перед обществом:

Социальная обструкция: В данной ситуации компании делают как можно меньше для разрешения социальных проблем и проблем окружающей среды.

Когда они пересекают юридическую или этическую границу, которая отделяет приемлемую практику от неприемлемой, их типичной реакцией является отрицание и сокрытие своих действий.

Социальные обязательства: Эта позиция включает действия организации, направленные только на то, что требуется по закону, и ничего более.

Такой подход совместим с аргументами, используемыми против социальной ответственности, которые мы привели в предыдущем задании. Управляющие в таких организациях настаивают на том, что их дело - создавать прибыль.

Социальный отклик: Компания, которая принимает такой тип ответственности, как социальный отклик, не только отвечает его юридическим и этическим требованиям, но в отдельных случаях идет дальше этих требований. Она может добровольно согласиться участвовать в социальных программах, однако иногда юристы компании должны убедить организацию в том, что они заслуживают поддержки. Кто-то должен обратиться в компанию, сама она не проявляет инициативы в поиске возможностей.

Социальный вклад: Компании, которые принимают такой подход, берут на себя основные требования в пользу социальной ответственности. Они рассматривают себя в качестве граждан общества и инициативно ищут возможности внести свой вклад.

Социальную ответственность подразделяют на две большие группы: внутреннюю и внешнюю.

К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести

1. Безопасность труда

2. Стабильность заработной платы

3. Поддержание социально значимой заработной платы, которая позволяет содержать семью, давать детям образование и, кроме этого, обеспечивает стабильный потребительский спрос

4. Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников

5. Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации

6. Оказание помощи работникам в критических ситуациях (серьёзное заболевание, требующее дорогостоящего лечения и приводящее к длительному отсутствию работника на месте, смерть или несчастный случай с родственниками и пр.)

Следует отметить важность именно этого направления, указывая на то, что «отделы кадров в крупных компаниях давно переименованы в отделы по развитию человеческих ресурсов и вложения в сотрудников компании приносит наибольшую финансовую отдачу для фирмы»

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести

- 1. Спонсорство и корпоративная благотворительность (все эксперты отмечают, что благотворительность является одной из составляющих социальной ответственности бизнеса)**
- 2. Содействие охране окружающей среды**
- 3. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью**
- 4. Готовность участвовать в кризисных ситуациях. Например, оказание помощи пострадавшим в результате стихийного бедствия - предоставление тёплых вещей, возможности связи с родственниками, предоставление транспортных средств, оказание материальной помощи через перечисление денежных средств в специальный фонд и др.**
- 5. Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров)**

Т.о. социальная ответственность -- это добровольный вклад организации в развитие общества и социально-экономической и экологической сфер, направленный на развитие и качественное улучшение данных сфер. Вклад организации напрямую связан с ее деятельностью, выходит за рамки определенного законом минимума и осуществляется путем проведения комплекса долгосрочных социальных программ в

Общие модели социального поведения российского бизнеса

Первая модель — это градообразующее предприятие, которое определяет всю жизнь в данном населенном

Вторая модель — добровольно-принудительная благотворительность. Ее символ в Москве — храм Христа Спасителя. Практически в каждом регионе есть какой-то яркий объект, который служит символом такого рода

Третья модель — это торг. Крупный бизнес торгуется: нефтяная скважина в обмен на северный завоз в больницы и школы.

Четвертая модель — модель социального партнерства. Сегодня она встречается реже, чем три вышеупомянутые.

Крупнейшие ассоциации российского бизнеса — Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) (РСПП), Торгово-промышленная палата Российской Федерации и Объединение предпринимательских организаций России (ОПОРА) в своих программах ввели как обязательное понятие "социальная ответственность бизнеса". Для координации усилий в этой области в РСПП был создан пост вице-президента "по социальной ответственности бизнеса". Государство в лице Президента РФ определило социальную ответственность бизнеса как главный принцип во взаимодействии между государством, бизнесом и обществом, который заключается прежде всего в участии в, "социальных программах государства в целом". По словам Президента РФ, особенно активным сотрудничество должно быть в таких сферах, как образование, здравоохранение, экология, регулирование потоков трудовой миграции, а также в обсуждении вопросов ипотечного кредитования и социальных проблем армии. Однако с государством не все так просто, как кажется на первый взгляд. Оно по-прежнему не справляется с решением большинства социальных функций, а в бизнесе зачастую видит лишь "дойную корову", пригодную исключительно для того, чтобы кормить чиновников. Рынок социальных услуг закрыт для конкуренции, и перспективы его "раскрепощения" не определены. Дальнейшее развитие отношений бизнеса и государства в области социальной политики, как считают некоторые эксперты, может пойти по одному из трех сценариев. Прежде всего это традиционная для

Разница в понимании социальной ответственности бизнеса российскими и западными деловыми кругами заключается в том, что в России компании выносят на первый план в социальной ответственности и социальной отчетности, как правило, разовые проекты (как инструмент управления репутацией), западные компании рассматривают социальную ответственность и отчетность как длительный и непрерывный процесс конструктивного, взаимовыгодного и устойчиво развивающегося взаимодействия работодателя со всеми участвующими сторонами: наемными работниками, клиентами, общественными организациями и органами власти региона.

Так, многие социально ответственные корпорации в Европе (и не только) создают внутренние комитеты или комиссии по этике и/или социальной ответственности, задача которых — объединение широкого круга связанных с компанией организаций и людей для участия в разработке стратегии развития корпорации в вопросах корпоративной этики и социальной политики в отношении наемного труда и общества в целом, политики по охране окружающей среды, создания эффективного кодекса корпоративного управления, соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями и персоналом. Именно такое представление о социальной ответственности бизнеса существует у большинства зарубежных организаций и компаний, популяризирующих и реализующих

3. Социальный аудит.

Существенным элементом в отношении компании к социальной деятельности является выпуск корпоративной социальной (нефинансовой) отчетности развитие социального аудита

Формирование концепции социального аудита

Рождение социального аудита связано с несколькими важными обстоятельствами. С одной стороны, это был результат давления общества на бизнес с целью регулирования социально значимых аспектов деятельности корпорации, с другой – осознание частного бизнеса того, что положительный социальный имидж предприятия значительно повышает его конкурентную способность.

40-е годы XX в. - **Теодором Ж. Крепсом**, профессором экономики Стенфордской школы бизнеса впервые использовано словосочетание «социальный аудит».

1953 год - американский исследователь **Х.Р. Боуэн** в одной из своих книг посвятил около десятка страниц социальному аудиту.

Ж. Умбл опубликовал работу «Социальный аудит на службе менеджмента выживания», в которой осветил проблемы, позволяющие аудитору оценить значение человеческого фактора для организации.

Во Франции признанными исследователями в этой области зарекомендовали себя: П. Кандо, Ж.М. Перетти, Ж. Игаленс, М. Комбемаль, У. Ландье и другие.

Первые практические шаги социального аудита сделали США. Социальный аудит здесь начался с того, что в 40-е годы прошлого столетия здесь стали регулярно проводиться социальные рейтинги. Эти рейтинги оценивали отношения с персоналом и профсоюзами, с местным сообществом, пожертвования, волонтерство и другие программы компаний в местных сообществах (community based programs).

Основное внимание было обращено на оценку отношений частного бизнеса с персоналом, профсоюзами, с местным сообществом, а также с местной властью. Важное значение приобрела и благотворительная деятельность бизнеса, связанная с социальными интересами местного населения. В 1960-е - 1970-е гг. стало возрастать общественное недовольство в отношении негативных последствий роста производства. Все чаще экономический рост осуществлялся за счет загрязнения окружающей среды, всякого рода дискриминации, снижения безопасности производства, ухудшения качества товаров.

Львиная доля ответственности за социальную несправедливость и экономическое неравенство была возложена... на бизнес. Так рассудили правительство и общественное мнение. Общественное мнение и его лидеры стали меньше доверять корпорациям, и, как следствие, число покупателей сократилось. Результатом стало общественное давление на бизнес с целью регулирования социально значимых аспектов деятельности компаний. В ответ на это бизнес стал все чаще выступать инициатором «социально ответственного поведения».

В последней трети XX в. при формировании инвестиционных портфелей стал учитываться уровень корпоративной социальной ответственности компаний - эмитентов ценных бумаг, появились индексы фондовых инвестиций в социально-ориентированные организации. С 1971 по 1977 г. число компаний из списка 500, представивших СА, увеличилось с 239 до 45667. Однако международных экологических и социальных стандартов в то время еще не существовало, а большинство имеющихся были разрознены, носили случайный и ответный характер (работа по обращениям, ответ на просьбы местных властей или требования профсоюзов). Ситуация стала меняться в 2000 г., когда около половины крупнейших мировых компаний представили глобальные доклады по экологическим программам (Global Environmental Reports), а 54% - по программам в области социальной ответственности. В 2001 г. первой международной компанией, которая приняла решение о запуске программы социальной отчетности на глобальном уровне явилась «British American Tobacco».

Таким образом, к началу XXI века в индустриально развитых странах социальный аудит выделяется в самостоятельное теоретическое и практическое направление предпринимательской деятельности и становится неотъемлемым элементом экономики. В этих странах формируется и успешно реализуется организационно-правовая основа социального аудита, создающая необходимые условия для работы социальных аудиторов. Более того, в условиях стремительного процесса глобализации социальный аудит как осознанная социально-экономическая необходимость начал выходить за границы индустриально развитых государств и начал распространяться по всему миру. Создаются институты социального аудита в Алжире, Люксембурге, Марокко, Сенегале и в Тунисе. Большой интерес к социальному аудиту начинают проявлять в Китае.

Характерными чертами становления зарубежного социального аудита следует считать **введение социальных рейтингов и социальной отчетности, а также формирование социальных стандартов, которые стали основой социальной сертификации.**

Подавляющая часть зарубежных социальных стандартов разработана неправительственными международными организациями, которые свое основное внимание сосредоточили на корпоративной социальной ответственности, причем для этих международных стандартов характерна определенная специализация, т.е. ориентированность на конкретные сферы корпоративной социальной ответственности.

Международные социальные стандарты активно используются для завоевания мировых рынков. В некоторых странах Европы законодательство по СА имеет цель формирования положительного имиджа национального бизнеса за рубежом. В этом отношении весьма показательна Бельгия: её закон о социальном аудите носит название «Бельгийский лейбл».

Таким образом, к концу XX века в странах развитой рыночной экономики сформировались концепция и практика социального аудита, который обрел существенное различие с финансовым аудитом. Западный опыт учит, что введение социальной отчетности ведущими мировыми корпорациями с конца 70-х годов прошлого века и регулярная отчетность западных компаний о расходах на социальные проекты не только существенно улучшили их имидж в глазах клиентов, но и привлекли к ним внимание инвесторов.

Определения социального аудита

Социальный аудит в широком смысле – это анализ эффективности социальных программ компании и проверка их соответствия выбранным стандартам, в узком – версификация социальной отчетности или: «специфическая форма анализа, ревизии условий социальной среды организации с целью выявления факторов социальных рисков и выработки предложений по снижению их взаимодействия».

Подобно финансовому или бухгалтерскому аудиту, социальный аудит является своеобразным инструментом менеджмента. Суть его сводится к диагностике причин возникновения социальных проблем, разносторонней оценке важности, срочности и возможностей их разрешения, выработке конкретных рекомендаций по профилактике социальной напряженности в организации, совершенствованию управления персоналом.

Институт социального аудита (Франция) даёт свое определение:

«Социальный аудит является формой обследования, которое стремится выверить в какой степени организация:

- действительно реализовала то, что она наметила сделать;
- наилучшим образом использует свои средства;
- сохраняет свою автономию и достоинство;
- способна реализовать то, что она хочет осуществить;
- уважает правила игры и знает, как избежать риски, которые ей угрожают».

Существует несколько понятий социального аудита. Некоторые исследователи подразумевают под социальным аудитом средство измерения воздействия той или иной организации на общество. Другие представляют социальный аудит как реальную систему диагностики социоэкономических отношений на предприятии или в отрасли. Третьи понимают социальный аудит как анализ факторов разбалансированности социальных критериев и разработку предложений по снижению их воздействия и дальнейшей нормализации.

Энциклопедический словарь «Управление организацией» – М., 2001

г., дает следующее определение: «Социальный аудит – это специфическая форма анализа, ревизии условий социальной сферы организации с целью выявления факторов социальных рисков и выработки предложений по снижению их воздействия»

Существует и представление об аудите как процессе оценки, повышения эффективности деятельности и стиля работы

Социальный аудит — процесс оценки, подготовки отчёта, повышения эффективности функционирования и стиля работы организации, средство измерения её воздействия на общество в целом. При помощи социального аудита можно измерить степень корпоративной социальной ответственности. Им оцениваются прежде всего формальные и неформальные правила поведения внутри организации, мнения сторон, заинтересованных в деятельности компании, с целью выбора условий, благоприятных для менеджмента качества и развития человеческих ресурсов.

Объектом социального аудита являются

социальноэкономические отношения в контексте разработки, принятия и реализации трех- и двусторонних соглашений и коллективных договоров, планов и программ социального развития, действующих на всех уровнях системы социального партнерства и управления социально-экономической сферой.

Предметом социального аудита является достоверная и объективная социальноэкономическая информация, поступающая со всех уровней обследования социальноэкономических отношений через анализ существующей нормативно-правовой документации (законы, указы, соглашения, договоры, приказы, положения, инструкции), а также через полевые исследования, опросы, интервью, мониторинг, статистические данные.

Поскольку социальный аудит имеет комплексный и многосторонний характер, инициаторами и заказчиками его проведения могут выступать практически все участники социальноэкономических отношений.

В настоящее время сложилась весьма многообразная структура СА.

В зависимости от характера объектов управления социальный аудит проводится:

- в целом по стране (на уровне национального хозяйства);
- в отраслях;
- в регионах;
- на предприятии, в организациях.

По роли социального аудита в управлении социэкономическими процессами:

- *внутренний социальный аудит*, который является составной частью управленческого учета и обеспечивает аналитической информацией руководство предприятия, отрасли, региона, национального хозяйства;
- *внешний социальный аудит*, который проводится агентствами социального аудита, является составной частью социэкономической отчетности и обеспечивает соответствующей информацией не только руководство предприятия, отрасли, региона, национального хозяйства, но и внешних пользователей, в первую очередь, социальных партнеров.

По периодичности проведения социального аудита:

- перспективный социальный аудит, направленный на разработку прогнозов социального развития предприятия, отрасли, региона;
- оперативный социальный аудит, проводимый в определенные сроки;
- текущий социальный аудит, который проводится в период подведения итогов деятельности предприятия, отрасли, региона за тот или иной период.

По субъектам управления социальными процессами социальный аудит проводится:

- совместно руководством, профсоюзами, бизнес-сообществом;
- руководством предприятий, отраслей, регионов, национального хозяйства;
- профсоюзами на тех же уровнях;
- бизнес-сообществом, предпринимателями;
- агентствами социального аудита по поручению руководства, профсоюзов, бизнес-сообществ.

По содержанию и полноте изучаемых вопросов социальный аудит можно подразделить на:

- *полный*, в случае исследования всей социоэкономической деятельности предприятия, отрасли, региона, национального хозяйства;
- *локальный*, когда исследование проводится только в отдельных подразделениях предприятия, на отдельных предприятиях отрасли, региона, отдельных регионов национального хозяйства;
- *тематический*, когда исследуются отдельные блоки социоэкономической системы.

По функциональному содержанию выполняемых процедур социальный аудит можно подразделить на:

- *социальный аудит соответствия*, когда оценивается соответствие практических действий, реализуемых на объекте социального аудита, определенным эталонам – нормам, правилам, планам и предписаниям;
- *социальный аудит эффективности* – изучение не только достигнутых результатов, но и всего спектра процедур, посредством которых они были достигнуты; происходит оценка соответствия методов внутреннего управления объекта социального аудита его целям и возможности их совершенствования;
- *социальный аудит стратегический* – выявление степени согласования социоэкономической политики с целями объекта социального аудита, его глобальной и социальной стратегиями, а также установление степени связи социоэкономической политики со спецификой предприятия, отрасли, региона и

Сегодня в странах развитой рыночной экономики происходит интенсивный

процесс развития аудита, что находит своё отражение в:

- быстром росте числа корпораций, организаций самых разных стран и регионов, которые прибегают к услугам социального аудита. Ежегодно социальный аудит проводят у себя более 40% крупнейших американских компаний, в Европе доля социально ответственных предпринимателей около 70%. В Великобритании есть инвестфонды, вкладывающие средства исключительно в компании с социальной отчетностью. Там, как и в США, есть даже специальные биржевые индексы для социально ответственных компаний;
- формировании правовой базы социального аудита как на национальных, так и на международном уровнях; разработке международных и отраслевых стандартов социальной ответственности;
- наличии рынка социального аудита с довольно устойчивыми группами аудиторских агентств и состоявшимися клиентами, спросом и предложением на эти услуги;
- формировании особого научного направления, имеющего свой предмет изучения и опирающегося на определенные технологии и методики;

- социальный аудит признан самостоятельной профессией, подготовка по которой ведется в системе специального профессионального образования. Ряд европейских университетов уже готовит специалистов по социальному аудиту, но, как правило, в сочетании с аудитом юридическим и экономическим или с управлением человеческими ресурсами Многие высшие учебные заведения ввели в свою программу специализации или модули по социальному аудиту. Наибольшее распространение социальный аудит получил в программах MBA (Мастер делового администрирования) по специальности «менеджмент социальной ответственности». В последнее десятилетие многие учебные заведения предлагают краткосрочные курсы по специальности менеджмента социального аудита;
- происходит организационная институционализация системы социального аудита: формируются ассоциации практиков, исследователей, создаются специализированные отделения, факультеты высших учебных заведений, функционируют агентства социального аудита, во многих странах созданы Институты социального аудита и вот уже более десяти лет функционирует Международный институт социального аудита (г. Париж).

Социальный аудит - инструмент регулирования социоэкономических отношений посредством добровольного социального диалога всех сторон, заинтересованных в достижении социального консенсуса.

Суть социального аудита сводится к диагностике причин, возникающих на предприятии, в отрасли или в регионе проблем, оценке их важности и возможностей разрешения, формулированию конкретных рекомендаций для заинтересованных сторон. Социальный аудит - анализ факторов социальных рисков и выработка предложений по снижению их воздействия.

Таким образом, социальный аудит ставит целью оценить результаты работы, по реализации планов, соглашений и договоров, направленных на повышение эффективности трудовой деятельности, снижения текучести кадров, повышения удовлетворенности условиями труда и социальной жизнью работников и т.п. В настоящее время социальный аудит является одним из механизмов системы руководства и управления, а также способом

Обычно социальный аудит понимается как процедура диагностирования социальных отношений на предприятии, которая может носить общий или частичный характер. Как правило социальное обследование становится желаемым или необходимым, если на предприятии ухудшается социальный климат. Действительно, чаще всего социальный аудит используется в оперативном или тактическом менеджменте, т.е. к нему прибегают тогда, когда произошел острый социальный конфликт на предприятии или когда становится очевидным, что создаются условия для обострения социальных отношений и возникает необходимость выяснить причины ухудшения социального климата и наметить пути решения социальной напряженности.

Диагностика осуществляется, прежде всего, путем сравнительного анализа **«Что есть?»** и **«Что должно быть?»**. За основу **«Что должно быть?»** берутся правовые нормы и рекомендации, зафиксированные в национальном законодательстве или в международных стандартах, документах. Обследование позволяет выявить факторы, которые несут в себе угрозу дестабилизации социальных отношений.

Социальный аудит не ограничивается констатацией того **«Что есть?»** и **«Что должно быть?»**. В конечном итоге он позволяет выявить основные причины возрастания угрозы социальных рисков и наметить программу управления рисками, т.е. ответить на вопрос **«Что делать?»**.

Единой трактовки понятия «социальный аудит» не существует. Часто под ним понимают социальную отчетность (social reporting), как правило внешнюю. Компании отчитываются перед значимыми для них внешними стейкхолдерами. Для западных компаний это прежде всего акционеры, инвесторы, клиенты, а также органы власти, СМИ и общественное мнение в целом (хотя, строго говоря, последнее стейкхолдером быть не может). Наши компании отчитываются в надежде «заработать очки» в отношениях с властью и в меньшей степени - с партнерами, конкурентами и обществом в целом.

Социальная отчетность в общепринятом понимании касается всего спектра влияния компании на общество: от контроля за качеством продукта до «социального пакета» для сотрудников. Социальные отчеты как описание того, что сама компания считает социальным, могут предоставляться, во-первых, в свободной форме (брошюры, буклеты, раздел в годовом отчете и т. п.). Другой вариант - более формализованный комплексный отчет по принципу triple bottom line (в примерном переводе - тройной итог). Такой вариант оценки фокусируется на добавленной социальной стоимости (added social value), произведенной компанией в экономической, социальной и экологической сфере. Самый строгий вариант - стандартизированные отчеты по установленному набору индикаторов. Самые известные стандарты Global Reporting Initiative (GRI), Domini Social Index, UN Global Compact, SA 8000, AA 1000.

В условиях, когда человеческие ресурсы становятся объективным и решающим фактором в хозяйственной деятельности, **главной и универсальной целью СА** является **повышение эффективности управления социальными отношениями методами социального диалога на основе независимого и объективного аудиторского обследования социальных отношений.**

Разнообразие конкретных целей характерно и на **корпоративном уровне:**

- угроза социальных конфликтов побуждает частный бизнес использовать СА, как инструмент минимизации социальных рисков, максимизации социальных рисков, максимизации прибыли;
- эволюция деловых отношений между поставщиками, производителями и потребителями, появление так называемых, «стейкхолдеров» значительно повышает заинтересованность деловых партнеров в непредвзятой информации о социальном климате на предприятии, с которыми они сотрудничают;
- новые условия конкурентной среды заставляют частный бизнес обращать первостепенное внимание на качество продукции, на его инновационный характер, соблюдение социальных стандартов, социальный имидж и экологическую безопасность. В этих условиях появились такие цели аудиторского обследования, как корпоративная социальная ответственность, качество продукта, защита окружающей среды и др.;

- конкретные изменения, произошедшие во внутренней среде корпорации существенно модифицируют отношения внутри корпорации: между акционерами, членами совета директоров, правления, топменеджерами и рядовыми наемными работниками. **Одной из целей СА становится поиск и нахождение баланса между экономическими и социальными функциями предприятия, между индивидуальными, групповыми и корпоративными интересами.** Иными словами, в современных условиях корпорация может выступать как некая социальная общность, объединенная общим корпоративным интересом и способствующая реализации индивидуальных интересов каждого участника корпоративной деятельности;
- когда современный бизнес переходит от тактики сиюминутной выгоды к стратегии минимизации рисков, **целью социального аудита становится его использование как эффективного инструмента управления человеческими**

Социальный аудит оценивает поведение компании в сфере человеческих ресурсов: экологии, охраны здоровья и безопасности (EHS), отношений с местным сообществом. Социальный аудит оценивает все сферы деятельности компании и сопоставляет ее систему ценностей, поведение компании в вопросах бизнес-этики, внутреннюю операционную практику, систему менеджмента с ожиданиями ключевых стейкхолдеров: сотрудников, собственников, поставщиков, потребителей и местных сообществ. Такой аудит социальной ответственности выявляет несоответствия заявленных целей компании ее реальной практике, служит системой <раннего оповещения> для выявления назревающих проблем, позволяет компаниям добиваться финансовой отдачи от социально ответственного поведения.

Аудит социальной ответственности оценивает потери от <социально безответственного> поведения компаний в отношении сотрудников, вскрывая потери, скрытые в текущих расходах, потери прибыли при страховых выплатах и штрафах. Компании, которые обращаются с сотрудниками честно, добиваются большей производительности труда, сотрудники работают там дольше, сокращаются расходы на набор, переподготовку и удержание персонала.

Среди основных причин, по которым компании внедряют социальный аудит, - улучшение бизнес-показателей. Не случайно CRA делает акцент не столько на социальных вопросах, сколько на социально-экономических и экономических последствиях управленческих решений и связанной с ними политики компании. Кроме того, социальный аудит нужен, чтобы соответствовать ожиданиям социально ориентированных инвесторов (пенсионных и инвестиционных фондов), имеющих собственные системы оценки социальной ответственности компаний. Самый известный фондовый индекс социальной ответственности Domini Social Index 400 разработан компанией Kinder, Lydenberg, Domini (KLD). Он оценивает 400 ведущих компаний по десяти категориям, включающим отношения с персоналом, местными сообществами, потребителями, экологию, отсутствие дискриминации.

Дополнением к системе аудита корпоративной ответственности является Econometric Impact Index (Индекс эконометрического эффекта), разработанный все той же SmithOBrien. Эта методология позволяет оценивать суммарный эффект, который компания оказывает на местные сообщества, где она оперирует. Эта система применима как для самих компаний, так и для органов местной власти, озабоченных оценкой влияния компаний на местные сообщества, в том числе в вопросах сокращения или расширения производства, регулирования налогов и цен, зонирования, влияния компаний на принятие ключевых для территорий

методика этического консалтинга для компаний, предоставляет оценку интегрированную систему аудита корпоративной устойчивости *Corporate Responsibility Audit* (аудит корпоративной ответственности, CRA). CRA комплексно оценивает деятельность компаний по пяти основным экономическим и социальным показателям:

- системы менеджмента качества;
- энергосбережение и охрана окружающей среды;
- отношения с персоналом;
- трудовые отношения и права человека;
- отношения с местным сообществом.

CRA оценивает основные показатели компании по отношению к системе ценностей компании, этике бизнес-поведения, внутренней операционной практике, системе менеджмента и ожиданиям ключевых стейкхолдеров (собственников, сотрудников, клиентов, поставщиков и местных сообществ). Кроме того, система дает компаниям возможность увеличивать репутационный капитал, повышать прибыльность, эффективность и производительность труда, проводит количественный анализ стратегического и финансового эффекта от активной и ответственной практики бизнеса с учетом интересов всех стейкхолдеров. Эта методика интегрирована во все основные международные системы рейтингов социальной ответственности бизнеса.

CRA оценивает <скрытую стоимость> социально безответственного поведения компаний, включающего в себя чрезмерные затраты на утилизацию отходов, затраты на набор, удержание и увольнение персонала, завоевание новых клиентов, поддержание качества продукции и производительности труда.

Внешний аудит стал широко использовать **социальные рейтинги, социальные отчеты и социальную стандартизацию.**

Рейтинг – оценка значимости, масштабности, важности объекта хозяйствующего субъекта, проблемы, характеризуемые числовым показателем или номером места занимаемого им в ряду сходных объектов.

Социальная (нефинансовая отчетность) – отчеты компании не только о результатах экономической деятельности, но социальные и экологические показатели.

Сертификация – процедура подтверждения соответствия результата производственной деятельности, товара, услуги нормативным требованиям, посредством которой третья сторона документально удостоверяет, что продукция, работа (процесс) или услуга соответствуют «заданным требованиям».

Как проводится социальный аудит

Шаг первый - необходимо получить согласие и обеспечить вовлеченность руководства компании. Желание руководства провести социальный аудит возникает чаще всего тогда, когда в компании что-то не так, причем традиционными способами не удастся выяснить, что именно и как с этим справиться.

Шаг второй - формирование управляющего комитета (steering committee) по проведению социального аудита. Как правило, этот комитет состоит из топ-менеджеров компании, представляющих ведущие подразделения, и из менеджеров, которые будут непосредственно участвовать в проведении социального аудита.

Шаг третий - создание команды аудиторов, ведущих менеджеров, экспертов по организационному развитию, которая разрабатывает методологию обследования и вопросник. Команда будет исследовать, насколько реальная практика компании соответствует ее видению и миссии.

Шаг четвертый - проведение диагностики корпоративной культуры и выявление функциональных областей, которые требуют анализа и улучшений: менеджмент качества, отношения с потребителями и персоналом, охрана окружающей среды, отношения с местными сообществами. В зависимости от потребностей компании целевые группы исследования могут быть расширены.

Шаг пятый - анализ миссии компании, выделение областей и обстоятельств, когда заявленные миссия и цели компании не совпадают с реальной практикой.

Шаг шестой - поиск видимых и скрытых причин, по которым цели компании и реальная практика не совпадают.

Шаг седьмой - сбор необходимой информации о подобных проблемах среди конкурентов по отрасли, исследование подобных примеров по выявленным проблемам.

Шаг восьмой - проведение интервью с заинтересованными и вовлеченными в проблемные области стейкхолдерами (потребители, сотрудники, местные и федеральные чиновники) для выяснения их ожиданий от социально ответственного поведения компании.

Шаг девятый - сопоставление внутренних данных и внешних ожиданий.

Шаг десятый - составление финального отчета для управляющего комитета и менеджеров компании.

Характерные черты модели СА, которые сформировались за рубежом

- для исторической эволюции зарубежного СА характерно последовательное движение от более простых к более сложным формам СА. Социальные обследования начались прежде всего в форме рейтингов, затем стали использоваться социальные отчеты. Еще позже социальная отчетность стала опираться на социальные стандарты (национальные и международные), т.е. возникла такая форма как социальная сертификация. Характерной особенностью исторической эволюции является также и то, что СА начал с формы внутреннего аудита для того, чтобы потом перейти к внешнему аудиту;
- в теории и практике СА, социальные отношения не ограничиваются рамками социально-трудовых отношений, а понимаются в значительно более широком смысле. Они вообще в большей степени связываются с процессом воспроизводства человеческих ресурсов, которое включает в себя профессиональную подготовку и переподготовку квалифицированных работников, достойный уровень их жизни и условий труда, социальные гарантии, соблюдение не только правовых норм, но и морально-этических правил трудовых и деловых взаимоотношений, социальную ответственность бизнеса, наемных работников и власти, охрану окружающей среды и другие аспекты социального сообщества в условиях «социоэкономики»:

- зарубежный СА носит добровольный, а точнее рекомендательный характер и предполагает инициативу, исходящую в основном от его заказчика. Однако социальная отчетность – как элемент СА – во многих странах стала обязательной правовой нормой;
- в практике СА следует различать, с одной стороны, его добровольный характер, а с другой – социальные стандарты, на которые опирается аудиторское обследование. Эти стандарты могут быть обязательными правовыми нормами и необязательными, т.е. желаемыми ориентирами;
- в целом малый и средний бизнес оказался вне поля СА. Основная причина – ограниченные финансовые возможности малых и средних предприятий для оплаты довольно дорогих аудиторских услуг;
- объектами социального обследования чаще всего являются отношения, связанные с управлением персонала, охраной труда и защитой окружающей среды;
- в последние годы СА стал использоваться не только на промышленных предприятиях, но и в банковской сфере, в учреждениях образования, здравоохранения и организациях некоммерческого характера;
- основными заказчиками СА являются собственники и руководители крупных корпораций, которые стремятся его использовать преимущественно для увеличения добавленной стоимости и минимизации социальных рисков;
- для западной модели СА характерен прагматический подход, то есть большая часть его заказов связана со стремлением выяснить, в чем состоят угрозы напряженности социальных отношений в настоящее время, то есть иными словами, чаще всего СА используется в оперативном менеджменте;
- участие государства в системе СА ограничено в основном рамками законодательства;

- результаты СА являются достоянием того, кто заказывал и оплачивал аудиторские услуги, то есть предпринимателя или руководителя предприятия. Естественно, что заказчик СА может придать конфиденциальный характер результатам социального обследования, во всяком случае, он не обязан оглашать его результаты профсоюзам или другим организациям, выражающим интересы наемных работников;
- зарубежный опыт СА свидетельствует о том, что функции его заказчиков и непосредственных исполнителей строго разграничены. Это разграничение продиктовано несколькими обстоятельствами: во-первых, стремлением добиться определенной независимости аудитора от его заказчика, а во-вторых, сама аудиторская деятельность требует специальных профессиональных знаний, навыков и соответствующей подготовки;
- сформировалась и система социальных аудиторов, привлекаемых чаще всего для проведения «частичного» аудита, имеющего целью выявить причины временного обострения социальной ситуации на предприятии;
- аудиторы призваны дать объективную картину по тем или иным объектам социального обследования, но ни в коем случае не должны формулировать рекомендаций, носящих обязательный характер для последующих действий заказчика СА;

- органы местной власти проявляют интерес к СА преимущественно в связи с последствиями производственной деятельности предприятия для окружающей среды;
- профсоюзы трудящихся практически отстранены от непосредственного участия в СА, ограничены в допуске к результатам проведенного СА;
- в правовом отношении СА не может осуществляться органами государственной власти;
- преобладают, в основном, правовые нормы, а этические аспекты социальных отношений в практике СА, как правило, используются в меньшей степени;
- социальный менеджмент и СА сейчас уже в большинстве случаев опираются на определенную правовую базу, во многих странах приняты законы о социальной сертификации и социальной отчетности предприятий и организаций;
- в условиях глобализации социальных отношений СА обретает международный характер: универсальными становятся многие технологии и инструменты СА, американские аудиторы осуществляют аудит на Европейском континенте, а европейские аудиторы приглашаются в США, страны Магриба, Китай и другие страны. В мае 2007 года в Москве состоялась Международная конференция «Социальный аудит и развитие», в работе которой приняли участие более 150 представителей из разных стран мира;

Дискуссионные проблемы СА за рубежом



- острой остается проблема независимости социальных аудиторов от заказчиков СА;
- ставится вопрос о степени прозрачности результатов СА;
- не ликвидирована угроза использования аудиторского обследования как средства манипуляции в управлении персоналом;
- обсуждается проблема целесообразности использования СА на макроэкономическом уровне.

Особенности формирования социального аудита в России

Особенности российской модели социального аудита обусловлены рядом факторов - историческими традициями, национальным менталитетом, спецификой социоэкономических отношений.

Принципиально важной особенностью российской модели является то, что **социальный аудит рассматривается как инструмент системы социального партнерства**, что значительно расширяет круг заказчиков обследования социоэкономических отношений.

Одной из важных особенностей российской модели социального аудита следует считать ее **строго добровольный характер**, т.е. каждая из заинтересованных сторон сама, по своему усмотрению, решает быть ей заказчиком или нет. Результаты, полученные в ходе проведения социального аудита, остаются у заказчика аудита.

Для российской модели социального аудита характерна также ее **стратегическая направленность**. За рубежом социальный аудит преимущественно используется в оперативном и тактическом социальном менеджменте. В России же стратегический характер социального аудита во многом определяется возможностью его использования на более высоких уровнях (федеральном, региональном, отраслевом и др.), а также относительно более длительным периодом формирования нравственных норм и деловой этики, правил взаимоотношения между бизнесом и обществом.

Социальный аудит в России начинает формироваться в тесной связи с системой социального партнерства, прочная основа которого закреплена в Трудовом кодексе Российской Федерации, а также в законодательных актах большинства российских регионов.

с 2000 г. в нашей стране проводится конкурс <Российская организация высокой социальной эффективности>. С 2004 г. конкурс, по решению Правительства РФ, решено сделать ежегодным. По заявлению оргкомитета конкурса, в нем ежегодно принимают участие более тысячи компаний. Участие в конкурсе платное, регистрационный взнос составляет 18 тыс. руб. Для организаторов конкурс стал прибыльным бизнесом, а участники в доверительных беседах жалуются на <добровольно-принудительный> характер мероприятия и выражают сомнения в объективности выбора победителей.

Под социальной эффективностью, по мнению организаторов конкурса, следует понимать отсутствие задолженности перед государством, наличие коллективного договора, наличие профсоюзной организации. Отчеты о социальной поддержке работников и местных сообществ принимаются в произвольной форме (присылайте все, что есть, а мы посмотрим) и оцениваются по не вполне понятным критериям.

Сам факт проведения подобного конкурса говорит о том, что государство хочет и будет оценивать социальную эффективность компаний. Вопрос в том, как оно будет это делать.

Объективная оценка эффективности социально значимой деятельности компаний стала необходимостью. В числе основных причин:

- ограниченность ресурсов. Сегодня бизнес отдает государству не менее 75% прибыли в виде налогов, государственные поборы на <социальные цели> продолжают расти;
- рост давления со стороны общества и средств массовой информации, предлагающих богатым <поделиться>;
- необходимость участия бизнеса в коренных социально-экономических реформах, направленных на решение актуальных для общества проблем: бедности, безопасности, преступности, коррупции, поможет компаниям выстроить систему сбалансированных отношений с властью.

Органам власти оценка объективного вклада компаний в развитие местных сообществ (индекса социальной ответственности) позволит активизировать приток инвестиций в регионы, повысить их инвестиционную привлекательность, снизить социальную напряженность и связанные с ними риски, повысить качество жизни людей.

Социальный аудит может стать для бизнес-сообщества инструментом влияния на региональную и федеральную власть, главным гарантом от <чиновничьего рэкета>, как назвал это явление президент РФ В. Путин.

В настоящее время в России начинает формироваться философия корпоративной социальной ответственности бизнеса, усиливается внимание к повышению положительного имиджа российских компаний, разрабатываются корпоративные этические стандарты. Все это направлено на изменение отрицательного отношения в обществе к бизнесу, формирование положительной репутации российского бизнеса на международной арене.

Одной из оптимальных и универсальных технологий исследования и управления социальными процессами в нашей стране явилась Концепция российской модели социального аудита, разработанная в 2007 году по инициативе Федерации независимых профсоюзов России (ФНПР) коллективом ученых и преподавателей Академии труда и социальных отношений под руководством профессора Попова Ю. Н. (АТиСО). В начале 2008 года Концепция была обсуждена и получила одобрение на заседаниях рабочей группы Российской трехсторонней комиссии (РТК).

Ценность Концепции состоит в том, что возникло желание установить общие Правила с ясными понятиями для всех сторон социального партнерства. И еще, если будут разработаны четкие социальные стандарты, работодатели будут заказчиками социального аудита, чтобы их предприятия соответствовали этим стандартам.

В рамках реализации Концепции российской модели социального аудита Академия в октябре 2007 года учредила Национальный институт социального аудита (НИСА), одной из основных целей деятельности которого является апробация, внедрение и развитие на практике модели социального аудита в Российской Федерации.

Организационно-правовой формой НИСА является автономная некоммерческая организация, что позволяет рассматривать НИСА как независимый институт гражданского общества.

Российская модель имеет особенности по сравнению с ее зарубежными аналогами.

1) социальный аудит мыслится интегрированным в систему социального партнерства. Это означает, что заказчиками социального аудита могут выступать не только собственники или руководители предприятия, но и социальные партнеры (работодатели, профсоюзы, представители органов власти и неправительственных организаций).

2) она носит многоуровневый характер. Если на Западе социальный аудит имеет место в основном на корпоративном уровне, то есть на уровне хозяйствующего субъекта, то в России аудиторское обследование могло бы осуществляться и на региональном, отраслевом, территориальном, общенациональном уровнях.

Существует принципиальное различие между «общественным» и «государственным» аудитом. Государственный аудит носит обязательный характер и чаще всего применяется там, где явно нарушаются правовые нормы преимущественно финансового характера. Общественный аудит – это сугубо добровольное соглашение между социальными партнерами, которое призвано повысить роль институтов гражданского общества в регулировании социальных отношений.

3) Российская модель социального аудита нуждается в разработке своей комплексной системы социальных стандартов, которая не противоречила бы международным нормам и в то же время отражала бы специфику отечественных социально-экономических отношений.

4) её строго добровольный характер. Если за рубежом социальная отчетность носит обязательный, а социальная сертификация рекомендательный характер, то в контексте социального партнерства в России каждая из заинтересованных сторон,

В основе социального партнерства и социального аудита лежат общие цели – это обеспечение социальной справедливости, социальной стабильности, социальной безопасности общества, улучшения качества жизни граждан российского общества.

Интегрированный социальный аудит в систему социального партнерства призван решить следующие задачи:

определить особенности социальных отношений на предприятии;

выявить факторы и потенциальные риски, способные дестабилизировать внутреннюю социальную среду;

провести диагностику социальных отношений на различных уровнях их развития;

установить нарушения правовых норм международного и национального законодательства в сфере социальных отношений;

выявить социальное положение дел в различных отраслях национальной экономики и в целом по стране;

привлечь бизнес-сообщество к благотворительной деятельности, софинансированию социальных объектов;

разработать практические рекомендации оперативного тактического и стратегического характера по управлению человеческими ресурсами.

Реализация вышеотмеченных задач социального аудита, интегрированного в систему социального партнерства, преобразует социальный аудит в важнейший фактор совершенствования системы социального партнерства в целом.

Исходя из характерных черт и особенностей социального аудита в России, его можно считать, эффективным инструментом социального партнерства, позволяющим осуществлять диалог между заинтересованными сторонами на основе достоверных результатов добровольного, независимого и объективного аудиторского обследования, имеющего целью достижение консенсуса в регулировании социоэкономических отношений.

Существует объективная основа непосредственной заинтересованности в социальном аудите прежде всего самого бизнес-сообщества и представляющих его организаций.

В настоящее время можно констатировать, что общая картина практической реализации российской модели социального аудита характеризуется следующими особенностями:

- ✓ правовым вакуумом в области социального аудита;
- ✓ отсутствием единой, универсальной системы критериев для аудиторских заключений в социальной сфере и социальной отчетности российских предприятий;
- ✓ отсутствием методического центра и координирующего органа по развитию социального аудита;
- ✓ растущим пониманием значимости социального аудита и спросом на аудиторские услуги со стороны власти, работодателей и общественных организаций, в первую очередь профсоюзов;
- ✓ наличием ряда организаций, занимающихся социальным аудитом, зачастую не имеющих квалифицированных кадров;
- ✓ стихийностью образования фирм, предлагающих услуги социального аудита;
- ✓ постепенным проникновением в страну и расширением влияния западных аудиторских фирм.

Основная заинтересованность профсоюзов в социальном аудите состоит в том, что их участие в нем позволяет:

- значительно укрепить свои позиции в системе социального партнерства и более эффективно осуществлять защитную функцию;

- включить в объект аудиторского обследования условия различных коллективных договоров и соглашений, всех уровней и сфер, что, безусловно, повышает степень выполнения взаимных обязательств социальных партнеров;

- добиться равноправного диалога, в котором используются результаты независимого социального аудита, что дает профсоюзам возможность на основе аналитических результатов аудита достигнуть социального консенсуса всех заинтересованных сторон;

- усилить влияние на процесс сближения российской социальной системы норм и правил с мировыми стандартами, в т.ч. сближение российского законодательства по охране труда и здоровью работников с законодательством Европейского союза.

- повысить эффективность работы профсоюзной правовой инспекции труда.

Заинтересованность органов государственной власти и местного самоуправления в применении системы социального аудита может быть выражена в том, что они имеют возможность:

- получить адекватную и объективную информацию об общественных отношениях в соответствующих сферах социоэкономической и экологической жизни общества на всех уровнях;
- вскрыть латентные формы социальной напряженности в национальной экономике и своевременно принять необходимые меры;
- более эффективно регулировать социоэкономические отношения через механизмы системы социального партнерства;
- постоянно проводить изучение, анализ и оценку эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации;
- выверить степень реализации национальных проектов социальной направленности.
- формировать адекватную требованиям жизни правовую основу, регулирующую социально-трудовые отношения и систему социального аудита.

Таким образом, привлечение к социальному аудиту институтов гражданского общества позволяет государству выступать не в качестве контролера, а, преимущественно, как координатора социоэкономических

Социальный аудит в системе социального управления

Аудит трудового потенциала:

- профессионализм
- образование
- этнокультура
- психофизическое состояние

Аудит мотивационного поля

- отношение к собственности
- содержание труда
- материальное стимулирование труда
- моральное стимулирование труда
- социальная защищенность труженика
- эргономика
- участие труженика в управлении
- корпоративная культура

Анализ влияния психологических особенностей людей на социальный климат и мотивацию к труду

- психологический фон, имеющийся в трудовом коллективе: положительный, порождающий энтузиазм, воодушевление, сплоченность, благожелательную атмосферу, желание к труду и т.д. и отрицательный, который приводит к безразличию, враждебности, намеренному замалчиванию проблем, неискренности и т.д.

Проведение социального аудита дает следующий эффект:

- сокращает операционные расходы;
- улучшает имидж и репутацию, (сегодня только 30% рыночной стоимости предприятия отражаются в балансе, остальное-имидж, репутация, организация труда, ноу-хау и т.д.);
- повышает продажи и лояльность потребителей;
- снижает текучесть кадров (организация ведения бизнеса на предприятии влияет на конкурентоспособность управления кадрами. При наличии выбора большинство потенциальных сотрудников, в том числе лучшие выпускники вузов, не будут заинтересованы в работе компаний, которые не придерживаются передовых стандартов корпоративного управления. В процессе выбора работы, при условии интереса со стороны конкурентов и нехватки квалифицированных специалистов, они сделают выбор в пользу компании с более высокими стандартами в работе);
- повышает лояльность персонала, повышает мотивацию сотрудников (система мер по мотивации персонала – это мощное оружие, позволяющее повысить прибыльность работы предприятия);
- сокращает давление со стороны проверяющих органов;
- предоставляет доступ к капиталу.

В настоящее время в России известны и практикуются отдельные разновидности социального аудита: аудит охраны труда, аудит оплаты труда, экологический аудит и т. д. Особо можно выделить аудит системы управления человеческими ресурсами. Общая схема социального аудита системы управления человеческими ресурсами представлена исследованием различных факторов:

Фактор профессионализма – качественные характеристики работника с учетом особенности его трудовых и социальных компетенций.

Фактор этнокультуры содержит в себе вопросы наличия и характера этнокультурной выраженности в трудовом коллективе и ее влияние на качество социоэкономических отношений.

Психофизический фактор – состояние психического и физического здоровья работника являются важным фактором успеха профессиональной деятельности трудового коллектива. Знание текущего уровня психофизического состояния работника необходимо руководителю для оптимизации этих ресурсов.

Фактор образования – в данном случае анализируется образовательный уровень работников, определяющий качественные черты мышления работника.

Рассматривается также характер и направленность образования, которое подразделяется на общее, профессиональное и политехническое.

Фактор отношения к собственности – рассматриваются вопросы, связанные с возможностью работника иметь акции предприятия, реально влиять на экономическую и социальную политику.

Фактор содержания труда – в данном случае изучаются следующие характеристики труда: творческий, рутинный, монотонный и т. п.

Фактор морального стимулирования – проводится анализ видов поощрений: награждение грамотами, наградами, присвоение почетных званий и т.д.

Фактор материального стимулирования труда – в основе анализа находятся вопросы зарплаты, премий, участие в прибылях, участие в акционерном капитале, социальных программах: жилищного строительства, воспитания и обучения детей, льгот и компенсаций.

Фактор социальной защищенности работника – здесь рассматриваются следующие вопросы: социальный пакет, стипендиальные программы и программы обучения персонала, страхование жизни и медицинское страхование, программы медицинского обслуживания, организация питания, сберегательные фонды, оплата транспортных расходов или обслуживание собственным транспортом, программы выплат по временной нетрудоспособности, отчисления в пенсионный фонд, гарантии и компенсации, разработка механизмов посттрудоустройственной адаптации ветеранов предприятия.

Фактор социально-бытовых условий – проводится исследование условий труда и организации рабочих мест.

Фактор участия работника в управлении – изучается ситуация, связанная с учетом мнения работника, его участие в консультациях, информированность о работе предприятия,

участие в разработке и принятии коллективных договоров.

Фактор корпоративной культуры предусматривает анализ следующих вопросов: гордость за компанию, сплоченность коллектива, ритуалы, повышение престижности труда, привлечение на предприятие молодых кадров

Проведение социального аудита дает следующий эффект:

- сокращает операционные расходы;
- улучшает имидж и репутацию, напомним вам, что сегодня только 30% рыночной стоимости предприятия отражаются в балансе, остальное-имидж, репутация, организация труда, ноу-хау и т.д.;
- повышает продажи и лояльность потребителей;
- снижает текучесть кадров (здесь хотелось бы добавить, что организация ведения бизнеса на предприятии влияет на конкурентоспособность управления кадрами. При наличии выбора большинство потенциальных сотрудников, в том числе лучшие выпускники вузов, не будут заинтересованы в работе компаний, которые не придерживаются передовых стандартов корпоративного управления. В процессе выбора работы, при условии интереса со стороны конкурентов и нехватки квалифицированных специалистов, они сделают выбор в пользу компании с более высокими стандартами в работе;
- повышает лояльность персонала, повышает мотивацию сотрудников (система мер по мотивации персонала – это мощное оружие, позволяющее повысить прибыльность работы предприятия);
- сокращает давление со стороны проверяющих органов;
- предоставляет доступ к капиталу.

4. Социальная ответственность гражданина.

Социальная ответственность гражданина включает в себя, с одной стороны, ответственность перед обществом, с другой – перед своими близкими.

Перед обществом социальная ответственность выражается, прежде всего, в передаче гражданином части собственности (в виде налогов) на общественные и социальные нужды, на разные уровни государственного управления и в органы самоуправления.

Перед близкими, в первую очередь перед семьей, – в создании благоприятного психологического климата в общности и при воспитании детей. Содержание ответственности включает в себя взаимодействие объективных и субъективных сторон:

- требования общества, предъявляемые к личности, ее социальным качествам и определяемые ее местом в системе общественных отношений, т.е. статусом. Это говорит о том, что положение личности в системе общественных отношений является объектом и очерчивает границы проявления ее ответственности;
- эмоциональное переживание и рациональное осмысление характера общественных требований, и способность соответствующим образом осуществить деятельность, а также ее последствий, последствий своего поступка. Это субъективная сторона ответственности. Она выступает как социальное качество личности, и которая тесно связана с волей целеустремленностью, как механизм мобилизации всех духовных сил для практики четкого осуществления ответственной деятельности;
- практическую реализацию личностью общественных требований в деятельности, оценку деятельности с точки зрения соответствия интересам общества

с внутренней структуре социальной ответственности личности можно выделить следующие элементы:

во-первых, осознание личностью своей социальной роли и необходимости действовать в соответствии с требованиями общества, социальной общности или группы;

во-вторых, постоянный самоконтроль за своими действиями с учетом их последствий для себя и других людей, самоотчет и самооценка на основе общественно значимых критериев;

в-третьих, ответственность как качество включает социально активную деятельность. Ответственность может быть как внутренней, так и внешней

1) **внутренняя социальная ответственность** – это социально-психологическое свойство личности, приобретаемое им в процессе социализации, позволяющее индивиду выбирать способы реализации своих целей, не противоречащие интересам социума, адекватно предполагаемым последствия данного поведения. Необходимым условием формирования высокого уровня внутренней социальной ответственности индивида является развитие его объективной самооценки, основанное на эффективном овладении им навыками оценочной деятельности;

2) **внешняя форма ответственности** представляет собой определенные нормы и правила поведения, выработанные социумом и заставляющие индивида выбирать только такого рода способы реализации своих целей, которые не ущемляют интересов, как конкретного индивида, так и социума в целом. Она выступает как мера несвободы, ограничивающая притязания людей и регламентирующая их