

# Социальная ответственность холдинга «БЛ ГРУПП»

И.А. СИБРИКОВА, Н.С. ШЕРРИ

ООО Управляющая компания «БЛ ГРУПП», Москва  
Email: sibrikova@bl-g.ru, sherri@bl-g.ru

## Аннотация

В статье рассмотрен вопрос социальной ответственности бизнеса (СОБ). Через деятельность холдинга БЛ ГРУПП авторы показывают многоуровневый характер СОБ: от базового уровня социальной ответственности, выражающегося в виде регулярной выплаты налогов и предоставления новых рабочих мест, до третьего уровня — благотворительной деятельности.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, бизнес, социальная политика, благотворительность, управленческая культура, социальный проект.

Любой бизнес ведётся в социальной среде, поэтому круг личных и общественных проблем неминуемо ложится на его плечи и предполагает развитие высокого уровня ответственности за происходящее вокруг, причём как по отношению к отдельной личности, так и по отношению к социуму. Сегодня немодно цитировать В.И. Ленина, но его высказывание о том, что «жить в обществе и быть свободным от общества нельзя», легко вписывается в понимание социальной ответственности бизнеса с точки зрения его экономической, политической, общественной и социальной устойчивости. Это, безусловно, не единственный путь выживания в условиях острых социальных проблем, но он, несомненно, наилучшим образом позволяет обеспечить ту самую стабильность, которая устанавливается в процессе активизации социально-значимой деятельности.

И пока разные экономические школы на протяжении более 100 лет ведут дискуссию на тему терминологического определения социальной ответственности бизнеса, суть остается неизменной. Интересы любой компании, особенно крупных игроков на рынке, не должны превалировать над социальными как с этической точки зрения, так и с другой, обусловленной зависимостью эффективности самого бизнеса от уровня его социальной ответственности, точки зрения.

Для тех, кто ставит под сомнение последнее утверждение, приведу пример, основанный статистической обработкой публикаций в общенациональной ежедневной газете США «USA Today» за 2014 год:

— 83 % граждан США больше доверяют компаниям, доказавшим свою социальную ответственность;

— 80 % молодых специалистов подыскивают себе работу только в компаниях, которые занимаются вопросами охраны окружающей среды;

— 75 % работников верят, что работодатели, обеспечивающие на предприятии условия высокой социальной ответственности, заинтересованы в развитии персонала компании.

А согласно исследованиям Института этики (*Ethisphere Institute*), США, компании, которые следуют принципам социальной ответственности, имеют, в среднем, доходы на 18 % выше, нежели у их оппонентов.

Если учесть, что понятие социальной ответственности бизнеса не подразумевает связи рекламы с государственными социальными программами, то исключать чисто психологические личностные аспекты, влияющие на её уровень, нельзя. Иными словами, отношение к этому вопросу, в первую очередь, собственника и, во вторую, топ-менеджмента, является определяющим при формировании социальной политики компании. Это особенно характерно для российского бизнеса, который в основе своей ещё не готов взять на себя роль важнейшего общественного института и распространить уровень своей социальной ответственности на общество в целом.

Однако в управлении отечественным бизнесом достаточно людей, наделённых разумным, практичным альтруизмом, основанным на сострадании, самоуважении, простом человеческом неравнодушии и желании реализовать собственный личностный потенциал.

В этом смысле холдинг «БЛ ГРУПП» (Далее — Холдинг) находится в числе тех, кто осуществляет свою социально-значимую деятельность, основываясь на трёх постулатах:

- понимании своей роли как общественного института;
- практическом альтруизме;
- нацеленности на повышение эффективности самого бизнеса.

И потому распространяет уровень своей социальной ответственности на личность, на внутрикорпоративное и профессиональное сообщества, на общество в целом и на государство.

С точки зрения государственности — это прозрачное ведение предпринимательской деятельности, предоставление 2,5 тыс. (в отдельные годы — до 5 тыс.) рабочих мест, честная выплата налогов, градообразующие предприятия и такие направления основной деятельности, которые, по сути своей, непосредственно влияют на социально-экономическое положение страны. Кроме того, социальная ответственность Холдинга перед государством однозначно выражена в реализации государственных задач по активному замещению импортных продуктов отечественными, увеличению экспорта российских продуктов и услуг, улучшению качества отечественной продукции и снижению её стоимости для конечного российского потребителя.

Ещё в 2011 году президент Холдинга Г.В. Боос поставил перед коллективом две амбициозные задачи: постепенное импортозамещение, в том числе, замещение импортных комплектующих на отечественные, преимущественно собственного производства, и выход на европейский уровень.

И уже к 2016 году более 90 % продукции Холдинга изготавливается из российских комплектующих, большинство из которых производится на собственных предприятиях. В этом году, например, завершился важнейший проект по выпуску оптики собственного производства.

Реализация поставленных задач потребовала модернизации как самого производства, так и управленческого и коллективного сознания. На заводах Холдинга про-



Рис. 1. Осветительные приборы компании *BL Group Europe GmbH*, представленные на выставке «*Light+Building*» 2016

ведено комплексное техническое перевооружение, что позволило не ограничиваться производством светильников, аналогичных импортным, а предложить современные конкурентные решения и уверенно выйти на мировой рынок.

Один из лучших примеров — новая флагманская линия светильников для уличного и садово-паркового освещения *GALAD «Урбан LED»*. Эти спроектированные в нашем испанском *R&D*-центре светильники изначально предназначены для продаж как в России, так и в Европе и Азии. Кроме того, на выставке «*Light+Building*» 2016, которая проходит с 13 по 18 марта 2016 года во Франкфурте-на-Майне (Германия), впервые была представлена продукция новой торговой марки *boos* компании *BL Group Europe GmbH* (рис. 1)

Социальная ответственность Холдинга распространяется на профессиональное сообщество и выражается в поддержке развития светотехнической науки (ВНИСИ им. С.И. Вавилова), в заботе о повышении профессионального образования (кафедра «Светотехника» МЭИ, которую с 2014 года возглавил президент Холдинга Г.В. Боос (рис. 2). Оказывается помощь в развитии материально-технической базы кафедры, приобретении современного учебного оборудования, создании интерактивных аудиторий, современных лабораторий, в организации учебно-производственных практик для студентов. В конце 2014 года впервые в истории кафедры «Светотехника» МЭИ по инициативе и при поддержке Холдинга были организованы дистанционные курсы повышения квалификации «Техника освещения». Первыми слушателями этого курса стали ведущие разработчики световых приборов, инженеры-конструкторы, директор по продвижению, технические консультанты и продакт-менеджеры ООО «БЛ ТРЕЙД» — одного из подразделений холдинга «БЛ ГРУПП».

Холдинг чувствует свою ответственность за сохранение и развитие старейшего научно-технического издания — журнала «Светотехника», поддерживая коллектив редакции и наполняя издание авторскими материалами. Мы активно участвуем в деятельности Светотехнической Торговой Ассоциации (СТА), первым вице-президентом которой является генеральный директор ООО Управляющая компания «БЛ ГРУПП» С.В. Койнов, в работе Международной электротехнической комиссии (МЭК),



Рис. 2. Выступление Г.В. Бооса, заведующего кафедрой светотехники НИУ «МЭИ», перед первокурсниками факультета электроники и нанозлектроники с лекцией на тему «Профессия – свет» (1 сентября 2016 г.)

в обсуждении актуальных вопросов светотехники, в том числе, охватывающих, с одной стороны, проблемы городского и дорожного хозяйства, инфраструктурных объектов и проектов, с другой — светотехнической отрасли в целом, и отстаиваем свои позиции на всех уровнях (рис. 3).

Социальная ответственность Холдинга перед обществом в целом выражается, в первую очередь, в активной жизненной позиции всего коллектива. Мы принимаем участие во всех социально-значимых мероприятиях на территориях, где расположены подразделения компании: в Москве и Санкт-Петербурге, в Сочи, на Северном Кавказе, в Туле, в Мордовии и т.д. 29 мая 2016 года сотрудники ООО «Светосервис-СПб», входящего в состав Холдинга, и региональные представители ООО «БЛ Трейд» приняли участие в благотворительном марафоне «Забег добрых дел» в Санкт-Петербурге, который проходил в пользу подопечных благотворительного фонда «Б.Э.Л.А. Дети-бабочки». Главная задача марафона — привлечение внимания широкой общественности к тяжело больным детям.

В 2016 году Холдинг стал лауреатом премии «Спорт и Россия 2016» в номинации «Меценат года» за социальные проекты, направленные на популяризацию и развитие спорта. Одним из таких проектов является детская хоккейная команда «Светон» (АНО «Хоккейный клуб «Светосервис»), которая была создана и развивается по личной инициативе президента Холдинга Г.В. Бооса (рис. 4). В хоккейную команду «Светон» были собраны дети, в которых не заинтересованы спортшколы, в том числе дети из неблагополучных семей.

Созданная детская команда уже сегодня демонстрирует высокие результаты, выступая на уровне Кубка Префекта и дважды — в 2014 и 2016 годах — став чемпионом московского турнира «Золотая Шайба». Дети объездили несколько стран, проводили сборы в Эстонии и в Калининграде, в Старом Осколе и других городах. Общественная ответственность Холдинга — это, в первую очередь, ответственность его за то влияние, которое он оказывает на организации и людей, с которыми взаимодействует. Например, значимое событие произошло в Туле в честь 70-летия Победы в Великой Отечественной войне. 22 апреля на Московском вокзале города состоялось откры-



Рис. 3. Выступление вице-президента СТА, генерального директора ООО Управляющая компания «БЛ ГРУПП» С.В. Койнова на открытой дискуссии СТА на тему: «Уличные бои по правилам и без. Натрий vs. Светодиод» (12 ноября 2015 г.).

тие историко-культурного комплекса, который включает в себя монумент, посвящённый воинам Великой Отечественной войны, прототип бронепоезда «Туляк», образцы военной техники Второй мировой войны. Декоративные кронштейны для освещения мемориала изготовил по индивидуальному заказу коллектив входящего в состав Холдинга завода «ОПОРА ИНЖИНИРИНГ». За помощь, оказанную в создании мемориального комплекса, тульской станцией электроснабжения была выражена благодарность коллективу ООО Управляющая компания «БЛ ГРУПП».

На предприятиях Холдинга в Лихославле, Туле, Кадошкине большое внимание уделяется работе с детьми и сотрудничеству с местными школами: создаются кружки, проводятся экскурсии, оказывается помощь в работе с неблагополучными семьями. Много внимания уделяется Ветеранам Отечественной войны, оказывалась помощь беженцам с востока Украины, а также адресная помощь конкретным социальным учреждениям и людям, в ней нуждающимся.

Учреждена ежегодная премия Г.В. Бооса «Надежда Отечества» в поддержку Международного конкурса организмов им. Микаэла Таривердиева, которая с 1999 года вручается не победителю, а музыканту, подающему надежды.

Вопрос социальной внутрикорпоративной ответственности — тема, находящаяся в постоянной зоне внимания Холдинга.



Рис. 5. Обучающий семинар для сотрудников региональных подразделений Холдинга (1 июля 2016 г.).



Рис. 4. а – Президент АНО «Хоккейный клуб «Светосервис» С.В. Сусянин. На переднем плане награды команды детского хоккейного клуба «Светон». б – Групповая фотография детской команды «Светон» (2014 г.).

ности — тема, находящаяся в постоянной зоне внимания Холдинга. Это уровень управленческой и корпоративной культуры, ответственность за людей, которые тебя окружают, за их безопасность и уверенность в завтрашнем дне. Это направление — основное с точки зрения влияния на эффективность бизнеса в целом.

В этом смысле хотелось бы в первую очередь отметить лёгкость и непринуждённость общения в коллективах Холдинга и успешное взаимодействие людей, объединённых единой целью.

Ниже выделим лишь некоторые направления этой работы.

Первое и, пожалуй, главное, — это предоставление возможностей для повышения квалификации и самообразования, что активно поощряется руководством. Разработаны обучающие программы, предоставлены возможности для обучения по интересующим направлениям отрасли вне Холдинга и за счёт него. Организуются обучающие семинары, поощряется дистанционное обучение, формируются группы для тематических занятий (например, перед выездом на выставку «Light+Building» в 2014 и в 2016 годах были организованы занятия по английскому языку) (рис. 5).

Второе направление — это работа с молодёжью, как с перспективным ресурсом компании, не только для вовлечения её в общественную деятельность и содействия профессиональному росту молодых людей, но и для со-

трудности в вопросах молодёжной политики с другими общественными организациями и воспитания активной жизненной позиции сотрудников.

В целом по Холдингу, включая все подразделения, средний возраст работников — 42 года, что вполне весомый показатель. Традиции наставничества, уважение к ветеранам, к истории предприятий, работа по профессиональной ориентации школьников, по трудоустройству выпускников школ и ВУЗов — всё это даёт свои результаты. В этом направлении Холдингом предпринимается ряд шагов, которые, как показывает практика, себя оправдывают. Нами возрождаются традиции молодёжных движений. Так, на Кадошкинском электротехническом заводе в текущем году заработал вновь созданный «Молодёжный совет», который активно привлекает внимание властей и общественности к проблемам работающей молодёжи, объединяет вокруг себя и предприятия активных молодых людей. Молодые работники Холдинга проводят конкурсы детских рисунков на тему «Великая Отечественная война глазами детей», организуют экскурсии для учащихся, знакомят их с профессиями, участвуют в республиканских праздниках.

Примером человеческого неравнодушия, умения ценить прошлое и заботы о будущем может служить огромная работа, которая проводится на входящем в состав Холдинга Лихославльском заводе «Светотехника». Там молодёжь развернула бурную деятельность по сбору материалов о трудовых династиях, благодаря которой была создана коллекция судеб, историй и биографий целых семей. Это непростая и кропотливая работа, и уже готов материал более чем о двадцати династиях, и более десяти находятся в стадии сбора информации.

На всех предприятиях Холдинга создаются технические кружки для школьников, погружающие детей в мир техники и развивающие техническое мышление. В 2007 году в Лихославле организована секция по туризму и заводской кружок водного туризма, цель которых вовлечь работающую молодёжь и ребят подросткового возраста в активные спортивные занятия.

Одним словом, с корпоративным альтруизмом в Холдинге всё нормально.

Молодёжные ежегодные слёты заводчан совместно с Торговым домом «БЛ Трейд», праздники Нептуна, ежеквартальный выход печатного издания «Светская жизнь», ежедневно действующий внутрикорпоративный сайт и многое другое работает, в первую очередь, на объединение территориально разбросанного коллектива. Всё это, в свою очередь, позитивно сказывается на создании благоприятного климата в коллективе, повышает ощущение социальной значимости у сотрудников, способствует формированию корпоративной ответственности, повышает уровень коммуникаций и стимулирует творческое мышление сотрудников.

И как результат:

- улучшение показателей качества продукции и сопутствующего сервисного обслуживания;
- повышение имиджа компании;
- становление корпоративной идентичности;
- узнаваемость корпорации как бренда;
- укрепление партнёрских связей.

В конце статьи хотелось бы упомянуть одно из знаковых мероприятий Холдинга за последние два года, кото-



Рис. 6. Выезд московских блогеров в завод ООО «ОПОРА ИНЖИНИРИНГ», г. Тула, 13 июля 2016 г.

рым стало посещение Московским сообществом блогеров Лихославльского завода «Светотехника» в 2015 году и Тульского завода «Опора инжиниринг» в июле 2016 года. Идея показать беспристрастным судьям процесс производства продукции витала давно. Правда, приглашение критично настроенных, незнакомых, публичных молодых людей (блогеров) — дело рискованное, но, к нашему изумлению, предложение оба раза было воспринято с энтузиазмом. И их неподдельный интерес, любопытство и внимание к деталям позволили нам посмотреть на собственное производство сторонним взглядом, с одной стороны, а с другой почувствовать гордость за всех отечественных производителей, прочитав в репортаже одного из блогеров следующую фразу: «Оказывается, в России есть производство!» (рис. 6).

В конечном счёте, любой человек по своему наполнению — всего лишь психофизиологическое существо. Иными словами, любое социально-значимое мероприятие — это взаимовыгодное сотрудничество бизнеса с социумом, которое формирует психоэмоциональную зависимость друг от друга и от результатов содеянного. Имея положительный опыт этой работы, мы непрестанно повышаем уровень социальной ответственности Холдинга перед теми, кто нас окружает.



**Шерри Наталия Сергеевна**, кандидат педагогических наук. Окончила Московский государственный педагогический университет им. В.И. Ленина, филолог (1982 г.). Заслуженный учитель РФ (1992 г.). Руководитель департамента по внешним коммуникациям и связям с общественностью ООО Управляющая компания «БЛ ГРУПП»



**Сибрикова Ирина Александровна**. Окончила Российский университет дружбы народов, специальность «Связи с общественностью» (2015 г.). Координатор ООО Управляющая компания «БЛ ГРУПП»