

Социальные аудиты как один из инструментов выхода на внешний рынок

Благовещенская Т.С.

Белорусский национальный технический университет

Прежде чем поступить к конечному потребителю, продукция часто проходит множество этапов производства, которые могут географически располагаться в разных странах, с различным социальным и экономическим уровнем.

С помощью сертификации и проведения аудитов по социальным стандартам можно продемонстрировать своим поставщикам, потребителям и иным заинтересованным сторонам, насколько важно для предприятия соблюдение этических и социальных принципов, основанных на международных требованиях.

Одним из важных факторов деловой репутации бренда и компании является соблюдение международных и национальных требований в области охраны труда, предотвращения принудительного и детского труда, дискриминации и т. п.

С целью обеспечения соблюдения прав человека и условий труда, крупные корпорации требуют от своих поставщиков проходить социальные аудиты, которые помогут их удостовериться в том, что права человека при производстве выпускаемой под их брендом продукции соблюдаются в полной мере.

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 заинтересованными сторонами.

Основополагающим международным документом по социальной ответственности считается стандарт SA8000-2014, который предусматривает 9 блоков, которые анализируются при проведении сертификационных аудитов: Детский труд, Принудительный труд, Здоровье и безопасность труда, Свобода объединений и право на переговоры, Дискриминация, Дисциплинарные практики, Часы работы, Заработная плата, Системы управления.

На основании этого стандарта применяются другие виды аудита, которые могут включать в себя помимо этих основных блоков дополнительные, например, природоохранную деятельность.