

УДК 303:621.311.25

## ЗАСТОСУВАННЯ АНКЕТУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ГРОМАДСЬКОГО АУДИТУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АТОМНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

*М.О. Гущина, М.А. Прялін, О.Б. Торганова (Севастопольський національний  
університет ядерної енергії та промисловості, м. Севастополь)*

У статті розглядаються питання корпоративної соціальної відповідальності перед суспільством у розрізі її впливу на репутацію підприємства. Окрему увагу приділено проблемам дотримання соціальної відповідальності бюджетуютьовуючих підприємств України, зокрема атомних електростанцій. Представлені результати соціологічного дослідження щодо оцінки соціальної відповідальності відособленого підрозділу “Южно-Українська атомна електростанція “ДП НАЕК “Енергоатом”.

### ВСТУП

У сучасному світі усе більше впливає на репутацію та імідж компанії її соціальна позиція. Оцінюючи діяльність компанії, суспільство розглядає не лише її виробничі і фінансові показники, але і те, як вона веде свій бізнес, чи піклується про власних співробітників, наскільки її діяльність відповідає інтересам інших учасників ринку, жителів територій її присутності, а також суспільства в цілому. Набуває актуальності питання соціальної відповідальності підприємств, поширення практики звітності про діяльність у цій сфері.

Соціальна відповідальність означає здатність організації або підприємства оцінити наслідки своєї діяльності для стійкого соціального розвитку суспільства. Вона відрізняється від юридичної і розглядається як добровільний відгук організації на соціальні проблеми своїх працівників, жителів міста, краю, країни, світу.

Успіх організації залежить від розуміння та задоволення поточних та майбутніх потреб і очікувань зацікавлених у її діяльності сторін. У п.5 стандарту ISO 9004 визначені наступні зацікавлені сторони: споживачі та кінцеві користувачі, працівники, власники, інвестори, постачальники та партнери, громадськість, тобто люди, що відчувають на собі вплив організації або її продукту.

Повною мірою це стосується вітчизняних компаній, що мають провідні позиції у своїх галузях і прагнуть виходу на міжнародні ринки. Як показує практика, добре продумані програми соціальних інвестицій дають реальну віддачу як тим, кому вони адресовані, так і тим, хто їх ініціює. Інформація про ступінь активності компанії в сфері соціальних перетворень є важливою для інвесторів і аналітиків, що розглядають результати діяльності компанії з погляду акціонерної вартості.

Проблема відповідальності перед суспільством споконвічно властива цілим галузям і видам діяльності. У першу чергу, це ті види діяльності, що можуть напряму загрожувати суспільству. Найяскравіший приклад такого трактування соціальної відповідальності – екологічні загрози. Збільшення техногенного навантаження на навколишнє середовище порушило питання про принципи безпечного співіснування шкідливих виробництв і суспільства. З моменту постановки даної проблеми вона набула політичного забарвлення –

численні “зелені” організації очолили боротьбу суспільства з корпораціями за право жити в екологічно безпечному світі.

Трагедія Чорнобиля ясно продемонструвала, що втрата контролю над критично небезпечним виробництвом може поставити під загрозу самий факт людського існування, і призвела до скептичного ставлення до перспектив атомної енергетики в цілому. Актуальною стає проблема адекватної оцінки громадськістю реального внеску галузі та окремих АЕС в економіку країни, якість життя її мешканців, особливо прилеглих до АЕС територій, адже фактично кожний другий кіловат в Україні – атомний.

### **Корпоративна соціальна відповідальність**

В останні роки питання соціальної відповідальності і професійної етики у світовому бізнесі-співтоваристві вийшли на перший план. У дослідженні, проведеному відомою PR-фірмою Bارسen (були опитані 1400 топ-менеджерів по усьому світі), було поставлене питання: якими характеристиками повинний володіти топ-менеджер для ефективної роботи? За результатами дослідження на перших місцях виявилися такі якості, як “здатність викликати довіру” і “дотримання вищих етичних норм”. Ще п’ять років тому мали пріоритет “турбота про клієнтів” і “приріст дивідендів акціонерів”. Тепер в голову кута ставиться формування картини майбутнього, передбачення, формування менеджерської команди і вирішення соціальних проблем.

Таким чином сучасний менеджмент переходить від концепції тотального управління якістю (Total Quality Management, TQM) до соціально-орієнтованої концепції управління (Total Responsibility Management, TRM), що припускає збільшення уваги до вимог різних “зацікавлених сторін”, під впливом яких знаходиться компанія, і до питань збереження навколишнього середовища.

У 1996 році організація “Міжнародна соціальна відповідальність” скликала міжнародну консультативну раду, що складається з багатьох зацікавлених сторін, для розробки SA 8000 – стандарту системи соціального і етичного менеджменту, якого дотримуються на добровільній основі. Його вимоги базуються на конвенціях Міжнародної служби праці та інших організацій із захисту прав людини. Стандарт може бути застосований до будь-якої організації, незалежно від її розміру і форми власності.

Основні вимоги передбачають, що підприємство повинне вживати необхідних заходів для забезпечення здоров’я і безпеки працівників, не повинні наймати дітей молодше 15 років, примушувати працівників працювати проти їх волі і застосовувати дисциплінарні дії. Працівники, у свою чергу, повинні одержувати, принаймні, встановлену державою мінімальну заробітну платню і мати нагоду створювати профспілки, ставати їх членами за своїм вибором. Забороняється расова і будь-яка інша дискримінація, робочий час має бути скорочений до 48 годин на тиждень, а переробки не повинні перевищувати 12 годин в тиждень, система менеджменту повинна бути стандартизована.

Сьогодні транснаціональні компанії виробляють близько 25% світового продукту. Оскільки соціально значимі питання давно стоять у центрі уваги громадськості, компанії намагаються дотримуватись принципів соціально-етичного менеджменту. Так Levi Strauss & Co у 1995 р. була змушена згорнути контракти з Бірмою (нині М’янма) через порушення прав людини в цій країні [1].

Щодо фінансової складової соціальної відповідальності то на Заході такі компанії, як Shell чи British Petroleum відраховують на соціальні програми до 10% прибутку. Ці витрати цілком виправдані – вони дають і економічні, і політичні дивіденди. Нафтові компанії одержують необхідну для успішного бізнесу підтримку суспільства і високу репутацію на ринку. Соціальна активність компанії є вагомим чинником росту акціонерної вартості. Про це свідчить і той факт, що компанії щорічно не лише збільшують обсяги соціальних інвестицій, але і приділяють усе більшу увагу розкриттю інформації, що характеризує рівень власної соціальної відповідальності. У річних звітах провідних корпорацій розділ про корпоративну відповідальність не менш важливий, чим розділ про результати операційної діяльності. У російських компаній – лідерів в сфері вирішення соціальних проблем квота витрат на ці цілі фіксується в річному бюджеті. У середньому вона складає від 1 до 1,5% прибутку [2].

Відзначається тенденція переходу соціальної відповідальності бізнесу в економічну площину. Нові дослідження на цю тему показують, що соціальна відповідальність бізнесу має дуже серйозні економічні вигоди: зростає репутація компанії, що безпосередньо впливає на збільшення продажу, на позицію на ринку, збільшується продуктивність праці, підвищується якість продукції чи послуг, скорочуються операційні витрати, послаблюється контроль з боку державних органів, полегшується доступ інвестиціям [3]. Влада нерідко йде на зустріч підприємствам, надаючи пільги, допомагаючи одержати податкові кредити. І зустрічно бере на себе турботу про працівників підприємств як жителів міста. Ця відповідальність виражається, зокрема, у тім, що міська влада регулярно звітує на радах трудових колективів і через корпоративні ЗМІ [4].

Результати досліджень, проведених Walker Information, виявили прямий зв'язок між соціальною цінністю компанії (сумарним ефектом її позитивного впливу на суспільство), її репутацією і відданістю бренду її споживачів. Збільшення соціальної цінності компанії на один пункт веде до поліпшення репутації на 0,55 пункту, у той час як збільшення економічної цінності на той же пункт підвищує репутацію тільки на 0,32 пункту. Таким чином, соціальні показники в порівнянні з економічними роблять удвічі більший вплив на репутацію фірми.

Резюмуючи вищесказане, можна стверджувати, що більшість підприємств тою чи іншою мірою впливають на соціальну сферу, і в цій якості їхня діяльність має соціально значимий характер. Вибудовування діалогу з громадськістю, як однією з зацікавлених сторін, стає найважливішою управлінською функцією, від якої залежить життєздатність компанії в агресивнім зовнішнім середовищі.

У той же час важливо, щоб держава і цільові групи не сприймали благодійну діяльність як неодмінний обов'язок чи комерційні акції, спрямовані винятково на одержання вигоди, пільг чи привілеїв. Державі, зі свого боку, варто заохочувати і спрямовувати інтерес підприємств до такої діяльності. Комунікація між трьома суб'єктами – бізнесом, державою і суспільством – повинна бути максимально відкритою і будуватися на основі взаєморозуміння. У такому випадку ефективність цього процесу і рівень соціальних проектів буде набагато вище.

### Соціальна відповідальність атомних електростанцій

В атомній енергетиці України історично склалась система суб'єкт-об'єктних відносин з громадськістю, що зжила себе. За часів СРСР громадськість не сприймалась як повноцінний партнер в соціальному діалозі, її думка, як сторони зацікавленої в результатах діяльності атомних електростанцій вивчалась епізодично, найчастіше лише для того, щоб виміряти ступінь лояльності щодо атомної енергетики та перспективи її розвитку. Вимоги та очікування зацікавлених сторін не враховувались як це викладено в настановах стандарту ISO 9004. З іншого боку традиційно атомні електростанції як містоутворюючі та бюджетоутворюючі підприємства відрізняються високим рівнем соціальної відповідальності.

Фактично кожний другий кіловат в Україні вироблений на атомній електростанції. В ядерній енергетиці задіяно понад 38 тисяч працівників галузі. З нею пов'язані жителі п'яти міст-супутників. Якість життя в них набагато вище, ніж у жителів інших регіонів та галузей промисловості, хоча вони найчастіше не усвідомлюють цього, так само я не розуміють хто фінансує утримання культурних, спортивних, медичних закладів та інших об'єктів. Все це сприймається як належне, але водночас висловлюються вимоги щодо більш активної участі головного підприємства у вирішенні соціальних проблем міста-супутника. Його жителі пасивні у захисті інтересів головного джерела їх добробуту – АЕС. Вони, як правило, усвідомлюють, що якість їх життя знаходиться частково в їх руках і залежить від активності їх позиції з підтримки атомної енергетики, у тому числі на виборах та під час проведення консультативних референдумів щодо спорудження нових потужностей АЕС, продовження терміну експлуатації діючих енергоблоків.

Актуальною стає проблема адекватної оцінки громадськістю реального внеску атомної енергетики та окремих АЕС в економіку країни, якість життя її мешканців, особливо прилеглих до АЕС територій.

Мета дослідження на тему “Розробка основ оцінки соціальної відповідальності Южно-Української АЕС”, полягала у визначенні основних вимог до соціальної відповідальності (СВ) таких зацікавлених сторін як персонал, жителі міста-супутника та 30-кілометрової зони.

Як свідчить аналіз звітності підприємства, більшості норм міжнародного стандарту соціальної відповідальності SA 8000 у відокремленому підрозділі “Южно-Українська АЕС” безперечно дотримуються, оскільки їх містить українське трудове законодавство. На разі триває робота з сертифікації системи якості ДП НАЕК “Енергоатом”, при цьому ВП ЮУ АЕС призначено пілотним, та вже отримало сертифікат відповідності. Таким чином, відповідність тій частині вимог SA 8000, що співпадає зі стандартами серії ISO забезпечено.

ЮУ АЕС – бюджетоутворююче підприємство. Частка відрахувань у зведений та державний бюджети за останні роки зменшилась через перехід на консолідовану сплату податку на прибуток за місцем реєстрації НАЕК у Києві. У той же час частка АЕС у формуванні місцевих бюджетів (обласний та міський) збільшується. Лише відрахування ВП ЮУ АЕС профспілковій організації на організацію оздоровлення персоналу, культурні та спортивні заходи становить не менше ніж 1,5 відсотка від прибутку. Норматив витрат на соціальний розвиток, встановлений колективною угодою, у 2006–2007 роках становить 6654 грн на одного працюючого.

Вплив атомних електростанцій на якість життя населення характеризують результати дослідження рейтингової агенції аналітичного центру “Інститут реформ”. Дослідження охопило 176 міст обласного підпорядкування, у тому числі Київ та Севастополь. Усі міста-супутники АЕС увійшли до першої десятки лідерів за рівнем соціально-економічного розвитку.

Оцінка громадськістю рівня соціальної відповідальності в цілому позитивна, але суттєво занижена. Необхідно створити систему соціальної відповідальності, яка складалася б з трьох елементів – стандартів соціальної відповідальності, соціальної звітності та обліку, громадського аудиту.

Одним з елементів громадського аудиту соціальної відповідальності можуть бути різноманітні опитування. У дослідженні представлені результати анкетування, що проведено серед жителів сусідніх до Южноукраїнська районів, жителів міста-супутника персоналу підприємства. Під час його проведення належало отримати відповідь на питання: чи можна назвати ВП ЮУ АЕС соціально відповідальним підприємством, що громадськість вважає проявом соціальної відповідальності підприємства, які напрямки участі підприємства у вирішенні соціальних проблем регіону вважає пріоритетними. Було виділено три основних групи зацікавлених сторін. Для них розроблено три анкети, які містили від 11 до 14 запитань.

Під час анкетування було опитано 475 чоловік, 75 – серед жителів сусідніх до Южноукраїнська районів (Вознесенського, Доманівського та Первомайського) [5]. Під час другого етапу анкетування до опитаних увійшли так звані лідери думок – представники активів місцевих територіальних громад. Опитано також 200 осіб персоналу підприємства та 200 жителів міста-супутника, у тому числі жителів сусідніх сіл, що працюють у Южноукраїнську. Другому етапові передувала публікація у відомчій газеті про дослідження, що планується, його мету та завдання [6].

Результати показують, що дуже великими є розбіжності в очікуваннях проявів соціальної відповідальності підприємства серед персоналу та жителів міста. Та все ж можна виділити три основних вимоги усіх трьох зацікавлених сторін, що розглядаються у роботі:

- забезпечення екологічної безпечності ВП ЮУ АЕС;
- забезпечення фінансової стабільності підприємства;
- збереження робочих місць на підприємстві (таблиця 1).

Таблиця 1. Пріоритети витрачання коштів

Місце		Особисто для Вас важливо, щоб за будь-яких обставин пріоритетним напрямком витрат коштів атомною електростанцією були наступні:
Місто і персонал	30-км зона	
1	1	заходи з підвищення безпеки АЕС
2	4	забезпечення соціальних зобов'язань, що взято перед персоналом
3	3	збільшення виробітку і реалізації електроенергії, як гарантія додаткових надходжень до бюджету у вигляді податків
4	2	природоохоронні заходи, що реалізуються станцією
5	5	виконання зобов'язань щодо участі в рішенні соціальних проблем регіону

Головний висновок дослідження – проблемою неадекватної оцінки рівня соціальної відповідальності ВП ЮУ АЕС є недостатньо ефективна політика інформування громадськості про всі аспекти СВ атомних електростанцій. Вочевидь, дещо зміщено акценти. Громадськість отримує інформацію про соціальні аспекти діяльності підприємства, але не завжди саме ту, яку волило б мати. Підприємством більше уваги приділяється висвітленню таких проявів соціальної відповідальності підприємства, які пов'язані з найменшими витратами – проведенням культурних і спортивних заходів наприклад. Витрати на утримання відповідних споруд, зарплатню персоналу вважаються цілком очевидними, але саме такі моменти громадськість не враховує.

У той же час система соціальної звітності (головним документом є інформація про виконання колективного договору) ускладнює відстеження показників у динаміці, оскільки містить дані за один рік та друкується у відомчий газеті.

Щоб уникнути звинувачень у зниженні рівня соціальної відповідальності у майбутньому, підприємству потрібно працювати на випередження та передбачити появу інших соціально відповідальних підприємств. Слід враховувати пріоритети, які визначені громадськістю (таблиця 2). Варто також підвищити рівень участі підприємства у разових акціях та благодійності. При цьому не завжди так важливо збільшувати витрати на філантропічну діяльність, як інформувати про це громадськість.

Таблиця 2. Прояви соціальної відповідальності

Місце		Варіант відповіді
Місто	Персонал	
1	2	Забезпечення стабільної роботи підприємства та його конкурентноздатності, та, як наслідок, своєчасна та повна сплата податків до бюджетів усіх рівнів
2	1	Збереження робочих місць на підприємстві
3	3	Збереження та реалізація соціальних програм для власного персоналу
4	5	Надання обсягів робіт місцевим підрядним організаціям
5	4	Відрахування коштів на вирішення соціальних проблем міста та регіону

Нові соціальні стандарти компанії “Енергоатом” виводять її на новий рівень СВ. Проте, цей крок не позбавить НАЕК від соціальних дилем. Як показують результати дослідження, підходи до проявів соціальної відповідальності суттєво відрізняються. Тих працівників, хто волів би отримувати вищу зарплатню і самостійно вирішувати власні соціальні проблеми, на два з половиною відсотка більше, ніж тих, хто сподівається на допомогу підприємства. І тих, і інших майже однакова кількість – 47% та 44,5%, відповідно. Всі вони мають право бути почутими.

### ВИСНОВКИ

У світовій практиці склались різні підходи до визначення поняття соціальної відповідальності, що зумовлене насамперед історичними обставинами та національними традиціями. В атомній енергетиці України частково збереглася

державна комунітарна система, що була створена за часів СРСР. З одного боку вона забезпечує високий рівень якості життя міст супутників, з іншого – створює умови для формування споживацького ставлення до підприємства.

Ситуацію ускладнює те, що обсяги та механізми зовнішньої соціальної відповідальності (перед жителями міста та прилеглих територій) не визначені нормативною базою. Не існує чітких критеріїв оцінки діяльності підприємства у цій сфері. В інтересах атомних електростанцій, компанії у цілому, стати ініціатором створення стандартів у цій сфері. Метою запланованої корпоратизації компанії насамперед є підвищення інвестиційної привабливості компанії, атомних електростанцій, що входять до її складу. Таким чином у недалекому майбутньому компанія зможе отримувати від слідування політиці соціальної відповідальності користь не лише репутаційного характеру, як було до цього часу.

Результати відповідей на головне питання дослідження “Чи можна назвати ВП ЮУ АЕС соціально відповідальним підприємством?” показують, що громадськість визнає підприємство соціально відповідальним. Під час анкетування отримано від 84% позитивних відповідей серед мешканців 30-кілометрової зони до 76% – серед персоналу ВП ЮУ АЕС (див. рис. 1).

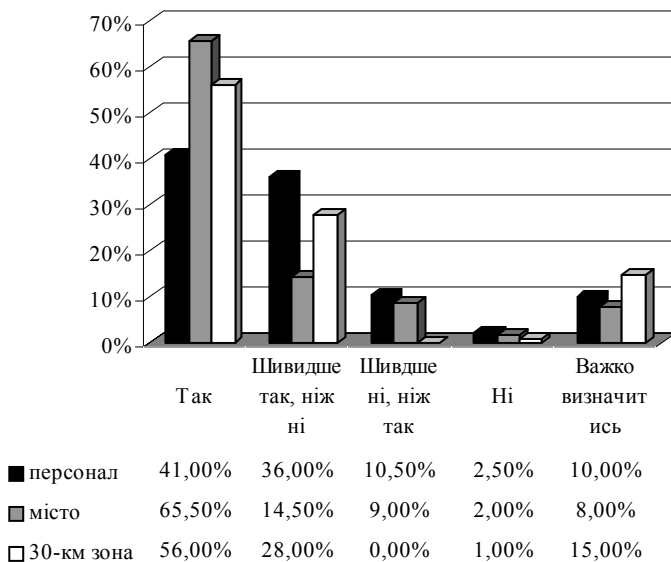


Рис. 1. Чи можна назвати ВП ЮУ АЕС соціально-відповідальним підприємством?

Дослідження виявило сферу поліпшення. Відповіді на питання “Чи забезпечує ЮУ АЕС інформування громадськості про ті аспекти діяльності, що пов’язані з соціальною відповідальністю перед власним персоналом та громадськістю?” (від 63% позитивних відповідей серед персоналу та жителів міста супутника до 39% – серед мешканців 30-км зони) показують, що чим умовно ближче опитувані до підприємства тим вище їх задоволеність рівнем інформування про соціальні аспекти діяльності ВП ЮУ АЕС (див. рис. 2). Підприємству необхідно активізувати роботу з громадськістю, працювати над розширенням інформаційного простору. Важливо, щоб населення регіону розуміло механізми і джерела фінансування соціальної інфраструктури, мало

уявлення про внесок підприємства в розвиток прилеглих територій. Це запорука конструктивності її позиції, щодо подальшого розвитку ВП ЮУ АЕС, будівництва нових потужностей.

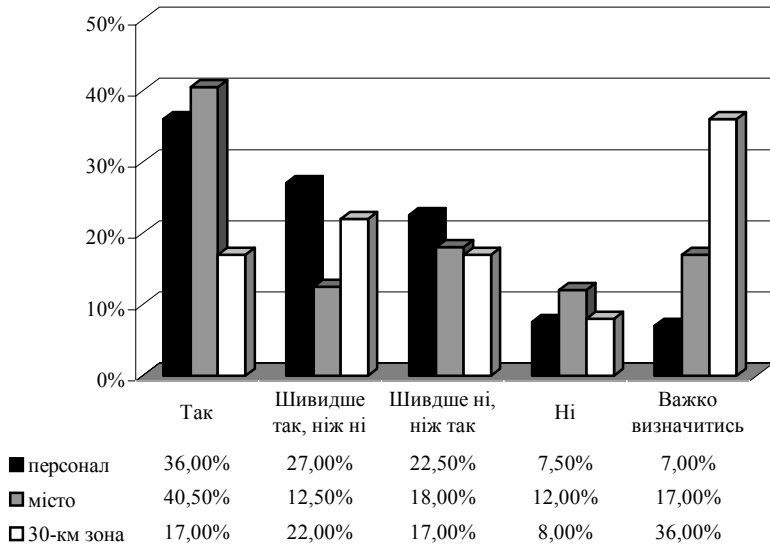


Рис. 2. Чи забезпечує ЮУ АЕС інформування громадськості щодо аспектів діяльності, які пов'язані з соціальною відповідальністю?

Соціологічні експерименти, подібні до описаного в роботі, можуть стати частиною процедури оцінки соціальної відповідальності підприємства. Насамперед вони можуть стати науковою основою розробки системоутворюючих документів, допомогти у вирішенні різноманітних соціальних дилем [7].

Авторами продовжується дослідження проблеми стандартизації у цій сфері.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Туркин С.Д. Зачем бизнесу социальная ответственность // “Управление компанией”. – №7. – 2004.
2. Плетнев А. Социальная ответственность компании как средство создания дополнительных конкурентных преимуществ // “Профессия”. – №2. – 2004.
3. Коляда Е. Добровольная социальная активность – признак цивилизованного бизнеса // “Профессия”. – №2. – 2004.
4. Кошелюк М. Социальная ответственность в масштабах “малой родины” // “Профессия”. – №2. – 2004.
5. Торганова О. Куда тянут короткое одеяло или кому и как должен помогать атомный гигант // Атомник України. – 5 января. – 2006.
6. Торганова О. Куда тянут короткое одеяло или кому и как должен помогать атомный гигант // Энергетик. – 11 августа. – 2005.
7. Торганова О. Нам того и другого и можно без хлеба // Энергетик. – 12 января. – 2006.