

6.5. ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ОБЩЕСТВО (СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ)

6.5.1. ПРИСУТСТВИЕ В РЕГИОНАХ

Предприятия Дивизиона географически разрознены и располагаются не только в разных частях Российской Федерации, но и в Центральной Европе. В связи с этим важную роль для Компании играет присутствие в регионе, и в первую очередь речь идет о взаимодействии с местными компаниями и специалистами.

Предприятия Дивизиона в рамках своей деятельности привлекают местных поставщиков на общих основаниях, что обусловлено применением Единого отраслевого стандарта закупок и невозможностью установления любых преференций, не предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации, в частности по географическому признаку.

¹ Здесь и далее — № риска в карте рисков.

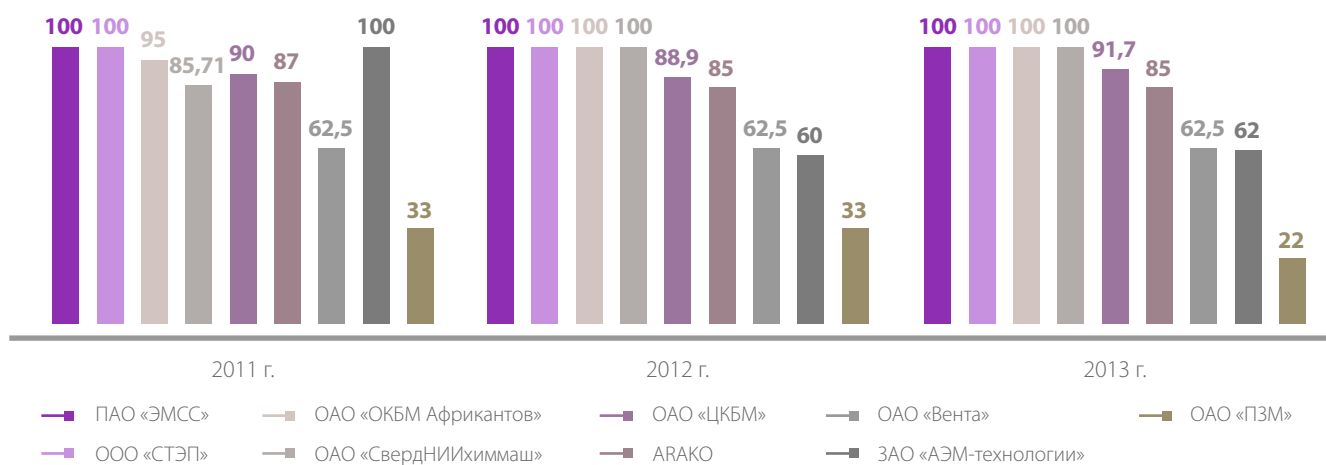
AEM
1.2.4GRI
EC6

На предприятиях Дивизиона функционируют подразделения, в зоне ответственности которых лежит процесс найма новых сотрудников. При принятии решений о найме новых сотрудников Общество руководствуется статьями 64 Трудового кодекса РФ (запрещается необоснованный отказ, а также отказ по обстоятельствам, носящим дискриминационный характер). В Компании не действует формализованная политика найма работников из мест-

ного населения¹: в вопросе найма сотрудников Компания в первую очередь руководствуется уровнем квалификации и, в случае необходимости, целесообразностью привлечения сотрудников из других регионов.

Кроме того, предприятия Дивизиона ежегодно отчисляют в бюджеты разных уровней налоговые выплаты. При этом размер выплат в местные бюджеты ежегодно увеличивается.

ДОЛЯ ВЫСШИХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ МЕСТНОЕ НАСЕЛЕНИЕ В РЕГИОНАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, %

AEM
1.1.9

ВЫПЛАТЫ В БЮДЖЕТЫ

Наименование показателя	За 2011 г.		За 2012 г.		За 2013 г.		Прогноз 2014 г.	
	начислено, тыс. руб.	уплачено, тыс. руб.	начислено, тыс. руб.	уплачено, тыс. руб.	начислено, тыс. руб.	уплачено, тыс. руб.	начислено, тыс. руб.	уплачено, тыс. руб.
Всего	9 218 978	7 435 173	4 358 300	5 913 894	3 623 424	3 752 241	14 048 627	5 079 776
в том числе:								
Федеральный бюджет — всего	7 766 069	6 190 707	3 526 515	4 706 769	3 245 339	3 067 000	13 028 150	3 989 012
Бюджеты субъектов Российской Федерации — всего	1 386 931	1 178 750	764 460	1 141 342	285 702	582 169	911 718	986 520
Местные бюджеты — всего	65 978	65 716	67 325	65 783	92 383	103 072	108 759	104 244

¹ Под местными сотрудниками понимаются сотрудники, живущие на постоянной основе на территории деятельности предприятия-работодателя, т. е. не привлеченные для работы на предприятии из других регионов.



1 ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПО ВИДАМ НАЛОГОВ



6.5.2. НЕПРЯМЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ

ОАО «Атомэнергомаш» стремится следовать принципам социально-ответственного бизнеса и ввиду широкой географии деятельности Дивизиона одной из своих главных целей в этом направлении видит в формировании условий для создания новых стабильных рабочих мест как на территориях собственного присутствия, так и у поставщиков и подрядчиков. За счет реализации проектов в области управления персоналом и корпоративных социальных программ обеспечивается занятость населения и развитие персонала предприятий.

Внедряемая единая отраслевая система оплаты труда гарантирует работникам стабильную заработную плату и уверенность в завтрашнем дне. Своевременные выплаты заработной платы, развитие социальных программ и активное взаимодействие с региональным руководством по вопросам рынка труда способствуют повышению привлекательности отрасли атомного машиностроения для работников и снижению социального напряжения в регионах.

« Люди — наш главный капитал, поэтому мы работаем над совершенствованием социальных программ, созданием благоприятных возможностей для карьеры работников как внутри Компании, так и в отрасли в целом »

Ксения Сухотина, Заместитель генерального директора — директор по персоналу и организационному развитию

На предприятиях Дивизиона сотрудники на начальном этапе работы получают заработную плату не менее установленной минимальной заработной платы в регионе присутствия. Отношение минимальной заработной платы в Компании к региональному МРОТ в среднем по Дивизиону в 2013 г. составило 1,95¹.

¹ Уровень заработной платы не зависит от гендерного признака.

1 РЕЙТИНГ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РАБОДАТЕЛЕЙ

2 ОТНОШЕНИЕ МИНИМАЛЬНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В КОМПАНИИ К РЕГИОНАЛЬНОМУ МРОТ

Кроме того, ежегодно средний уровень заработной платы на предприятиях Дивизиона растет.

ПРИРОСТ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ², %

Компания	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Прогноз на 2014 г.
ОАО «СНИИП»	+3	+8	+37	+11
ООО «СТЭП»	+39,1	-2,1	+28,3	+76,2
ОАО «Сверд-НИИхиммаш»	+15,7	+4,8	+27	+5
ОАО «ОКБМ Африкантов»	+22	+7	+26	+5
ОАО «ЦКБМ»	+7,4	+8,7	+20,7	+1,1
ОАО «ОКБ «Гидропресс»	+8	-17	+18	+3
ОАО «Вента»	+19,7	+24	+17,2	+7,4
ОАО «ИК ЗИОМАР»	+18	+15	+14	+5
ОАО «ПЗМ»	+26,8	+42,8	+13,9	+3,8
ПАО «ЭМСС»	+20	+29	+12	+16
ОАО «ЗиО-Подольск»	+15	+15	+11	+7
ОАО «ЦНИИТМАШ»	+5,2	+15	+10	+16
ОАО «ГСПИ»	+3	+16	+8,6	+20
ОАО «Атомэнергомаш»	-1,8	+1	+3,6	+2
АРАКО	-5,7	-3,6	+3,4	+1
ООО «ЭМКО»	-8	-6	-2	+5,3
ЗАО «Атомтрубопроводмонтаж»	-34,3	+50,7	-4,9	+10
ОАО «ОЗТМиТС»	+16,8	+34,7	-7,2	+13,6
ЗАО «АЭМ-технологии»	+38	-52	-40	+3
ЗАО «РЭМКО»	+17	+6	-42	+7

² Резкие колебания уровня заработной платы связаны с переходом организаций на ЕУСОТ и формированием резервов.

6.5.3. ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Региональные предприятия Дивизиона участвуют в благоустройстве и развитии инфраструктуры регионов присутствия, в особенности в городах месторасположения. Кроме того, Компания поддерживает участие в благотворительных проектах.

AEM
1.3.1

GRI
EC7

Предприятие ПАО «ЭМСС» уже девятый год осуществляет шефство над учащимися школы-интерната № 3 города Краматорска. Учащиеся не только получают подарки к праздникам от предприятия, но и обеспечиваются канцтоварами, а для хозяйственных нужд закупаются моющие, чистящие средства и другие предметы первой необходимости на весь год.

ОАО «СвердНИИхиммаш», три года назад по инициативе «Совета молодежи» взявшее шефство над «Социально-реабилитационным центром» в п. Махнёво Алапаевского района, получило письмо-заказ: в связи с увеличением количества детей в центре возникла нехватка спальных мест. СвердНИИхиммаш купил два десятка новых матрасов для детских кроватей.

Кроме того, по ежегодной традиции группа волонтеров из ОАО «СвердНИИхиммаш» организует для детей, пребывающих в стационаре «Социально-реабилитационного центра», новогоднее представление и вручение подарков. Помимо сладостей и игрушек для нужд центра предприятием и его сотрудниками были собраны 5 компьютеров, одежда, закуплены канцелярские товары, настольные и развивающие игры.

ОАО «ОКБ «Гидропресс» в 2013 г. осуществило пожертвование на приобретение необходимого оборудования для Подольского дома ребенка и средней школы № 1 г. Вязники Владимирской области, а также приобрело спортивный инвентарь для Спортивного клуба инвалидов «Корсар».

AEM
7.5.1

Кроме того, предприятия Дивизиона участвуют в социально значимых проектах. Так, ОАО «ПЗМ» в 2013 г. изготавило 4 000 комплектов скамеечных стоек, различных по конфигурации и рисунку. Из них 250 комплектов пред-

назначены для столицы зимней Олимпиады 2014 года — города Сочи, остальные — для масштабной реконструкции парка культуры и отдыха «Сокольники» в Москве.

6.5.4. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С ОБЩЕСТВОМ

Одной из главных стратегических задач Госкорпорации «Росатом» является обеспечение общественной приемлемости развития атомной энергетики. В связи с этим ОАО «Атомэнергомаш» ведет деятельность в данном направлении, в т. ч. организует ежегодную публикацию интегрированных годовых отчетов для повышения прозрачности собственной деятельности и налаживания взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами.

При этом основное недовольство общества обычно направлено на компании отрасли, которые специализируются на строительстве и эксплуатации объектов атомной энергетики. В случае возникновения проблемных ситуаций во взаимодействии с обществом Компания будет руководствоваться законодательством РФ и требованиями Госкорпорации «Росатом».

Жалоб относительно воздействия на местное сообщество в Компании Дивизиона не поступало.

6.5.5. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Маркетинговые коммуникации, в т. ч. мероприятия по продвижению, реклама, участие в выставках и др. — одно из важных направлений деятельности ОАО «Атомэнергомаш». Работа в данной области позволяет повысить привлекательность продукции и услуг для целевой аудитории: глубокое информирование потенциальных заказчиков позволяет убедить их отдать свое предпочтение именно продукции Дивизиона. Хорошо отлаженные маркетинговые коммуникационные связи ОАО «Атомэнергомаш» — неременное условие его нормального функционирования в качестве хозяйственной единицы, одна из решающих предпосылок его успешной рыночной деятельности.

В 2013 г. в рамках маркетинговой деятельности был организован целый ряд мероприятий: пресс-туры, в том

AEM
6.15.1

GRI
SO11

числе и для иностранных журналистов, представителей стран — потенциальных заказчиков продукции Дивизиона; круглый стол в Киеве, посвященный модернизации тепловых станций; региональный форум поставщиков атомной отрасли. ОАО «Атомэнергомаш» и компании Дивизиона приняли участие в 50 мероприятиях (в т. ч. 23 — за рубежом), среди которых были и такие крупнейшие отраслевые мероприятия, как Международный форум «АТОМЭКСПО 2013», Международный форум поставщиков атомной отрасли «АТОМЕКС 2013», 12-я Московская международная выставка «Нефть и газ». В этих мероприятиях участвует не только сам ОАО «Атомэнергомаш», но и ключевые ДЗОК, такие как ОАО «ЗиО-Подольск», ЗАО «АЭМ-технологии», ОАО «ОКБМ Африкантов», ОАО «ОКБ «Гидропресс», ПАО «ЭМСС» и др.

В 2014 г. Компания планирует продолжать реализацию плана маркетинговых коммуникаций в части участия в выставках, работы со СМИ, организации пресс-туров,

конференций, круглых столов, посвященных инновационным разработкам и преимуществам продукции предприятий Дивизиона.

В Компании за это направление деятельности отвечает Начальник управления корпоративных коммуникаций Г. А. Левченко. Результаты оцениваются через показатели КПЭ, в т. ч. показатель «Исполнение Плана конференц-выставочных мероприятий».

ОАО «Атомэнергомаш» соблюдает действующее российское и международное законодательство в области маркетинговых коммуникаций, включая рекламу и продвижение продукции. Для обеспечения данного положения в ОАО «Атомэнергомаш» и ключевых ДЗОК был внедрен ряд локально-нормативных актов, регламентирующих и обеспечивающих стандарты деятельности в области маркетинговых коммуникаций. Нарушений в данной сфере в 2013 г. отмечено не было.

АЭМ
6.21.1GRI
PR7

C. 122

6.5.6. ОПИСАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РИСКОВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ

№ ¹	Риск	Фактор риска	Мероприятия по управлению/ возможности
7	Неэффективность законодательства	- Отсутствие или неэффективность законодательной базы - Изменение законодательной базы	Участие в деятельности Госкорпорации «Росатом» по формированию предложений для доработки законодательной базы
10	Ухудшение общественного отношения к Компании или атомным технологиям в целом	- Технологические аварии - Коррупционные скандалы	- Просветительская работа с населением, публикации в региональных СМИ, поддержание интернет-портала, работа с социальными медиа (социальные сети) - Участие в реализации Комплексной программы противодействия коррупции и хищениям в атомной отрасли
11	Физический ущерб активам Компании	Социальные волнения	- Реализация социальных программ, благотворительных акций - Учет социальных рисков при принятии стратегических решений

¹ Здесь и далее — № риска в карте рисков.

C. 59